

Design (pittura) (CFA 4)

A.A. 2019/2020

Prof. Paul Henry Robb

OBIETTIVI

Il corso si propone di sviluppare strumenti teorici, metodologici e operativi per la progettazione e la comunicazione - strategia e comunicazione di design. Il corso guiderà gli studenti a comprendere ed esplorare le fasi di esecuzione di un progetto stimolando lo sviluppo di un personale e originale metodo di progettazione attraverso l'analisi, la ricerca, l'ideazione di un concept, lo sviluppo, e la presentazione finale del progetto. Il corso comprenderà l'esposizione in chiave storica dei principali momenti di evoluzione della disciplina del design e della 'forma tipografica' a partire dalle esperienze della modernità e delle avanguardie. Gli studenti verranno coinvolti in una serie di progetti incentrati sull'importanza della comunicazione visiva e sulla fondamentale relazione/interazione tra design e tipografica, dove forme, segni e caratteri si fondono in una struttura comunicativa equilibrata ed armonica.

CONTENUTI

1. Acquisire i processi di risoluzione di base problem-solving e Lateral Thinking. 2. Assimilare i principi di base della composizione nello spazio bidimensionale. 3. Acquisire una grammatica tipografica di base per strutturare messaggi verbali in termini visivi. 4. Comprendere il ruolo delle immagini nella comunicazione grafica. 5. Apprendere le teorie di base della comunicazione tra cui la semiotica, la retorica, e la narrativa, e loro applicazioni nell'ambito progettuale. 6. Comprendere l'importanza ed il valore di un marchio/identità visiva e sua relazione con il concetto di Brand. 7. Acquisire una conoscenza di base della storia dei caratteri tipografici e del graphic design dal primo Rinascimento fino al design contemporaneo. 8. Acquisire le abilità e le capacità necessarie per l'esecuzione di progetti con uso di software adeguati in funzione di una proiezione nel mondo del lavoro. 9. Apprendere i criteri per la valutazione di soluzioni progettuali. 10. Assimilare e apprezzare la cultura del design. 11. Scoprire gli aspetti emozionali della progettazione grafica. 12. Capire i contesti professionali quali i media, le tipologie di clienti, organizzazioni pubbliche e private, stile di vita, ubicazione, ecc.

TESTI CONSIGLIATI

Eye - Magazine

Print - Magazine

I.D - Magazine

Communication Arts - Magazine

Baseline - Magazine

Wolfgang Weingart, My Way to Typography, Lars Müller Publishers, 2014, 978-3-03778-426-6

Massimo Vignelli, The Vignelli Canon, Lars Müller Publishers, 2017, 978-3-03778-225-5 Josef Müller-Brockmann, Pioneer of Swiss Graphic Design,

Lars Müller Publishers, 2015, 978-3-03778-468-6

100 Years of Swiss Graphic Design, Museum für Gestaltung Zürich (ed.), Lars Müller Publishers, 2014, 978-3-03778399-3

Lateral Thinking: Creativity Step by Step, Edward De Bono

Creativity Workout: 62 Exercises to Unlock Your Most Creative Ideas, Edward De Bono

Lateral Thinking, Edward De Bono