DIPL01 - Diploma ISIA di Primo Livello in Progettazione grafica ed editoriale

Sezione A - Gestione Dati Generali

Scuola	SCUOLA DI PROGETTAZIONE GRAFICA ED EDITORIALE
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI DISEGNO INDUSTRIALE
A1 - Denominazione del corso di studi	Corso di Diploma Accademico di Primo Livello in *Design della Comunicazione digitale - Digital Communication Design*
Codicione	A1IS15847N000007
Codice interno corso	
A2 - Valore del credito formativo	1/25
A5 - Indirizzi	Digital Strategy & Interaction Design
A6 tris - Riferimento del Decreto Ministeriale con cui l'Istituzione è stata autorizzata al rilascio del titolo di primo/secondo livello oggetto di modifica	DD: 22 Data: 18/01/2018
A8 - Tipologia	Modifica corso
A9 - Estremi Biennio Sperimentale	Numero del decreto Data del decreto:
A11 - Sito internet del corso	https://www.iaad.it/digital/
Visibile su Universitaly	Si è visibile

Sezione B - Gestione Piani di Studio
Indirizzo: Digital Strategy & Interaction Design

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Primo anno cfa: 62										
Base	Attività formative base	ISDC/01 - Scienze della comunicazione	Teoria della comunicazione	4	30/70	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISDC/06 - Tecniche di produzione grafica	Tecniche di impaginazione	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISDC/06 - Tecniche di produzione grafica	Tecniche di videoproduzione	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISDC/07 - Tecniche informatiche multimediali	Elaborazione digitale dell'immagine	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISDC/07 - Tecniche informatiche multimediali	Informatica di base	3	22.5/52.5	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Base	Attività formative base	ISDR/02 - Metodi e strumenti per la rappresentazione	Metodi e strumenti per la rappresentazione	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISSC/02 - Storia e cultura della comunicazione	Storia delle comunicazioni visive	3	22.5/52.5	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione	Tecniche di scrittura per i media 1	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione	Comunicazione della marca	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/03 - Progettazione grafica dell'immagine	Progettazione grafica	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/03 - Progettazione grafica dell'immagine	Progettazione grafica dell'immagine	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDR/01 - Analisi e rappresentazione della forma e del progetto	Tecniche e linguaggi della rappresentazione	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDR/03 - Tecniche di rappresentazione e comunicazione del progetto	Tecniche di comunicazione del progetto	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISME/01 - Metodologia della progettazione	Metodologia della progettazione	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISME/03 - Scienze e linguaggi della percezione	Teoria della percezione	4	30/70	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Lingua straniera	Conoscenza lingua straniera	ISSE/02 - Gestione dell'attività professionale	Lingua inglese a indirizzo professionale	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Idoneità	
Secondo anno cfa: 59										
Base	Attività formative base	ISDC/07 - Tecniche informatiche multimediali	Informatica multimediale	3	22.5/52.5	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISSU/02 - Sociologia e antropologia della comunicazione	Sociologia della comunicazione	4	30/70	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione	Tecniche di scrittura per i media 2	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/03 - Progettazione grafica dell'immagine	Fotografia	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Applicazioni multimediali 1	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Video digitale (digital video)	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Linguaggi e applicazioni multimediali	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Produzioni digitali 1	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/05 - Design della comunicazione	Web project management	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/05 - Design della comunicazione	Art direction	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/03 - Design dei sistemi	Design dell'interfaccia	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/03 - Design dei sistemi	Design dei sistemi 1	3	31.5/43.5	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISME/01 - Metodologia della progettazione	Metodologia	4	30/70	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISSE/01 - Economia e gestione delle imprese	Marketing	5	37.5/87.5	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISSE/02 - Gestione dell'attività professionale	Gestione dell'attività professionale	4	30/70	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Terzo anno cfa: 59										
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Design multimediale	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Produzioni digitali 2	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Applicazioni multimediali 2	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Sound design	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/05 - Design della comunicazione	Design degli eventi	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/05 - Design della comunicazione	Architettura dell'informazione	4	30/70	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/03 - Design dei sistemi	Design dei sistemi 2	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/03 - Design dei sistemi	Design dei servizi	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISME/01 - Metodologia della progettazione	Elementi di progettazione	4	42/58	10.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Scelta studente	A scelta dello studente			9				Obbligatorio		
Prova finale	Prova finale			5				Obbligatorio	Esame	
	Tirocinio			9				Obbligatorio		

Totale esami: 39

Totale idoneità: 1

Ordinamento

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno
Attività di Base	33	Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base	ISDC/01 - Scienze della comunicazione ISDC/06 - Tecniche di produzione grafica ISDC/07 - Tecniche informatiche multimediali ISDR/02 - Metodi e strumenti per la rappresentazione ISSC/02 - Storia e cultura della comunicazione ISSU/02 - Sociologia e antropologia della comunicazione	4 8 10 4 3 4	4 8 7 4 3 0	0 0 3 0 0 4	0 0 0 0 0 0
Attività Caratterizzanti	120	Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione ISDC/03 - Progettazione grafica dell'immagine ISDC/04 - Progettazione multimediale ISDC/05 - Design della comunicazione ISDE/03 - Design dei sistemi ISDR/01 - Analisi e rappresentazione della forma e del progetto ISDR/03 - Tecniche di rappresentazione e comunicazione del progetto ISME/01 - Metodologia della progettazione ISME/03 - Scienze e linguaggi della percezione ISSE/01 - Economia e gestione delle imprese ISSE/02 - Gestione dell'attività professionale	12 12 32 16 15 4 4 12 4 5 4	8 8 0 0 0 4 4 4 4 0 0	4 4 16 8 7 0 0 4 0 5 4	0 0 16 8 8 0 0 4 0 0 0
A scelta dello studente	9	A scelta dello studente	-	9	0	0	9
Conoscenza lingua straniera	4	Conoscenza lingua straniera	ISSE/02 - Gestione dell'attività professionale	4	4	0	0
Prova finale	5	Prova finale	-	5	0	0	5
	9	Tirocinio	-	9	0	0	9
Totale	180				62	59	59

Sezione C - Gestione Testi

C1 - Obiettivi Formativi	Obbligatorio: Si Universitaly: Si

Il corso in Design della Comunicazione digitale con indirizzo in Digital strategy & Interaction design forma professionisti - attraverso un percorso multidisciplinare e un approccio iterativo capace di combinare contenuti teorici e sperimentazioni concrete - con competenze inerenti l'applicazione dei metodi, delle soluzioni e degli strumenti legati al mondo digitale nell'ambito della comunicazione in senso più ampio e in grado di affrontare un contesto e un mercato in forte evoluzione. Le sfide educative cui risponde il corso sono: acquisizione di competenze tecniche e teoriche di base; sviluppo del pensiero creativo e delle capacità progettuali; sviluppo di visione strategica, pensiero critico e sistemico. Per rispondere in modo efficace a queste sfide educative, l'indirizzo prevede alcune nuove discipline, inserite nel percorso triennale in modo graduale e coerente con gli obiettivi didattici specifici di ogni anno. Il primo anno è dedicato a sviluppare conoscenze e tecniche base di fotografia, illustrazione e impaginazione attraverso la pratica sui principali programmi come Photoshop, Illustrator, Indesign, Premiere. Alle competenze tecniche è affiancato l'insegnamento degli aspetti teorici, storici e strategici della comunicazione. Inoltre, viene introdotto il tema del digital attraverso corsi dedicati alla progettazione collaborativa, alla narrazione digitale e alla progettazione visiva e grafica applicata al contesto digitale. Nel secondo anno si passa allo sviluppo delle capacità progettuali e di design, con un focus forte sull'ideazione e realizzazione di soluzioni digitali, grazie ai corsi di: - web project management, applicazioni multimediali e informatica multimediale, che permettono lo sviluppo di competenze nell'ambito della prototipazione app, creazione gestione siti web e creative coding; - produzioni digitali, che esplora anche il mondo VR, AR, MR. A rinforzare queste competenze ci sono i corsi dedicati alla dimensione più strettamente metodologica e creativa, come quelli relativi al design dell'interfaccia e dei sistemi - che considerano il mondo dell'UX e UI design -, della metodologia della ricerca, della gestione dell'attività professionale applicata a progetti e soluzioni in ambito digitale, delle strategie di creazione di contenuti per i media. È un anno dedicato alla sperimentazione dove le esercitazioni pratiche su progetti specifici, individuali e di gruppo, offrono uno stimolo continuo al percorso di apprendimento. Il terzo anno affina le competenze in un'ottica strategica e orientata all'ingresso nel mondo del lavoro. Vengono approfonditi vari aspetti specifici del contesto digital: sound design, design degli eventi, digital strategy come metodologia di progettazione, produzioni digitali con una particolare attenzione ai trend più rilevanti (intelligenza artificiale, nuove tecnologie, immersività e realtà estesa). Dal punto di vista della progettazione si introducono concetti legati all'architettura delle informazioni e al design dei servizi. È il momento in cui gli studenti lavorano su progetti realizzati in collaborazione con aziende leader, affrontando gli argomenti sia da un punto di vista teorico-concettuale grazie al supporto dei docenti, sia dal punto di vista concreto-applicativo, grazie alla possibilità di toccare con mano quali sono le richieste del mercato. Obiettivi formativi La trasformazione digitale che ci accompagna ormai da più di vent'anni sta subendo una nuova "trasformazione nella trasformazione" che sta provocando grandi cambiamenti nel modo in cui lavoriamo, comunichiamo, ci relazioniamo. Tutte le professioni sono toccate da questo fenomeno e diventa sempre più importante interpretare in modo efficace la relazione tra dimensione umana e tecnologica. I professionisti che sapranno farlo al meglio saranno coloro che integreranno in modo sinergico competenze "umane" (pensiero critico, pensiero creativo, pensiero sistemico, intelligenza emotiva e sociale) con competenze tecnologiche sempre aggiornate. Il nuovo curriculum punta a valorizzare proprio queste competenze, declinandole rispetto al contesto della comunicazione nella sua accezione più ampia. Privilegia il pensiero strategico, le competenze di analisi e progettazione multimediale, e le conoscenze tecniche necessarie a dare vita a soluzioni non esclusivamente digitali ma phygital, vale a dire soluzioni capaci di far dialogare il mondo fisico con quello virtuale. Il principale obiettivo del Corso è di formare figure professionali che sappiano svolgere appropriatamente tre diverse attività: 1. Analisi e Design research 2. Digital Design applicato alla comunicazione 3. Monitoring e individuazione di trend futuri	
C2 - Prova Finale	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
La prova finale del triennio consiste nell'elaborazione di una Tesi - progetto completo di design corredato da una relazione di testo scritto e da una discussione. La prova finale è sviluppata in collaborazione con realtà appartenenti ai singoli settori di riferimento (aziende, enti, istituzioni, centri stile e di design, studi di progettazione e architettura, agenzie di pubblicità, digital strategy e comunicazione) e verte su temi di comunicazione e strategie digitali.	
C3 - Prospettive occupazionali	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Al termine del percorso di studi, i diplomati potranno ambire a inserirsi nel mondo professionale in qualità di: - Digital Art Director. Si occupa dell'attuazione e coordinamento della strategia di comunicazione digitale e in particolare della componente visual; - Content Creator e Copywriter. Si occupano di creare contenuti di diversa tipologia coerenti con la strategia digitale (content creator) e della scrittura dei testi (copywriter); - Social Media Manager. Si occupa della creazione, pianificazione, pubblicazione e moderazione dei contenuti destinati ai social media di un brand; - Web/App Designer. Si occupa di progettare siti web e applicazioni coerenti con l'identità del brand; - Information Designer. Si occupa di trasformare contenuti, dati e informazioni attraverso visualizzazioni e rappresentazioni grafiche che ne facilitano la comprensione e diffusione; - UX/UI Designer. Si occupano di progettare rispettivamente la user experience dei destinatari delle iniziative di comunicazione e la user interface di prodotti e soluzioni digitali; - XR Designer. Si occupa di progettare esperienze immersive che fanno ricorso alle tecnologie di realtà virtuale, realtà aumentata, mixed reality; - Visual Designer. Si occupa di progettare prodotti grafici e multimediali; - Digital/Creative Strategist. Si occupa di definire una strategia digitale di comunicazione; - Digital Marketing Specialist. Progetta le azioni di marketing di un brand, con un forte focus sui touchpoint digitali; - Engagement and Interaction Designer. Progetta soluzioni che massimizzano il coinvolgimento e l'interazione delle persone con le soluzioni e i prodotti digitali del brand; - Digital Event Designer. Si occupa di ideare e guidare eventi che sfruttano le potenzialità creative e innovative date dalle nuove tecnologie; - Video Maker. Si occupa della ideazione e realizzazione di prodotti video che vengono realizzati per i diversi canali e contesti digitali; - Sound Designer. È responsabile della creazione dei suoni per i contenuti digitali e in generale della sonorizzazione di elementi fisici (spazi) e virtuali (video, app, game, etc.).	
C4 - Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Il titolo di studio è conferito a studenti che: - abbiano acquisito sufficienti conoscenze relative agli ambiti di comunicazione, sociologia e semiotica, informatica e tecnologia, digital marketing, content management, utili a interpretare correttamente i 'contesti' nei quali di volta in volta si trovano a operare; - abbiano sviluppato sufficienti competenze in merito alla pianificazione strategica applicata al contesto digitale e alle metodologie di progettazione utili a sviluppare campagne e soluzioni di comunicazione che prevedano l'utilizzo di strumenti innovativi, indirizzati a vari target di riferimento; - abbiano acquisito approfondite conoscenze nell'ambito del design multimediale e dei servizi, per progettare soluzioni smart applicate al design della comunicazione e ingaggianti per le comunità di consumo, affiancando alle necessarie competenze tecniche le capacità creativo-espressive che distinguono ogni buon designer; - dimostrino di possedere sufficienti capacità di analisi e monitoraggio, le quali consentano loro di analizzare scenari attuali e trend futuri, di valutare l'effettiva rispondenza delle iniziative realizzate agli obiettivi di comunicazione e di porre in essere le eventuali misure correttive.	
C5 - Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Il titolo di studio è conferito a studenti che: - abbiano acquisito capacità di pensiero creativo utili a interpretare il loro ruolo di designer della comunicazione con personalità e coraggio attraverso l'indagine di immaginari altrui e propri che confluiscono poi nel processo e negli strumenti della digital art direction; - abbiano acquisito familiarità con le technicalities indispensabili per lo svolgimento delle diverse attività di comunicazione digitale, e in particolare: • pacchetti software: suite Adobe per le attività di graphic design, Figma per la prototipazione individuale e collaborativa, software per la creazione e l'editing di contenuti audio e video, software per la progettazione di soluzioni XR e AI, strumenti di monitoraggio (analytics) web e social; • linguaggi informatici e di programmazione: ambiti di applicazione, capacità e limiti funzionali, fondamenti di sviluppo codice; - abbiano acquisito spiccate capacità di lavoro in gruppo (teamwork) e familiarità con gli strumenti (concettuali e applicativi) di digital project management e digital strategy.	
C6 - Autonomia di giudizio (making judgements)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**

Il titolo di studio è conferito a studenti in grado di analizzare contesti, scenari e brand attingendo a dati verificati e fonti autorevoli, utili a una comprensione ampia e profonda del tema analizzato, individuando eventuali bias e fake news. Questa capacità, che porta a individuare insight significativi in grado di creare valore rispetto alla soluzione scelta, è sviluppata in modo trasversale nei corsi di metodologia della progettazione, marketing, teoria della percezione, sociologia, storia delle comunicazioni visive, design research.	
C7 - Abilità comunicative (communication skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Il titolo è conferito a studenti che siano innanzitutto in grado di dedicarsi all'ascolto di quanto accade e viene detto intorno a loro, per poter poi elaborare i propri messaggi e proporli agli altri stimolando in questi ultimi la medesima propensione all'ascolto. Allo sviluppo di tali attitudini è dedicato un corso specifico di Teoria della percezione.	
C8 - Capacità di apprendimento (learning skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Il titolo di studi è conferito a studenti capaci di "imparare a imparare", vale a dire in grado di acquisire primariamente logiche e principi sottostanti ai vari contenuti per approfondire poi le nozioni e gli elementi chiave in modo personalizzato, rendendosi protagonisti del proprio percorso di apprendimento. Questa capacità è fondamentale per tutti i professionisti del mondo del lavoro futuro ed è sollecitata in modo trasversale in tutti i corsi attraverso l'approccio comune di learning by doing, vale a dire la commistione e il continuo rimando tra contenuti teorici e sperimentazione pratica. Viene particolarmente evidenziata nei corsi di progettazione: design multimediale, design dei servizi, design dei sistemi.	