

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

## Documenti MUR e CNAM

:: Delibera supplemento istruttorio: [visualizza](#)

## 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 <i>BRAND DESIGN</i>
A2 - Valore del credito formativo	1/25
A5 - Indirizzi	
A6 - DM triennio di riferimento (nella sezione documenti sarà necessario effettuare il caricamento del DM)	Numero del decreto: 10156 Data del decreto: 03/12/2013
A6 bis - Decreto del Direttore Generale approvazione regolamento didattico	DD: 2471 Data: 02/12/2013
A8 - Tipologia	Modifica corso
A9 - Estremi Biennio Sperimentale	Numero del decreto  Data del decreto:
A10 - Diplomati (entro l'anno 2018/2019)	
A11 - Sito internet del corso	
Visibile su University	Si è visibile

## Sezione B - Gestione Piani di Studio

### Indirizzo: Generico

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto
<b>Primo anno cfa: 60</b>								
Base	Attività formative base	ABPC 65	Etica della comunicazione	8	68/132	Teorico	Obbligatorio	Esame
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 17	Design system	8	100/100	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 31	Fotografia	8	100/100	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABTEC 37	Brand design 1	10	125/125	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
	Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti	ABST 48	Storia delle arti applicate - STORIA DELLA GRAFICA E DELLA PUBBLICITA'	8	68/132	Teorico	Obbligatorio	Esame
	Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti	ABTEC 38	Informatica per la grafica - creative coding 1	6	75/75	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto
Affini	Attività affini e integrative	ABST 55	Antropologia culturale	6	75/75	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Scelta studente	A scelta dello studente			6			Obbligatorio	
<b>Secondo anno cfa: 60</b>								
Base	Attività formative base	ABPR 15	Progettazione di interventi urbani e territoriali	10	125/125	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 19	Progettazione grafica - PROGETTAZIONE GRAFICA PER L'IMMAGINE	10	125/125	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABTEC 37	Brand design 2	10	125/125	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABTEC 38	Informatica per la grafica - creative coding 2	8	100/100	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
	Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti	ABPR 19	Design per l'editoria	10	125/125	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Lingua straniera	Conoscenza lingua straniera	ABLIN 71	Inglese	2	25/25	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame
Prova finale	Prova finale			10			Obbligatorio	

## Ordinamento

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno
Attività di Base	18	Attività formative base	ABPC 65	8	8	0	0
		Attività formative base	ABPR 15	10	0	10	0
Attività Caratterizzanti	54	Attività formative caratterizzanti	ABPR 17	8	8	0	0
		Attività formative caratterizzanti	ABPR 19	10	0	10	0
		Attività formative caratterizzanti	ABPR 31	8	8	0	0
		Attività formative caratterizzanti	ABTEC 37	20	10	10	0
		Attività formative caratterizzanti	ABTEC 38	8	0	8	0
Attività Affini e Integrative	6	Attività affini e integrative	ABST 55	6	6	0	0
A scelta dello studente	6	A scelta dello studente	-	6	6	0	0
	24	Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti	ABPR 19	10	0	10	0
		Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti	ABST 48	8	8	0	0
		Ulteriori CFA Base e Caratterizzanti	ABTEC 38	6	6	0	0
Conoscenza lingua straniera	2	Conoscenza lingua straniera	ABLIN 71	2	0	2	0
Prova finale	10	Prova finale	-	10	0	10	0
Totale	120				60	60	0

## Sezione C - Gestione Testi

<b>C1 - Obiettivi Formativi</b>	<b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b>
Nel biennio specialistico si intende formare progettisti fornendo loro le competenze necessarie all'avvio e la gestione di un progetto di identità applicato a scenari complessi, come si possono considerare sia le comunità urbane contemporanee che i singoli quartieri o strade. Per farlo il percorso formativo consentirà loro di affiancare alla formazione disciplinare nel campo del design della comunicazione visiva applicata al tema dell'identità e del design dei sistemi, una competenza mirata a sviluppare metodologicamente processi di ricerca in chiave etnografica. Il presupposto fondamentale parte da una ridefinizione del concetto stesso di identità, forse tra quelli, nell'ambito specifico del design della comunicazione visiva, che più ha subito evoluzioni in anni recenti. Oggi si parla diffusamente di progetti di branding in luogo dei passati progetti di 'corporate image'. Spesso anche con eccessiva facilità, come se per una città, una strada, una istituzione, il semplice adottare un brand comportasse automaticamente la risoluzione di ogni problema di reputazione e quindi di comunicazione. Il corso magistrale in Brand Design dei territori si dedica all'ambito specifico della progettazione dell'identità dedicata ai luoghi, a partire dall'approccio etnografico del processo progettuale e della sua capacità di coinvolgimento delle comunità, prendendo le mosse dalle loro percezioni e dalla mappatura dei loro bisogni.	
<b>C2 - Prova Finale</b>	<b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b>
Per essere ammesso alla discussione dell'esame di tesi lo studente deve aver acquisito i 120 CFA. Con il sostegno di un relatore, la prova finale consiste nella discussione, dinanzi a ad una Commissione, di una tesi di approfondimento teorico/pratico in una disciplina tra quelle oggetto di studio. Oltre che della tesi, la valutazione finale terrà conto anche dell'intera carriera dello studente, dei tempi e delle modalità di conseguimento dei CFA, nonché di ogni elemento che sarà ritenuto rilevante. Alla prova finale sono assegnati 10 crediti formativi.	
<b>C3 - Prospettive occupazionali</b>	<b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b>

<p>I giovani designer che conseguiranno il diploma magistrale di secondo livello in Brand design saranno formati per poter operare come progettisti capaci di gestire sistemi complessi legati al progetto dell'identità dei luoghi, delle città, delle comunità. Allo stesso tempo le competenze acquisite consentiranno loro di poter lavorare anche per progetti di identità dedicati a istituzioni pubbliche, culturali, associazioni, in cui si debbano gestire un sistema complesso di fattori che potenzialmente contribuiscono alla definizione del sistema di identità da mettere a disposizione dei pubblici di riferimento. In particolare gli studenti avranno sviluppato capacità di gestione delle fasi di ricerca e analisi necessarie alle fasi istruttorie del progetto, ovvero dedicate ad azioni sul campo utili alla raccolta dei dati e delle informazioni necessarie allo sviluppo della fase progettuale. Gli stessi studenti hanno acquisito competenze grafiche dedicate al disegno dei caratteri, dei logotipi e dei marchi considerando la necessaria forza semantica e di leggibilità e memorizzazione che questi dovranno avere; la composizione di manuali di identità contenenti le linee guida per l'applicazione del brand ai diversi piani e canali comunicativi; la capacità di progettazione di strumenti di comunicazione e narrazione sia cartacei che digitali che ambientali. Gli studenti diplomati saranno preparati sia per trovare possibile collocazione all'interno di studi e società del design e la progettazione esistenti, sia saranno in grado di potere avviare una attività in proprio. Il tipo di figura formata sarà allo stesso tempo perfettamente collocabile nell'organico di uffici di istituzioni società pubbliche o private dedicate alla gestione della comunicazione dell'ente proprietario.</p>	
<p><b>C4 - Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)</b></p>	<p><b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b></p>
<p>Lavoreremo con gli studenti alla definizione del concetto di 'branding' come ambito del design legato al tema dell'identità applicata alle imprese, ai territori, alle istituzioni, nella prospettiva che affida oggi a questi progetti il compito di diventare strumento di inclusione e offrire strumenti e linguaggi capaci di superare barriere comunicative e culturali che spesso sono alla base di molte ragioni di conflitto. Verranno analizzate e illustrate quelle variabili che definiscono il grado di unicità, pertinenza, pregnanza, usabilità, appropriazione, generatività di un progetto di branding e come queste entrano nel processo progettuale quando ci viene chiesto di mettere mano a linguaggi visuali, forme e sistemi. Parte importante sarà dedicata alla definizione del concetto di identità, a quali affermazioni e interpretazioni può dare luogo e delle sue relazioni con le variabili messe in gioco in chiave antropologica ed etnografica. Verrà analizzato, infatti, il principio secondo cui un marchio più che 'firmare' l'identità di un territorio deve essere capace di essere scelto dalla comunità come elemento parte del proprio senso di appartenenza.</p>	
<p><b>C5 - Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</b></p>	<p><b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b></p>
<p>Lavoreremo con gli studenti alla definizione del concetto di 'branding' come ambito del design legato al tema dell'identità applicata alle imprese, ai territori, alle istituzioni, nella prospettiva che affida oggi a questi progetti il compito di diventare strumento di inclusione e offrire strumenti e linguaggi capaci di superare barriere comunicative e culturali che spesso sono alla base di molte ragioni di conflitto. Verranno analizzate e illustrate quelle variabili che definiscono il grado di unicità, pertinenza, pregnanza, usabilità, appropriazione, generatività di un progetto di branding e come queste entrano nel processo progettuale quando ci viene chiesto di mettere mano a linguaggi visuali, forme e sistemi. Parte importante sarà dedicata alla definizione del concetto di identità, a quali affermazioni e interpretazioni può dare luogo e delle sue relazioni con le variabili messe in gioco in chiave antropologica ed etnografica. Verrà analizzato, infatti, il principio secondo cui un marchio più che 'firmare' l'identità di un territorio deve essere capace di essere scelto dalla comunità come elemento parte del proprio senso di appartenenza.</p>	
<p><b>C6 - Autonomia di giudizio (making judgements)</b></p>	<p><b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b></p>
<p>Al termine degli studi, il diplomato di II livello in Brand Design avrà acquisito un pieno livello di coscienza circa il proprio ruolo di progettista capace di coniugare metodologia di ricerca, conoscenza tecnica, gestione dei linguaggi visuali, gestione del processo progettuale e del sistema di competenze che questo richiede. particolare rilievo sarà dato a quella componente formativa dedicata alla formazione di una conoscenza del patrimonio storico e culturale che, nel campo specifico della comunicazione visiva, diventa dotazione fondamentale per conferire credibilità al proprio percorso di lavoro. Fondamentale in questo senso l'impianto multidisciplinare con cui è stato composto il piano di studi, insieme di dotazioni fondamentali per una figura che, nello scenario contemporaneo, non potrà limitarsi al 'buon disegno', ma dovrà saper sviluppare una lettura critica degli ambiti di applicazione e della orchestrazioni di competenze che questo tipo di attività deve oggi saper mettere insieme.</p>	
<p><b>C7 - Abilità comunicative (communication skills)</b></p>	<p><b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b></p>
<p>Particolare attenzione viene data alla capacità di rappresentazione del candidato nella comunicazione del proprio progetto. In quest'ottica elemento centrale è la capacità di sceneggiare l'organizzazione dei contenuti, strumenti retorici e critici nella presentazione ai pubblici interessati degli obiettivi progettuali, dei piani linguistici coinvolti, delle dimensioni relazionali attivate, dalla gestione dei canali e delle piattaforme comunicative impiegate e nella gestione del tempo di presentazione e rappresentazione. In particolare la capacità di comunicazione deve saper tener conto della diversa natura degli stakeholder potenzialmente coinvolti in un progetto di branding complesso e della necessità di saperli interessare.</p>	
<p><b>C8 - Capacità di apprendimento (learning skills)</b></p>	<p><b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: Si</b></p>
<p>Obiettivo particolare è che il candidati sviluppi la capacità di organizzare i propri percorsi di apprendimento non solo a scuola, ma anche e soprattutto in futuro. A tale fine il biennio sviluppa il proprio piano di studi integrando i vari corsi sulla base di progetti comuni, su cui convergono i percorsi di studio proposti da ogni docente. Questo consente agli studenti di mettere a capitale il lavoro di ricerca sviluppato sul tema e di sviluppare poi i percorsi progettuali a partire da una comune base di conoscenza. Questa impostazione parte dall'idea che la scuola, l'Accademia nello specifico, sia interlocutrice tra la comunità e le istituzioni territoriali, offrendo agli studenti già un'esperienza professionalmente significativa e accelerando processi di innovazione e ripensamento strategico che rimangono a servizio della collettività.</p>	

## Sezione D - Gestione Documenti

<p><b>A1 - Nota di richiesta di autorizzazione del Corso sottoscritta dal Direttore o dal Legale Rappresentante</b></p>	<p><b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: No</b></p>	<p>Documento Inserito</p>
<p><b>D3 - Delibera Consiglio Accademico in merito all'attivazione del corso</b> <i>il documento deve essere debitamente firmato e in copia conforme all'originale</i></p>	<p><b>Obbligatorio: Si</b> <b>University: No</b></p>	<p>Documento Inserito</p>

D4 - Delibera Consiglio di Amministrazione <i>il documento deve essere debitamente firmato e in copia conforme all'originale</i>	<b>Obbligatorio:</b> <b>Si</b> <b>Universality:</b> <b>No</b>	Documento Inserito
D6.1 - Regolamento didattico	<b>Obbligatorio:</b> <b>Si</b> <b>Universality:</b> <b>No</b>	Documento Inserito
D6.2 - Decreto di approvazione del Regolamento didattico	<b>Obbligatorio:</b> <b>Si</b> <b>Universality:</b> <b>No</b>	Documento Inserito
D10 - Attestazione del Direttore di <b>ASSENZA DI ONERI AGGIUNTIVI A CARICO DELLO STATO</b> per le modifiche richieste	<b>Obbligatorio:</b> <b>Si</b> <b>Universality:</b> <b>No</b>	Documento Inserito
D11 - Dichiarazione rilasciata dal Direttore dell'Istituzione sulla veridicità e conformità delle dichiarazioni rese e dei documenti inseriti nell'istanza prodotta con la procedura CINECA per il riscontro della conformità dei percorsi formativi alle statuizioni contenute nel D.P.R. 212 del 8.7.2005 e D.M. n. 14 del 2018	<b>Obbligatorio:</b> <b>Si</b> <b>Universality:</b> <b>No</b>	Documento Inserito
D12 - Descrizione dell'eventuale corso propedeutico	<b>Obbligatorio:</b> <b>Si</b> <b>Universality:</b> <b>No</b>	Documento Inserito

ⓘ Scheda chiusa il: 05/09/2023