Design per l'editoria (CFA 10)

A.A. 2026-2027
Prof. **Mario FELICI**

OBIETTIVI

Il corso vuole sviluppare negli studenti una matura capacità progettuale in grado di padroneggiare i diversi aspetti collegati alla realizzazione di un prodotto editoriale, valorizzandone i contenuti complessi. Dal lettering ai diversi formati, dall'*art direction* complessiva delle immagini alla gestione dell'impaginazione dei testi nelle varie declinazioni e tipologie, l'obiettivo è unire alle tecniche esecutive la formazione di un gusto attento agli stili editoriali presenti nella contemporaneità.

CONTENUTI

Il corso porrà l'accento sulle principali e consolidate pratiche impaginative, attraverso l'indagine di esempi concreti, analizzando buone pratiche, progetti grafici significativi nel campo del giornalismo e dell'editoria, proponendo percorsi progettuali personali collegati al tema del Brand design, da costruire in sinergia con il docente, in un confronto continuo di tipo teorico-laboratoriale.

TESTI CONSIGLIATI

Bandinelli A., Lussu G., Iacobelli, *Farsi un libro*, Stampa Alternativa, 1993
Tschichold J., *La forma del libro*, Edizioni Sylvestre Bonnard, 2003
Falcinelli F., *Fare i libri*, Minimum Fax, 2015
Caldwell C., *Editorial Design*, Laurence King, 2024
Achilli F., *Fare Grafica editoriale*, Editrice Bibliografica, 2019
Sinni G., *Voi siete qui*, Electa, 2022
Sinni G., *Una, nessuna, centomila*, Quodlibet, 2018

MODALITÀ DI VERIFICA DEL PROFITTO

Verrà realizzata la simulazione di un prodotto editoriale, da concepire in accordo con le progettualità espresse all'interno del corso magistrale in Brand design, in modo da rendere le diverse esperienze didattiche una esercitazione unitaria e coerente.