Design system (CFA 8)

A.A. 2026-2027

Prof. **Paul Henry ROBB**

OBIETTIVI

L’importanza del Design System: la guida completa per una efficace metodologia di progettazione. Il Design System, nella nostra era iperconnessa, nasce per ottimizzare il flusso di creazione di una brand identity coerente, efficace e soprattutto multi-touchpoint. Il passaggio degli utenti tra i vari touchpoints tradizionali e device digitali crea la necessità di mantenere coerenza e omogeneità dell’immagine del brand, accompagnata da un’esperienza utente impeccabile mediante l’ottimizzazione della navigazione e della fruizione.Il Design System aumenta la qualità e migliorare la percezione dei loro prodotti. Questa metodologia è ormai un fondamento essenziale nelle pratiche inerenti la progettazione di prodotti sia nei formati tradizionali che digitali.

CONTENUTI

Questo corso esplora la creazione e l’implementazione di sistemi di branding, fornendo agli studenti gli strumenti e le conoscenze necessarie per sviluppare identità di marca coerenti ed efficaci su una vasta gamma di piattaforme. Focalizzandosi sia sui media tradizionali che digitali, il corso affronta come progettare sistemi di branding adattabili che mantengano un aspetto unificato, garantendo un’esperienza utente fluida attraverso diversi touchpoint. Una caratteristica chiave del corso è la sua natura collaborativa, in cui gli studenti integreranno i sistemi di branding che sviluppano con il lavoro svolto in altri corsi di design. Questa integrazione aiuta gli studenti a comprendere come il branding interagisca con diverse discipline progettuali, come la tipografia, il design web, il packaging e la pubblicità, permettendo loro di creare un’identità di marca completa che si estenda a tutti gli aspetti di un prodotto o servizio. Durante il corso, gli studenti si cimenteranno in progetti pratici, esplorando gli aspetti strategici e creativi del branding, dagli elementi visivi come loghi e palette di colori, fino all’interazione con l’utente e alle strategie comunicative. Lavorando su applicazioni reali e casi di studio, gli studenti acquisiranno esperienza preziosa nella costruzione di marchi che siano non solo visivamente attraenti, ma anche funzionali, adattabili ed efficaci nel dinamico mercato multicanale di oggi.

TESTI CONSIGLIATI

Alina Wheeler & Rob Meyerson, Designing Brand Identity: A Comprehensive Guide to the World of Brands and Branding, John Wiley & Sons Inc, 2024,

Alina Wheeler, Designing Brand Identity An Essential Guide For The Entire Branding Team John Wiley & Sons, 2009

Don Norman, The Design Of Everyday Things: Revised and Expanded Edition, 2013

Don Norman, Emotional Design, 2005

MODALITÀ DI VERIFICA DEL PROFITTO

Relazione finale sul processo progettuale e valutazione degli elaborati grafici realizzati nel corso dell’anno.