# DASL06 - Diploma Accademico di Secondo Livello in PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA

## Sezione A - Gestione Dati Generali

| | |
|---|---|
| **Scuola** | SCUOLA DI PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA |
| **Dipartimento** | DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE |
| **A1 - Denominazione del corso di studi** | Corso di Diploma Accademico di Secondo Livello in *Art Direction and Visual Innovation* |
| **Codicione** | A2IS35230N000002 |
| **Codice interno corso** | |
| **A2 - Valore del credito formativo** | 1/25 |
| **A5 - Indirizzi** | |
| **A6 - DM triennio di riferimento**<br>***(nella sezione documenti sarà necesario effettuare il caricamento del DM)*** | Numero del decreto: 112<br>Data del decreto: 15/01/2021 |
| **A8 - Tipologia** | Nuovo corso |
| **A10 - Diplomati (entro l'anno 2018/2019)** | |
| **A11 - Sito internet del corso** | |
| **Visibile su Universitaly** | Si è visibile |

## Sezione B - Gestione Piani di Studio

### Indirizzo: Generico

| 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: 60** | | | | | | | | | | |
| Base | Attività formative base | ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva | Brand design | 9 | 90/135 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Caratterizzante | Attività formative caratterizzanti | ABPC 67 - Metodologie e tecniche della comunicazione | Metodologie e tecniche della comunicazione 1 | 12 | 120/180 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Caratterizzante | Attività formative caratterizzanti | ABPR 19 - Graphic design | Grafica multimediale | 6 | 60/90 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Caratterizzante | Attività formative caratterizzanti | ABST 51 - Fenomenologia delle arti contemporanee | Fenomenologia delle arti contemporanee | 6 | 36/114 | 6 | Teorico | Obbligatorio | Esame | |
| Caratterizzante | Attività formative caratterizzanti | ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva | Art direction 1 | 12 | 120/180 | 10 | 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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti | Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti | ABPR 15 - Metodologia della progettazione | Metodologia della progettazione | 9 | 90/135 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti | Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti | ABTEC 38 - Applicazioni digitali per le arti visive | Drammaturgia multimediale | 6 | 60/90 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| **Secondo anno cfa: 60** | | | | | | | | | | |
| Base | Attività formative base | ABPC 65 - Teoria e metodo dei mass media | Teoria e metodo dei mass media | 9 | 90/135 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Caratterizzante | Attività formative caratterizzanti | ABPC 67 - Metodologie e tecniche della comunicazione | Metodologie e tecniche della comunicazione 2 | 9 | 90/135 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Caratterizzante | Attività formative caratterizzanti | ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva | Art direction 2 | 12 | 120/180 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Affini | Attività affini e integrative | ABLE 69 - Marketing e Management | Logica e organizzazione d'impresa | 3 | 18/57 | 6 | Teorico | Obbligatorio | Esame | |
| Affini | Attività affini e integrative | ABTEC 42 - Sistemi interattivi | Sistemi interattivi | 3 | 30/45 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Scelta studente | A scelta dello studente | | | 6 | | | | Obbligatorio | | |
| Lingua straniera | Conoscenza lingua straniera | ABLIN 71 - Lingue | Inglese 1 | 3 | 30/45 | 10 | Teorico/Pratico | Obbligatorio | Esame | |
| Prova finale | Prova finale | | | 9 | | | | Obbligatorio | Esame | |
| | Tirocinio | | | 6 | | | | Obbligatorio | | |

Totale esami: 13

Totale idoneità: 0

# Ordinamento

| Attività | CFA totali | Area disciplinare | SAD | CFA totali | CFA primo anno | CFA secondo anno |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Attività di Base | 18 | Attività formative base<br>Attività formative base | ABPC 65 - Teoria e metodo dei mass media<br>ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva | 9<br>9 | 0<br>9 | 9<br>0 |
| Attività Caratterizzanti | 57 | Attività formative caratterizzanti<br>Attività formative caratterizzanti<br>Attività formative caratterizzanti<br>Attività formative caratterizzanti | ABPC 67 - Metodologie e tecniche della comunicazione<br>ABPR 19 - Graphic design<br>ABST 51 - Fenomenologia delle arti contemporanee<br>ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva | 21<br>6<br>6<br>24 | 12<br>6<br>6<br>12 | 9<br>0<br>0<br>12 |
| Attività Affini e Integrative | 6 | Attività affini e integrative<br>Attività affini e integrative | ABLE 69 - Marketing e Management<br>ABTEC 42 - Sistemi interattivi | 3<br>3 | 0<br>0 | 3<br>3 |
| A scelta dello studente | 6 | A scelta dello studente | - | 6 | 0 | 6 |
| Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti | 15 | Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti<br>Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti | ABPR 15 - Metodologia della progettazione<br>ABTEC 38 - Applicazioni digitali per le arti visive | 9<br>6 | 9<br>6 | 0<br>0 |
| Conoscenza lingua straniera | 3 | Conoscenza lingua straniera | ABLIN 71 - Lingue | 3 | 0 | 3 |
| Prova finale | 9 | Prova finale | - | 9 | 0 | 9 |

| Attività | CFA totali | Area disciplinare | SAD | CFA totali | CFA primo anno | CFA secondo anno |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6 | Tirocinio | - | 6 | 0 | 6 |
| Totale | 120 | | | | 60 | 60 |

# Sezione C - Gestione Testi

| **C1 - Obiettivi Formativi** | **Obbligatorio: Si**<br>**Universitaly: Si** |
|---|---|
| Obiettivi Generali Formare art director e visual strategist con una visione innovativa e multidisciplinare nel campo della comunicazione visiva e del branding. Sviluppare competenze nell'ideazione, progettazione e gestione di strategie visive per il mondo della moda, dell'arte e della cultura digitale. Integrare le tecnologie digitali e i linguaggi audiovisivi nei processi creativi e di storytelling visivo. Obiettivi Specifici Progettazione e Direzione Creativa Acquisire competenze di metodologia progettuale per lo sviluppo di identità visive e strategie di comunicazione per brand, istituzioni culturali e media digitali. Sperimentare strumenti di visual storytelling, motion design e graphic design per la creazione di contenuti innovativi. Innovazione e Tecnologie Digitali Approfondire le applicazioni digitali per le arti visive, l'uso dell'intelligenza artificiale e delle realtà immersive per la creazione di esperienze interattive. Utilizzare le piattaforme multimediali e social media per costruire narrazioni visive efficaci e coinvolgenti. Comunicazione per la Moda e le Industrie Creative Comprendere le dinamiche visive e narrative nel fashion branding, sviluppando concept creativi per campagne pubblicitarie e contenuti digitali. Analizzare il rapporto tra arte, moda e cultura attraverso lo studio della fenomenologia delle arti contemporanee. Strategia e Marketing Visivo Integrare principi di brand identity, digital marketing e user experience (UX/UI) nei progetti di comunicazione. Acquisire capacità di problem solving e gestione creativa, con particolare attenzione alle esigenze del mercato. Competenze Trasversali e Professionali Potenziare le soft skills in leadership creativa, team management e networking professionale. Offrire esperienze pratiche attraverso workshop, laboratori e collaborazioni con aziende del settore moda, design e comunicazione. Output Formativo e Sbocchi Professionali Alla fine del percorso, i diplomati saranno pronti per ruoli come: Art Director Visual Designer Creative Strategist Digital Content Creator Brand Consultant per Moda e Cultura Motion & Visual Storytelling Specialist Il corso rappresenta una piattaforma ideale per inserirsi in agenzie di comunicazione, brand di moda, istituzioni culturali e start-up creative, combinando competenze artistiche, tecnologiche e strategiche. | |
| **C2 - Prova Finale** | **Obbligatorio: Si**<br>**Universitaly: Si** |
| Prova Finale – Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation (9 CFA – Crediti Formativi Accademici) La prova finale del Biennio Specialistico in Art Direction e Visual Innovation consiste nella realizzazione di una tesi progettuale, finalizzata a valorizzare le competenze acquisite dallo studente e la sua capacità di sviluppare un progetto innovativo nel campo della comunicazione visiva, della moda o delle industrie creative. Struttura della Tesi La prova si articola in due componenti principali: Elaborato teorico-critico Analisi del contesto di riferimento, con approfondimento delle tendenze visive, tecnologiche e comunicative nel settore scelto. Studio dei modelli teorici e dei case studies utili alla progettazione. Approfondimento della metodologia progettuale adottata, con riferimenti a strategie di brand identity, digital marketing e storytelling visivo. Progetto pratico-applicativo Sviluppo di un concept innovativo per la comunicazione visiva, la moda o le industrie creative. Creazione di un output visivo che può includere campagne pubblicitarie, identità di brand, progetti interattivi, esperienze digitali o prodotti audiovisivi. Utilizzo di strumenti di graphic design, motion design, realtà aumentata/virtuale, AI generativa o altre tecnologie digitali per la realizzazione del progetto. Obiettivi della Prova Finale Dimostrare autonomia progettuale, capacità critica e di ricerca. Sviluppare un progetto innovativo e originale, che risponda alle esigenze del mercato della comunicazione visiva. Integrare competenze teoriche e pratiche per una progettazione strategica ed efficace. Presentare un portfolio professionale che evidenzi il percorso creativo dello studente e il suo potenziale nel settore. Discussione e Valutazione La tesi verrà discussa davanti a una commissione di docenti ed esperti del settore, con l'obiettivo di valutare: Qualità progettuale e impatto del lavoro nel panorama della comunicazione visiva. Innovazione e originalità nella scelta del tema e nella realizzazione del progetto. Coerenza metodologica tra ricerca, analisi e output finale. Capacità di presentazione e storytelling nella discussione del progetto. La prova finale rappresenta un ponte tra il percorso accademico e il mondo professionale, consentendo allo studente di affermare la propria identità creativa e di proporre un progetto applicabile nei settori della moda, del design e della comunicazione digitale. | |
| **C3 - Prospettive occupazionali** | **Obbligatorio: Si**<br>**Universitaly: Si** |
| Il Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation prepara professionisti altamente qualificati nel settore della comunicazione visiva, capaci di rispondere alle esigenze in continua evoluzione delle industrie creative, della moda e del digital branding. Il percorso di studi fornisce una solida formazione teorico-pratica, che consente ai diplomati di inserirsi con successo in un mercato caratterizzato da una crescente richiesta di figure in grado di combinare creatività, tecnologia e strategia. Uno degli sbocchi professionali più naturali per chi completa questo percorso è il ruolo di Art Director, una figura chiave nel mondo della pubblicità, del design e del marketing visivo. L'Art Director è responsabile della progettazione dell'identità visiva di un brand, della direzione creativa di campagne pubblicitarie e della gestione dell'immagine coordinata di aziende, istituzioni culturali e realtà del settore moda e lusso. Grazie alle competenze acquisite nel biennio, i diplomati potranno lavorare all'interno di agenzie di comunicazione, studi di design, case di produzione audiovisiva e aziende di moda, occupandosi di branding, visual storytelling e strategie di comunicazione digitale. L'intersezione tra comunicazione visiva e industria della moda offre ulteriori opportunità professionali, con ruoli specifici come Fashion Visual Designer e Brand Consultant. Le competenze nel design grafico, nella fotografia e nella produzione multimediale permettono di sviluppare progetti di comunicazione per brand del settore fashion & luxury, curando l'immagine coordinata, la creazione di contenuti per campagne pubblicitarie e la narrazione visiva per piattaforme digitali. In un'epoca in cui i social media e i contenuti digitali sono strumenti essenziali per il posizionamento dei marchi, i diplomati potranno ricoprire anche ruoli di Content Creator per il settore moda e lifestyle, sviluppando strategie di comunicazione digitale e interattiva. Un altro ambito di grande sviluppo è quello delle tecnologie digitali applicate alla comunicazione visiva, che apre la strada a ruoli innovativi come Motion Designer, UX/UI Designer e Digital Content Creator. L'utilizzo di strumenti avanzati per la progettazione visiva, l'animazione e l'esperienza utente consente di creare contenuti interattivi e immersivi, sempre più richiesti nel mondo della pubblicità, dell'intrattenimento e della realtà aumentata. In questo contesto, i diplomati potranno collaborare con aziende digitali, piattaforme multimediali, startup tecnologiche e agenzie specializzate in comunicazione interattiva, lavorando alla progettazione di interfacce digitali, esperienze di realtà aumentata o contenuti per il digital storytelling. Oltre alle opportunità nel mondo aziendale e delle agenzie, il biennio fornisce gli strumenti per intraprendere percorsi professionali indipendenti. Molti diplomati potrebbero scegliere di avviare progetti imprenditoriali nel settore creativo, fondando studi di design, agenzie di comunicazione o startup innovative che sperimentano nuove forme di espressione visiva e interazione digitale. La figura del Creative Entrepreneur è sempre più richiesta, soprattutto in un contesto in cui la comunicazione visiva gioca un ruolo cruciale nella costruzione dell'identità di un brand e nella relazione con il pubblico. Infine, il biennio prepara anche a ruoli di Innovation Specialist per le Industrie Creative, figure professionali che lavorano all'integrazione di nuove tecnologie nei processi di comunicazione e branding. Questo ambito offre opportunità di collaborazione con aziende emergenti, centri di ricerca e incubatori di startup, permettendo ai diplomati di essere protagonisti nelle trasformazioni del settore visivo e digitale. Grazie alla combinazione di competenze creative, strategiche e tecnologiche, i diplomati del Biennio in Art Direction e Visual Innovation sono pronti a inserirsi in un panorama professionale dinamico e in continua evoluzione. Il loro bagaglio formativo li rende versatili e capaci di adattarsi ai cambiamenti del mercato, offrendo soluzioni visive innovative per aziende, istituzioni culturali e brand internazionali. | |

| C4 - Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding) | Obbligatorio: Si<br>Universitaly: Si |
|---|---|
| Il Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation fornisce agli studenti una conoscenza approfondita e multidisciplinare nell'ambito della comunicazione visiva, con un approccio che integra le arti visive, la cultura digitale e le tecnologie emergenti. Al termine del percorso, i diplomati avranno acquisito un solido impianto teorico e metodologico, che consentirà loro di comprendere in modo critico le dinamiche della comunicazione contemporanea e di sviluppare progetti innovativi nel settore creativo. Competenze Teoriche e Critiche Gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita della storia e fenomenologia delle arti contemporanee, con un focus specifico sulle trasformazioni del linguaggio visivo nella pubblicità, nel branding e nella comunicazione digitale. Saranno in grado di analizzare i principali movimenti artistici e culturali che hanno influenzato il design visivo e l'industria della moda, comprendendo come questi elementi si riflettano nelle strategie di comunicazione contemporanee. Allo stesso tempo, il biennio fornisce strumenti di analisi critica e semiotica dell'immagine, fondamentali per decodificare il significato visivo e simbolico nei media, nella pubblicità e nei contenuti digitali. Gli studenti svilupperanno una capacità di lettura avanzata dei messaggi visivi e testuali, imparando a interpretare e progettare narrazioni visive efficaci per il pubblico di riferimento. Conoscenza delle Metodologie Progettuali Un aspetto centrale del percorso formativo riguarda l'acquisizione di competenze metodologiche per la progettazione della comunicazione visiva. Gli studenti comprenderanno le diverse fasi del processo creativo, dall'ideazione del concept fino alla realizzazione del prodotto finale, attraverso lo studio delle tecniche di design thinking, storytelling visivo e metodologia della progettazione grafica e multimediale. Saranno in grado di valutare e applicare le migliori strategie di comunicazione, sviluppando un pensiero strategico e innovativo che permetta loro di rispondere in modo efficace alle esigenze del mercato e dei brand. Inoltre, comprenderanno l'importanza della user experience (UX) e dell'interazione digitale, acquisendo conoscenze di base sulle dinamiche della comunicazione interattiva e della progettazione di contenuti multimediali. Conoscenza delle Tecnologie e dei Linguaggi Digitali Il biennio fornisce un quadro completo sulle tecnologie e gli strumenti digitali più avanzati nel settore della comunicazione visiva. Gli studenti acquisiranno una conoscenza approfondita dei principali software di grafica, motion design, video editing e modellazione 3D, oltre a esplorare l'integrazione tra intelligenza artificiale e creatività visiva. Saranno in grado di comprendere e applicare le potenzialità delle tecnologie immersive (realtà aumentata e virtuale) nel design e nella comunicazione, sviluppando progetti innovativi che superano i confini della comunicazione tradizionale. Inoltre, avranno una visione chiara sulle opportunità offerte dai nuovi media e dalle piattaforme digitali, comprendendo il ruolo dell'interazione tra immagini, suoni e testi nei contesti digitali e cross-mediali. Capacità di Contestualizzazione e Innovazione Infine, i diplomati svilupperanno una conoscenza approfondita del mercato della comunicazione visiva, comprendendo le tendenze emergenti e le dinamiche dell'industria creativa. Saranno in grado di analizzare il rapporto tra arte, design e cultura visuale, cogliendo le trasformazioni sociali ed economiche che influenzano il settore. Questa capacità di comprensione e contestualizzazione consentirà loro di sviluppare soluzioni innovative e sperimentali, con un approccio che unisce creatività, strategia e tecnologia. L'acquisizione di queste competenze teoriche e pratiche renderà i diplomati in grado di inserirsi con sicurezza nel mondo del lavoro, con una solida preparazione che li accompagnerà nello sviluppo della loro carriera professionale. | |
| **C5 - Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)** | **Obbligatorio: Si**<br>**Universitaly: Si** |
| Il Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation non si limita a fornire una solida base teorica, ma è strutturato per consentire agli studenti di applicare concretamente le conoscenze acquisite nella progettazione di strategie visive e nella creazione di contenuti innovativi. Il percorso formativo è fortemente orientato alla pratica, con laboratori, workshop e progetti realizzati in collaborazione con aziende, istituzioni culturali e realtà professionali del settore creativo. Progettazione e Sviluppo di Identità Visive e Strategie di Comunicazione Uno degli aspetti fondamentali del corso è la capacità di tradurre teorie e metodologie progettuali in soluzioni concrete. Gli studenti apprendono a sviluppare progetti di brand identity e comunicazione visiva, applicando i principi di grafica, tipografia, composizione visiva e storytelling. L'integrazione tra analisi strategica e creatività permette di realizzare progetti personalizzati in grado di rispondere alle esigenze specifiche di un cliente o di un mercato. Durante il biennio, gli studenti lavorano su brief reali, sviluppando campagne pubblicitarie, strategie di comunicazione digitale e progetti di branding per aziende del settore moda, lusso, arte e cultura. Questa esperienza pratica consente loro di testare sul campo le conoscenze apprese e di affinare la capacità di adattare il proprio linguaggio visivo a differenti contesti e target. Utilizzo di Strumenti Digitali e Tecnologie Avanzate La capacità di applicare conoscenza e comprensione si manifesta anche nell'utilizzo avanzato delle tecnologie digitali. Gli studenti apprendono a utilizzare software di graphic design (Adobe Creative Suite), motion graphics (After Effects, Cinema 4D), realtà aumentata e virtuale, nonché strumenti di intelligenza artificiale per la generazione di contenuti visivi. Attraverso esercitazioni pratiche e project work, gli studenti sono in grado di progettare esperienze visive interattive, contenuti per i social media, prodotti audiovisivi innovativi e interfacce digitali user-friendly, sperimentando linguaggi e tecniche sempre più richiesti nel mercato della comunicazione visiva. Sviluppo di Progetti Multidisciplinari e Cross-Mediali Un ulteriore aspetto applicativo è la capacità di integrare competenze diverse in un unico progetto. Gli studenti vengono stimolati a lavorare su progetti multidisciplinari, che combinano elementi di grafica, video, suono e interattività per creare esperienze immersive e coinvolgenti. Un esempio concreto è la progettazione di campagne pubblicitarie cross-mediali, che prevedono l'utilizzo di diversi canali di comunicazione (stampa, web, social media, digital experience) per raccontare una storia visiva coerente e impattante. Questa capacità di applicare il sapere in modo trasversale è fondamentale per rispondere alle esigenze delle nuove professioni creative, in cui il confine tra design, tecnologia e marketing è sempre più sfumato. Problem Solving e Pensiero Strategico La capacità di applicare conoscenze e comprensione si traduce anche nello sviluppo di un pensiero critico e strategico, indispensabile per risolvere problemi complessi nel campo della comunicazione visiva. Durante il percorso, gli studenti affinano le loro competenze di problem solving e decision making, imparando a gestire progetti complessi, a rispettare vincoli di tempo e di budget e a rispondere efficacemente alle richieste del cliente. Viene posta particolare attenzione all'analisi dei trend e delle esigenze del mercato, per permettere agli studenti di progettare soluzioni visive innovative e sempre al passo con le trasformazioni del settore. Questa capacità di adattamento e innovazione è uno degli elementi distintivi del percorso formativo, preparando i diplomati a inserirsi con successo nel mondo del lavoro. Applicazione della Conoscenza nella Prova Finale La capacità di applicare conoscenza e comprensione trova la sua massima espressione nella tesi di diploma, che consiste in un progetto originale e innovativo sviluppato dallo studente sotto la guida di un docente. Questa prova rappresenta un momento fondamentale del percorso formativo, in cui gli studenti dimostrano di saper integrare teoria e pratica, ideando e realizzando un progetto che possa avere un impatto concreto nel settore della comunicazione visiva. Attraverso questo percorso, il Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation forma professionisti capaci di pensare, progettare e realizzare soluzioni visive e comunicative innovative, combinando creatività, tecnologia e strategia in un'ottica professionale e interdisciplinare. | |
| **C6 - Autonomia di giudizio (making judgements)** | **Obbligatorio: Si**<br>**Universitaly: Si** |

| | |
|---|---|
| I Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation non si limita a trasmettere competenze tecniche e progettuali, ma si pone l'obiettivo di formare professionisti capaci di sviluppare un pensiero critico e un'autonomia di giudizio nelle scelte creative, strategiche e comunicative. In un settore in continua evoluzione, dove il ruolo dell'art director e del visual strategist è fondamentale nel definire il linguaggio visivo dei brand e delle industrie creative, la capacità di prendere decisioni consapevoli e autonome diventa un elemento distintivo del profilo professionale dei diplomati. Capacità Critica nella Progettazione Visiva Uno degli aspetti chiave dell'autonomia di giudizio è la capacità di analizzare, valutare e selezionare le migliori soluzioni progettuali in base a criteri estetici, comunicativi, strategici ed etici. Gli studenti imparano a interpretare le esigenze di un cliente o di un mercato e a prendere decisioni informate sulle scelte visive più efficaci, considerando fattori quali identità di brand, target di riferimento, contesto culturale e innovazione tecnologica. Questa autonomia di giudizio si sviluppa attraverso la costante pratica progettuale e l'interazione con docenti ed esperti del settore, che guidano gli studenti nel valutare criticamente il proprio lavoro e quello altrui, stimolandoli a motivare le loro scelte progettuali con argomentazioni solide e fondate. Etica e Responsabilità nel Processo Creativo Un altro aspetto centrale è lo sviluppo di una consapevolezza etica e sociale nel campo della comunicazione visiva. Gli studenti sono chiamati a riflettere sul ruolo delle immagini e dei messaggi visivi nella costruzione dell'immaginario collettivo, sviluppando un senso di responsabilità rispetto alle scelte estetiche e narrative adottate nei progetti di comunicazione. Attraverso lo studio della semiotica, della fenomenologia delle arti contemporanee e delle teorie della comunicazione, imparano a riconoscere le implicazioni culturali e sociali delle loro creazioni, evitando stereotipi visivi e promuovendo una narrazione inclusiva e sostenibile. L'autonomia di giudizio si manifesta quindi nella capacità di sviluppare progetti consapevoli e culturalmente rilevanti, in grado di dialogare con un pubblico sempre più attento ai valori etici e sociali. Decision Making e Risoluzione dei Problemi Il percorso formativo stimola gli studenti a prendere decisioni strategiche in situazioni reali e complesse, affinando le loro capacità di problem solving e decision making. Attraverso simulazioni, laboratori e project work, gli studenti sono chiamati a risolvere problemi progettuali, a gestire imprevisti e a valutare le migliori soluzioni in base a vincoli di tempo, budget e fattibilità tecnica. Questa capacità di giudizio autonomo si sviluppa anche nella gestione del lavoro in team, in cui gli studenti devono confrontarsi con colleghi e professionisti del settore, negoziando soluzioni e coordinando il processo creativo. La capacità di prendere decisioni in modo autonomo e responsabile, considerando il contributo degli altri membri del team e il contesto di riferimento, è un aspetto fondamentale per il ruolo dell'art director e di altre figure chiave del settore creativo. Sperimentazione e Innovazione Consapevole Infine, il biennio incoraggia una mentalità orientata alla sperimentazione e all'innovazione. Gli studenti sono stimolati a esplorare nuovi linguaggi visivi, tecniche e tecnologie, sviluppando un approccio originale alla comunicazione visiva. Tuttavia, questa sperimentazione non è mai fine a sé stessa, ma è sempre guidata da una consapevolezza critica che consente di valutare quando e come innovare, in modo da ottenere un impatto comunicativo efficace e coerente con gli obiettivi progettuali. Autonomia nella Prova Finale L'autonomia di giudizio trova la sua espressione massima nella tesi di diploma, in cui gli studenti dimostrano la capacità di scegliere autonomamente un tema di ricerca e di sviluppare un progetto innovativo e coerente, basato su una solida analisi critica e metodologica. Questo lavoro rappresenta la sintesi del percorso formativo, mettendo in luce la capacità dello studente di prendere decisioni progettuali consapevoli e strategiche. Grazie a questo approccio, i diplomati del Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation non solo possiedono competenze tecniche e progettuali avanzate, ma sono anche in grado di valutare criticamente il proprio lavoro, di affrontare sfide complesse con autonomia e di proporre soluzioni innovative nel panorama della comunicazione visiva e del design strategico. | |
| **C7 - Abilità comunicative (communication skills)** | **Obbligatorio: Si**<br>**Universitaly: Si** |
| Il Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation forma professionisti capaci di comunicare in modo efficace e strategico attraverso diversi linguaggi visivi, digitali e multimediali. Le abilità comunicative sviluppate nel corso del biennio non si limitano alla capacità di trasmettere messaggi in modo chiaro e coerente, ma comprendono anche l'uso delle immagini, della grafica, del video e dei nuovi media come strumenti fondamentali per la costruzione di una narrazione visiva efficace. Comunicazione Visiva e Storytelling Multimediale Al centro della formazione c'è lo sviluppo della capacità di tradurre idee, concetti e strategie in soluzioni visive efficaci, applicando i principi dello storytelling visivo e della narrazione multimediale. Gli studenti imparano a utilizzare immagini, video, grafica e suoni per creare contenuti coinvolgenti, che siano in grado di catturare l'attenzione del pubblico e di trasmettere un messaggio chiaro ed emozionale. Attraverso la pratica progettuale, imparano a comunicare attraverso diversi canali e formati, adattando il linguaggio visivo in base al target e al contesto di riferimento. Questa competenza è fondamentale per lavorare in settori come la pubblicità, il fashion branding, il digital marketing e il design della comunicazione. Presentazione e Public Speaking Un aspetto cruciale delle abilità comunicative è la capacità di presentare e argomentare in modo efficace le proprie idee e i propri progetti. Durante il biennio, gli studenti partecipano a workshop, laboratori e revisioni progettuali, in cui sono chiamati a esporre e difendere le proprie scelte progettuali davanti a docenti, professionisti del settore e aziende partner. Questa esperienza li aiuta a sviluppare competenze di public speaking, imparando a strutturare discorsi chiari, persuasivi e visivamente accattivanti. Saper presentare un progetto in modo convincente è una competenza fondamentale per un art director o un visual strategist, che deve spesso interfacciarsi con clienti, team creativi e stakeholder aziendali. Comunicazione Digitale e Interazione con il Pubblico Il corso sviluppa anche la capacità di comunicare efficacemente attraverso le piattaforme digitali e i social media, strumenti sempre più essenziali nel mondo della comunicazione visiva. Gli studenti apprendono a creare contenuti per il web, a gestire la comunicazione sui social e a sviluppare strategie di engagement per il pubblico. Un'attenzione particolare è dedicata all'interazione con il pubblico, con lo sviluppo di progetti incentrati sulla user experience (UX) e sull'interattività. Gli studenti imparano a progettare contenuti che non siano solo visivamente accattivanti, ma anche funzionali, accessibili e capaci di coinvolgere gli utenti in modo attivo. Lavoro in Team e Comunicazione Interdisciplinare Nel contesto lavorativo, un art director deve essere in grado di collaborare con team multidisciplinari, che includono grafici, videomaker, strategist, copywriter, sviluppatori digitali e specialisti del marketing. Durante il biennio, gli studenti lavorano su progetti collettivi, apprendendo a comunicare in modo efficace con figure professionali diverse, gestendo il confronto e il lavoro di squadra. Questa capacità di interazione e collaborazione è essenziale per chi opera in agenzie di comunicazione, studi di design e aziende del settore moda e branding, dove il lavoro creativo è spesso il risultato di una sinergia tra competenze diverse. Abilità Comunicative nella Prova Finale L'abilità di comunicare in modo chiaro e professionale si concretizza nella presentazione della tesi di diploma, in cui lo studente deve esporre e argomentare il proprio progetto davanti a una commissione. Questo momento rappresenta la sintesi delle competenze acquisite e permette di dimostrare la capacità di strutturare un discorso efficace, supportato da materiali visivi e strategie narrative, elementi chiave per il successo professionale nel mondo della comunicazione visiva. Conclusione Le abilità comunicative sviluppate nel Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation forniscono agli studenti gli strumenti per esprimere idee in modo visivamente impattante, interagire efficacemente con professionisti e clienti, e padroneggiare la narrazione visiva e digitale. Questa capacità di comunicazione li rende pronti ad affrontare le sfide del mondo del lavoro, in un settore in cui la capacità di trasmettere concetti e visioni creative è essenziale per il successo. | |
| **C8 - Capacità di apprendimento (learning skills)** | **Obbligatorio: Si**<br>**Universitaly: Si** |

Il Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation è progettato per sviluppare nei suoi studenti un approccio all'apprendimento autonomo, critico e continuo, fondamentale per chi opera in un settore in costante evoluzione come quello della comunicazione visiva, del design e del digital branding. La capacità di apprendere in modo efficace e di adattarsi ai cambiamenti tecnologici e culturali è una competenza chiave per affrontare il mercato del lavoro e costruire un percorso professionale di successo. Apprendimento Autonomo e Ricerca Creativa Durante il biennio, gli studenti vengono stimolati a ricercare e approfondire autonomamente argomenti legati alla comunicazione visiva, al design e alle nuove tecnologie. L'approccio didattico, basato su laboratori pratici, sperimentazione e project-based learning, favorisce la capacità di individuare nuove tendenze, analizzare casi studio e sviluppare soluzioni innovative. Un aspetto centrale della formazione è l'abitudine a collegare teoria e pratica, attraverso un processo di apprendimento attivo che permette agli studenti di acquisire strumenti e metodologie applicabili in diversi contesti professionali. Questo metodo consente loro di sviluppare un pensiero critico e strategico, utile per affrontare problemi complessi e trovare soluzioni originali nel campo dell'art direction e della visual communication. Adattabilità ai Cambiamenti e Innovazione Digitale Il settore della comunicazione visiva è caratterizzato da una continua evoluzione dei linguaggi, degli strumenti e delle tecnologie. Per questo motivo, il biennio forma professionisti in grado di aggiornarsi costantemente e di apprendere nuove competenze in modo autonomo, sperimentando software innovativi, piattaforme digitali emergenti e tecniche di comunicazione sempre più interattive e immersive. Grazie all'approccio multidisciplinare del corso, gli studenti imparano a muoversi con agilità tra diversi ambiti della comunicazione visiva, passando dal graphic design al video storytelling, dalla user experience alla realtà aumentata, con la capacità di integrare nuovi strumenti tecnologici nel proprio percorso creativo. Sviluppo di un Metodo di Studio e di Lavoro Efficace Oltre a fornire competenze specifiche, il biennio aiuta gli studenti a sviluppare un metodo di studio e di lavoro efficace, che li renda capaci di affrontare progetti complessi in modo strutturato. Questo include: La capacità di organizzare il proprio tempo e le proprie risorse, per gestire più progetti contemporaneamente. L'uso di strumenti digitali per la ricerca e l'analisi, migliorando la capacità di raccogliere, interpretare e applicare informazioni. L'attitudine a lavorare in team, apprendendo anche dall'interazione con altri professionisti e studenti. Queste competenze risultano essenziali non solo durante il percorso accademico, ma anche nel contesto lavorativo, dove la gestione efficace dei progetti e la capacità di aggiornarsi continuamente rappresentano una componente cruciale della professionalità. Apprendimento Esperienziale e Auto-valutazione Un altro elemento chiave della capacità di apprendimento è l'auto-valutazione e la riflessione sul proprio percorso di crescita. Attraverso revisioni progettuali, feedback da parte di docenti e professionisti e momenti di confronto con il gruppo di lavoro, gli studenti imparano a riconoscere i propri punti di forza e le aree di miglioramento, acquisendo una maggiore consapevolezza del proprio sviluppo creativo e professionale. Continuità Formativa e Sviluppo Professionale Il biennio prepara gli studenti a continuare il loro percorso di apprendimento anche dopo la laurea, incentivando la partecipazione a workshop, masterclass, corsi di aggiornamento e percorsi di specializzazione. Inoltre, grazie alle competenze acquisite, i diplomati potranno proseguire i loro studi con programmi di ricerca o master internazionali, approfondendo aree specifiche come il digital marketing, la realtà aumentata applicata alla comunicazione o il design della user experience. Capacità di Apprendimento nella Prova Finale L'ultimo anno del biennio culmina nella tesi di diploma, un momento in cui gli studenti dimostrano non solo di aver acquisito competenze tecniche e teoriche, ma anche di saperle applicare in modo innovativo e critico. La prova finale è il risultato di un percorso di apprendimento continuo, in cui lo studente deve integrare diverse conoscenze, gestire un progetto autonomamente e presentarlo in modo efficace. Le capacità di apprendimento sviluppate nel Biennio AFAM in Art Direction e Visual Innovation permettono agli studenti di diventare professionisti autonomi, curiosi e flessibili, pronti ad affrontare le sfide del mondo del lavoro con un approccio proattivo e innovativo. La combinazione di creatività, capacità di ricerca e adattabilità rende i diplomati figure chiave in un settore in cui la costante evoluzione è la norma, garantendo loro un vantaggio competitivo nel mercato della comunicazione visiva e delle industrie creative.