



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

**Facoltà di DIPARTIMENTO: DATA-DESIGN, TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA, TERRITORIO E AMBIENTE**

**Corso di laurea in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale (LM-12) A.A. 2013/2014**  
*Manifesto degli Studi*

**Regolamento didattico**

Corso di Laurea Magistrale Interfacoltà  
(Fac. Scienze della Comunicazione)  
in Design Comunicazione Visiva e Multimediale  
Classe LM-12 delle lauree magistrali in design

1. Obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale
2. Sbocchi professionali previsti per i laureati
3. Modalità di accesso al Corso di Laurea Magistrale
4. Modalità di trasferimento da altri Corsi di Laurea
5. Percorso formativo
6. Piano di studio
7. Insegnamenti e CFU
8. Propedeuticità degli esami
9. Modalità di frequenza
10. Materie a scelta dello studente
11. Modalità di verifica delle conoscenze delle lingue straniere
12. Tirocinio e modalità di verifica
13. Prova finale
14. Tipologia delle forme didattiche adottate e modalità di verifica delle conoscenze acquisite
15. Modalità di verifica di altre competenze
16. Tipologie e modalità del tutorato didattico
17. Altre disposizioni

**1. Obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale**

Il corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, di durata biennale, è un corso di laurea interfacoltà con la Facoltà di Scienze della Comunicazione della Sapienza. Ha lo scopo di formare una figura di progettista in grado di operare nei campi della comunicazione multimediale, delle numerose declinazioni della progettazione interattiva e ipermediale, della progettazione e produzione di artefatti comunicativi, della realizzazione d'interfacce iconiche e tridimensionali, e di ideare e controllare nei suoi aspetti estetici e comunicativi gli artefatti virtuali che interagiscono con la vita quotidiana dell'uomo all'interno di una società industriale matura, e di far uso, della massima varietà di circostanze, dei molteplici strumenti necessari:- per confrontarsi con le dinamiche di innovazione riferite al prodotto comunicativo (negli aspetti tecnico-produttivi, tecnico-funzionali e formali);- per confrontarsi con le innovazioni socio-culturali, di consumo e di mercato che hanno diretta influenza sulle strategie comunicative, che concorrono alla definizione dell'identità di un'istituzione, di un'impresa o di un qualsivoglia soggetto;- per confrontarsi infine, con gli interventi progettuali sul "contesto" di produzione e d'uso degli artefatti comunicativi (dagli aspetti qualitativi che contribuiscono a migliorarne la percezione e la fruizione).L'attività di formazione, strettamente collegata con l'attività di ricerca, si sviluppa intorno ai seguenti filoni tematici principali:

- la grafica editoriale in tutte le sue declinazioni;
- il design dell'identità (cioè l'immagine istituzionale e aziendale e le sue strette relazioni con il design dei servizi),
- il design dei sistemi informativi e comunicativi (segnaletica, exhibit design, ecc.);
- il design dell'interfaccia (il design dei sistemi ipermediali e il design delle interfacce), e in particolare webdesign (siti, portatili, database);
- il design e la comunicazione multimediale come la grafica cinetica, il movie design, la new media design.

Ciò comporta una solida formazione che raccolga e finalizzi al progetto, oltre agli aspetti metodologico-operativi e teorico-scientifici della cultura del design, gli ambiti transdisciplinari della programmazione e organizzazione della produzione, del marketing industriale, dell'analisi settoriale e intersettoriale, dell'economia aziendale, della conoscenza e controllo dei mezzi e delle tecnologie più appropriate di sviluppo e produzione, dell'informatica e dell'elettronica, della ricerca operativa e per quanto concerne gli ambiti della ricerca artistica e morfologica, della semiotica e linguistica, dell'estetica e delle scienze dell'informazione, dell'iconologia applicata, della sociologia cognitiva e di tutte le discipline dell'interattività sensoriale fra uomo e sistema artificiale.

## 2. Sbocchi professionali previsti per i laureati

(Decreti sulle Classi, Art. 3, comma 7)

Ambiti professionali dell'attività del laureato magistrale sono costituiti, tra gli altri, da tutti i settori della comunicazione, dei servizi e dei nuovi media. I laureati potranno svolgere attività come liberi professionisti o collaboratori per servizi di progettazione, le imprese e le aziende, le agenzie che operano nel campo del disegno industriale, delle comunicazioni visive e multimediali.

Il corso prepara alle professioni ISTAT di: Specialisti nelle pubbliche relazioni, dell'immagine e simili; Direttori artistici; Scenografi.

In particolare: Disegnatori Artistici e Illustratori; Tecnici della Pubblicità; Grafici Pubblicitari ed Editoriali; Web designer; Multimedia Designer; Visual Merchandiser; Tecnici per Allestimenti di Stand.

## 3. Modalità di accesso al Corso di Laurea Magistrale Interfacoltà (Fac. Scienze delle Comunicazioni) in Design Comunicazione Visiva e Multimediale

Le conoscenze richieste per l'accesso al Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale sono quelle acquisite prevalentemente attraverso Corsi di Laurea triennali appartenenti alla classe L4 (ex L42) di Disegno Industriale ed L20 (ex L14) Scienze della Comunicazione, o corsi ritenuti equipollenti, o comunque attraverso corsi di cui è possibile costruire delle corrispondenze tra insegnamenti e Settori Scientifico Disciplinari.

Gli studenti provenienti da Corsi di Laurea nella classe L4 (ex L42) – Disegno Industriale - e nella classe L20 (ex L14) – Scienze della Comunicazione - delle Università italiane hanno accesso diretto.

- Coloro che vogliono accedere al Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione visiva e multimediale devono comunque essere in possesso di una Laurea o di un Diploma di Laurea Triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo.

- Per gli studenti provenienti da Lauree Triennali diverse dalla classe L4 (ex L42) e L20 (ex L14) le conoscenze devono comunque concernere una formazione di base, in ambito scientifico, tecnologico, del progetto, umanistico e della rappresentazione, per un minimo di 32 CFU nei seguenti SSD:

CHIM/06; CHIM/07; CHIM/12; FIS/01; FIS/07; MAT/03; MAT/05; MAT/06; MAT/08; MAT/09; SECS-S/02; GEO/06; ICAR/08; ICAR/12; INF/01; ING-IND/10; ING-IND/11; ING-IND/21; ING-IND/22; ING-IND/31; ING-INF/01; ING-INF/05; ICAR/13; ICAR/18; L-ART/02; L-ART/03; L-ART/04; L-ART/07; L-FIL-LET/10; L-FIL-LET/11; L-FIL-LET/12; M-FIL/04; M-FIL/05; M-PSI/01; ICAR/17.

Devono altresì comprendere una formazione caratterizzante nell'ambito del Design e delle Comunicazioni Multimediali, nelle Discipline Tecnologiche e Ingegneristiche e nell'area delle Scienze economiche e sociali per un minimo di 52 CFU nei seguenti SSD:

ICAR/13; ICAR/16; L-ART/05; L-ART/06; ICAR/09; ICAR/12; ICAR/17; INF/01; ING-IND/13; ING-IND/14; ING-IND/15; ING-IND/16; ING-INF/05; ICAR/22; ING-IND/35; IUS/01; IUS/09; IUS/14; M-DEA/01; M-PSI/01; M-PSI/02; M-PSI/05; SECS-P/01; SECS-P/07; SECS-P/08; SPS/07; SPS/08.

La verifica dei requisiti per accedere al Corso di laurea avverrà mediante una procedura di selezione, con modalità definite con un apposito bando annuale dalla Facoltà.

## 4. Modalità di trasferimento da altri Corsi di Laurea

Il trasferimento di studenti provenienti da Corsi di studio appartenenti alla stessa classe – LM12 Design - o da Corsi di studio appartenenti a classi diverse dalla LM12 degli Atenei Federati della Sapienza o di altre Università è consentito sulla base di un bando annuale che indica il numero di posti disponibili per i trasferimenti, tenuto conto della numerosità massima della classe stabilita in ingresso, e contenente le modalità previste per la domanda di trasferimento.

Per quanto riguarda il riconoscimento dei CFU già maturati, verranno convalidati integralmente quelli relativi ai Settori scientifico-disciplinari inclusi negli ambiti previsti nell'ordinamento della classe LM12. Per quanto riguarda i crediti relativi a Settori scientifico-disciplinari non inclusi negli ambiti previsti nell'ordinamento della classe, la convalida dei CFU deriverà dalla valutazione caso per caso per ogni Settore effettuata dal CdLM sulla base della idonea documentazione allegata alla domanda di trasferimento.

Il CdLM indica, altresì, l'anno di corso a cui lo studente richiedente il trasferimento, viene iscritto; stabilisce l'eventuale obbligo formativo aggiuntivo da assolvere; definisce il completamento del curriculum per il conseguimento della laurea magistrale.

È possibile riconoscere CFU maturati anche in Master di 1° e 2° livello frequentati in strutture universitarie italiane e straniere, sulla base di piani di studio affini.

## 5. Percorso formativo

Il percorso formativo, strutturato in corsi teorici e laboratori di progettazione, è articolato in modo che lo studente alla fine del primo anno conosca e comprenda: le caratteristiche sociali che hanno portato alla definizione e all'evoluzione delle diverse culture visuali; le dinamiche e le vicende che hanno caratterizzato la storia delle arti visuali, sia in epoca moderna che contemporanea, nei diversi media quali stampa, cinema, televisione, fino alle più recenti modalità multimediali; le tecniche di programmazione e di rappresentazione assistita dal computer fino alla elaborazione di progetti di computer grafica; le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della grafica identitaria, editoriale e pubblicitaria, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della "scienza della comunicazione"; le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della grafica multimediale, con applicazioni nella progettazione di interfacce e del web, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della "scienza della comunicazione"; le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito del public design.

Alla fine del secondo anno lo studente deve conoscere e comprendere: le tecniche di programmazione e di rappresentazione assistita dal computer fino alla elaborazione di progetti di computer grafica applicata, di livello avanzato; le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito dell'exhibit design, con applicazioni nella progettazione di artefatti espositivi e di carattere pubblico, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della "scienza della comunicazione". Infine lo studente attraverso il laboratorio di sintesi finale, verrà accompagnato nel percorso conclusivo, che è costituito dall'esperienza di tirocinio e dall'esame finale stesso.

## 6. Piano di studio.

Il CdLM in Design Comunicazione Visiva e Multimediale non prevede la presentazione di specifici piani di Studio. Tuttavia, gli studenti che vogliono seguire un percorso formativo nel quale siano presenti crediti in settori affini e integrativi che non siano già compresi nei settori caratterizzanti del CdLM, debbono presentare il loro piano di studio entro il mese di settembre al CdLM a una commissione che ne valuterà la congruenza con gli obiettivi formativi e dunque, la possibilità di accoglimento.

## 7. Insegnamenti e CFU.

vedi manifesto allegato

## 8. Propedeuticità degli esami.

I CdLM in Design Comunicazione Visiva e Multimediale non prevede propedeuticità tra insegnamenti dello stesso anno e tra primo e il secondo anno:

I CdLM non prevede alcun vincolo nel passaggio tra il 1° e il 2° anno.

## 9. Modalità di frequenza.

Il CdLM in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale non prevede la frequenza obbligatoria per nessuno degli insegnamenti attivati.

## 10. Materie a scelta dello studente.

Tali materie (9 CFU) possono essere scelte autonomamente dello studente, purché siano coerenti con il percorso formativo. In particolare i crediti possono essere acquisiti sostenendo uno o più esami:

- nei Corsi di Laurea Magistrale delle Facoltà dell'Ateneo

- in eventuali corsi specificamente attivati dai Corsi di Laurea Magistrale in Design (definiti per ciascun anno accademico)
  - nell'ambito del programma Erasmus
  - presso qualificate strutture di enti, istituti e imprese pubbliche o private operanti nel settore del Disegno Industriale, previa stipula di convenzioni.
- Le materie a scelta, sebbene presenti nel manifesto al 1° semestre del 2° anno, possono essere sostenute già a partire dal 1° semestre del 1° anno.

11. Modalità di verifica delle conoscenze delle lingue straniere (inglese).

Il CdLM in Design Comunicazione Visiva e Multimediale non prevede crediti da attribuire alla conoscenza di una lingua straniera.

12. Tirocinio e modalità di verifica.

Sono previsti specifici cfu (150 ore) per stage e tirocinio obbligatori, da svolgersi presso strutture imprenditoriali attive nell'ambito della comunicazione o presso rinomati studi professionali italiani ed esteri. La scelta della struttura ospitante potrà essere suggerita dalla Facoltà, o proposta dallo studente e comunque soggetta a un'approvazione da parte del Coordinatore del CdLM e del Consiglio Didattico. La verifica di tali attività avverrà, al termine del tirocinio, per mezzo di una sintetica relazione sul lavoro svolto, a firma del tutor aziendale.

13. Prova finale

Per essere ammesso a sostenere l'esame di Laurea Magistrale in Design Comunicazione visiva e Multimediale lo studente dovrà aver superato l'accertamento, con esito positivo, dell'attività didattica, dovrà inoltre avere la certificazione dell'attività di tirocinio.

L'esame di Laurea assume il valore di una "elaborazione originale" di carattere scientifico e tecnico.

A tal fine lo studente dovrà elaborare un book di progetto in formato A5, verticale, contenente:

- un inquadramento teorico del tema affrontato;
- una ricostruzione critica e strutturata dello stato dell'arte;
- un'indagine sulle tecniche e le tecnologie utilizzate nell'ambito indagato, corredate da esemplificazioni su progetti affini;
- descrizione del Concept di progetto;
- descrizione del progetto ad alto contenuto sperimentale in cui si specificano il target e il mercato di riferimento;
- fattibilità tecnica del progetto- tecniche o tecnologie utilizzate;
- ulteriore descrizione del progetto nei suoi dettagli;
- bibliografia

Il suddetto book potrà essere accompagnato da prototipi materiali del progetto.

Sono ammesse tesi di carattere teorico, storico, critico, per le quali l'elaborazione del book assume valore di Elaborato Scientifico finale.

Vista la doppia matrice scientifica del CdL Magistrale \_ Design e Scienze della Comunicazione \_ tutte le tesi finali devono prevedere un relatore/correlatore tra i docenti dell'area del Design e un relatore/correlatore tra i docenti di Scienze della Comunicazione.

La discussione della prova finale dovrà essere assistita da una presentazione multimediale.

14. Tipologia delle forme didattiche adottate e modalità di verifica delle conoscenze acquisite .

L'organizzazione della didattica è semestrale, si articola in una parte formativa orientata all'apprendimento e alla conoscenza di teorie, metodi e discipline; ed in una parte teorico-pratica orientata all'apprendimento e all'esercizio del "saper fare" nel campo delle attività relative alle professioni del Laureato Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale.

In particolare il percorso formativo si articola attraverso Corsi Monodisciplinari (CM), Corsi Integrati (CI), Atelier Progettuali (LP) e attività di Tirocinio.

1 CFU (Credito Formativo Universitario) corrisponde a 25 ore di studio. Sia per quanto riguarda l'attività didattica "frontale" (corsi monodisciplinari CM e corsi integrati CI); che per l'attività didattica progettuale (Atelier Progettuali LP) l'impegno in aula è di 8 ore per credito.

- I Corsi Monodisciplinari (CM), "frontali" sono costituiti da insegnamenti di uno specifico settore disciplinare, sono orientati all'apprendimento e alla conoscenza di teorie, metodi e strumenti disciplinari di base.

- I Corsi Integrati (CI) sono costituiti di più moduli didattici svolti dallo stesso docente o, in forma coordinata, da più docenti, che faranno parte della commissione d'esame presieduta dal docente del Corso Guida. L'integrazione può riguardare sia la stessa area disciplinare, che aree disciplinari differenti. Si concludono con un unico esame di profitto.

I Corsi Integrati possono essere di carattere metodologico strumentale, ovvero destinati alla formazione orientata all'apprendimento e alla conoscenza di teorie, metodi e discipline, o possono essere di carattere sperimentale applicativo ovvero orientati all'apprendimento e all'esercizio del "saper fare" nel campo delle attività strumentali o specifiche delle professioni del Laureato in disegno industriale.

Gli Atelier Progettuali (LP) sono costituiti da più moduli didattici svolti dallo stesso docente o, in forma coordinata, da più docenti che faranno parte della commissione d'esame presieduta dal docente del Corso Guida. Sono orientati al "saper fare", all'esercizio delle attività operative necessarie alla formalizzazione del progetto.

La verifica dell'acquisizione delle conoscenze e capacità progettuali avviene in relazione ai programmi previsti per le singole attività didattiche sull'esito delle prove intermedie (ove previste) e finali: per gli Atelier Progettuali in base ad elaborati grafici, multimediali, e/o per mezzo di modelli (al vero o in scala) dei prodotti progettati, di volta in volta richiesti dalla docenza; per gli insegnamenti critico-teorici attraverso colloqui ed elaborati scritto/grafici di volta in volta richiesti dalla docenza.

Nell'ambito delle suddette attività didattiche potranno essere organizzate altre attività di tipo seminariale e workshop con la possibilità di contributi di esperti esterni a livello nazionale ed internazionale, nonché corsi replicati in teledidattica.

Ciascuna tipologia d'insegnamento si avvarrà di strumenti tecnici adeguati allo svolgimento dell'attività didattica.

15. Modalità di verifica di altre competenze

Parte dell'attività didattica potrà essere svolta anche presso qualificate strutture di enti, istituti e imprese pubbliche o private operanti nel settore del Design per la comunicazione visiva e multimediale, previa stipula di convenzioni che possono prevedere anche l'utilizzazione di esperti appartenenti a tali strutture per attività didattiche speciali.

Le modalità di verifica di tali attività, ed i relativi CFU, verranno di volta in volta regolate dal Consiglio di Corso di Laurea in relazione alle attività previste per gli studenti.

16. Tipologie e modalità del tutorato didattico

Il CdLM organizza, incaricandone uno o più docenti, attività di orientamento e tutorato relative ai programmi di mobilità internazionale degli studenti, in particolare nell'ambito dei programmi di mobilità promossi dall'Ateneo. Le attività di tutorato concernono, inoltre, l'informazione circa il percorso formativo interno al CdLM, sul funzionamento dei servizi e i benefici a favore degli studenti, con la finalità di aiutarli nel loro processo di formazione e favorirne le partecipazioni alle attività accademiche

17. Altre disposizioni

Gli studenti sono tenuti a rispettare tutti gli obblighi previsti dal regolamento didattico di facoltà formulato in base alla l. 270/04 per quanto concerne l'attività curricolare.

### **Criteri seguiti nella trasformazione del corso da ordinamento 509 a 270**

Il Corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, è un corso interfacoltà realizzato con il contributo della Facoltà di Scienze

Politiche, Sociali e della Comunicazione, della Sapienza. L'adeguamento al D.M. 270 è stato attuato in conformità con gli obiettivi di riordino e di riqualificazione previsti dalla legge, senza però stravolgere l'impianto del CDLM interfacoltà in DCVM, già attivo. Tra le azioni perseguite per il Corso di Laurea Magistrale: la riduzione del numero degli esami al di sotto dei 12, e il riequilibrio degli insegnamenti a scelta dello studente. Gli insegnamenti (anche se articolati in moduli) sono stati organizzati per numeri di CFU da 6, 9 e 12. Si è inoltre valorizzata la Prova Finale, come "lavoro originale", attribuendogli un numero maggiore di crediti, pari a 18.

### **Sintesi della relazione tecnica del nucleo di valutazione**

Richiamati i criteri e le procedure esposti nel riassunto della relazione generale del NVA e le note relative alle singole facoltà, acquisiti i pareri della Commissione per l'innovazione didattica, considerate le schede e la documentazione inviate dalla facoltà e dal NVF, il Nucleo attesta che questo corso soddisfa i criteri relativi alla corretta progettazione della proposta, alla definizione delle politiche di accesso, ai requisiti di trasparenza e ai requisiti di numerosità minima di studenti. Il NVA ritiene inoltre che il corso sia pienamente sostenibile rispetto alla docenza di ruolo e non di ruolo e considera adeguati il numero e la capienza delle aule, le altre strutture e i servizi di supporto esistenti che la facoltà può rendere disponibili. Il NVA attesta che la proposta soddisfa tutti i criteri ora valutabili previsti dalla normativa e dal Senato Accademico ed esprime parere favorevole all'istituzione del corso.

### **Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni**

Il Corso di Laurea Magistrale, trasformazione del corso ex D.M.509 che ha avuto consolidati rapporti con soggetti esterni e con il Comitato di Indirizzo della Triennale, ha consultato il suo Comitato di indirizzo composto da associazioni d'impresе, -Confindustria Lazio e FederLazio, ecc.-, rappresentanze degli artigiani, associazioni professionali del design -Adi, AIAP, ecc.-, enti di ricerca. Il comitato ha espresso unanime valutazione positiva con particolare riferimento ai bisogni formativi e agli sbocchi professionali dei laureati magistrali e come il corso formi profili professionali, legati al mondo della Comunicazione, rispondenti alle esigenze del mercato del lavoro nazionale e internazionale. Nell'incontro finale della consultazione a livello di Ateneo del 19 gennaio 2009, considerati i risultati della consultazione telematica che lo ha preceduto, le organizzazioni intervenute hanno valutato favorevolmente la razionalizzazione dell'Offerta Formativa della Sapienza, orientata, oltre che ad una riduzione del numero dei corsi, alla loro diversificazione nelle classi che mostrano un'attrattività elevata e per le quali vi è una copertura di docenti più che adeguata. Inoltre, dopo aver valutato nel dettaglio l'Offerta Formativa delle Facoltà, le organizzazioni stesse hanno espresso parere favorevole all'istituzione dei singoli corsi.

### **Obiettivi formativi specifici del Corso**

Il corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, di durata biennale, è un corso di laurea interfacoltà (Facoltà di Architettura e Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia, Comunicazione). Ha lo scopo di formare una figura di progettista in grado di operare nei campi della comunicazione multimediale, delle numerose declinazioni della progettazione interattiva e ipermediale, della progettazione e produzione di artefatti comunicativi, della realizzazione di interfacce iconiche e tridimensionali, e di ideare e controllare nei suoi aspetti estetici e comunicativi gli artefatti virtuali che interagiscono con la vita quotidiana dell'uomo all'interno di una società industriale matura, e di far uso, della massima varietà di circostanze, dei molteplici strumenti necessari: - per confrontarsi con le dinamiche d'innovazione riferite al prodotto comunicativo (negli aspetti tecnico-produttivi, tecnico-funzionali e formali); - per confrontarsi con le innovazioni socio-culturali, di consumo e di mercato che hanno diretta influenza sulle strategie comunicative, che concorrono alla definizione dell'identità di un'istituzione, di un'impresa o di un qualsivoglia soggetto; - per confrontarsi infine, con gli interventi progettuali sul contesto di produzione e d'uso degli artefatti comunicativi (dagli aspetti qualitativi che contribuiscono a migliorarne la percezione e la fruizione). L'attività di formazione, intrecciata strettamente con l'attività di ricerca, si sviluppa intorno ai seguenti filoni tematici principali: - la grafica editoriale in tutte le sue declinazioni; - il design dell'identità (cioè l'immagine istituzionale e aziendale e le sue strette relazioni con il design dei servizi), - il design dei sistemi informativi e comunicativi (segnaletica, exhibit design, ecc.); - il design dell'interfaccia (il design dei sistemi ipermediali e il design delle interfacce), e in particolare webdesign (siti, portatili, database); - il design e la comunicazione multimediale come la grafica cinetica, il movie design, la new media design. Ciò comporta una solida formazione che raccoglie e finalizza al progetto, oltre agli aspetti metodologico-operativi e teorico-scientifici della cultura del design, gli ambiti transdisciplinari della programmazione e organizzazione della produzione, del marketing industriale, dell'analisi settoriale e intersettoriale, dell'economia aziendale, della conoscenza e controllo dei mezzi e delle tecnologie più appropriate di sviluppo e produzione, dell'informatica e dell'elettronica, della ricerca operativa e per quanto concerne gli ambiti della ricerca artistica e morfologica, della semiotica e linguistica, dell'estetica e delle scienze dell'informazione, dell'iconologia applicata, della sociologia cognitiva e di tutte le discipline dell'interattività sensoriale fra uomo e sistema artificiale. Il percorso formativo, strutturato in corsi teorici e laboratori di progettazione, è articolato in modo che lo studente alla fine del primo anno conosca e comprenda: - le caratteristiche sociali che hanno portato alla definizione e all'evoluzione delle diverse culture visuali; - le dinamiche e le vicende che hanno caratterizzato la riflessione filosofica e pratica delle arti, i saperi delle differenti tradizioni artistiche e loro riformulazioni epistemiche, considerandoli dal punto di vista ermeneutico, storico filosofico, semiotico, retorico e stilistico; - le tecniche di programmazione e di rappresentazione assistita dal computer fino alla elaborazione di progetti di computer grafica; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della grafica identitaria, editoriale e pubblicitaria, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della scienza della comunicazione; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della grafica multimediale, con applicazioni nella progettazione di interfacce e del web, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della scienza della comunicazione; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali con progettazione di artefatti espositivi e di carattere pubblico per i beni culturali, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della scienza della comunicazione. Alla fine del secondo anno lo studente deve conoscere e comprendere: - le tecniche di programmazione e di rappresentazione assistita dal computer fino alla elaborazione di progetti di computer grafica applicata, di livello avanzato; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della computer grafica avanzata e del movie design; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva, nonché esecutiva, di prodotti visuali per l'exhibi design e gli allestimenti, nonché per quanto attiene ad artefatti di uso pubblico e collettivo, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della scienza della comunicazione. Per la definizione della percentuale delle ore/CFU da destinare all'attività di studio individuale si rimanda al Regolamento Didattico.

Il titolo finale di laureato magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, sarà conferito a studenti che siano in grado di dimostrare conoscenze e capacità di comprensione dei fenomeni che hanno generato lo sviluppo e l'elaborazione di prodotti comunicativi, siano essi tradizionali che multimediali, contestualizzandoli nella cultura del progetto di design così come in quella della Comunicazione. Tutto il Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva è impostato sulla interdisciplinarietà, essendo un progetto interfacoltà, per cui soprattutto i Laboratori di Progettazione, integreranno più conoscenze e più competenze, al fine di formare una figura più completa, capace di sintetizzare ed accogliere in modo sinergico e complementare gli apporti da i due ceppi disciplinari, quello della Cultura del Design e quello delle Scienze della Comunicazione. Gli studenti devono acquisire la capacità di valutare la complessità del prodotto visuale, comprendendone rigorosamente i fenomeni che hanno generato il suo sviluppo e la sua elaborazione, rapportandolo con le diverse culture d'impresa, e con le articolate culture del progetto che lo hanno motivato, in un più ampio scenario della ricerca nella comunicazione contemporanea. Dovranno inoltre conoscere e comprendere i processi tecnici, tecnologici e informatici attraverso cui è stato elaborato. In particolare, la Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale ha lo scopo di formare un designer dotato di conoscenze approfondite e

capacità relative a: - capacità di analisi, di lettura e valutazione, sia in termini storico critici che tecnici del prodotto di comunicazione visiva, relativamente ai complessi e variegati scenari che compongono la cultura moderna e contemporanea; - capacità di analisi, di lettura e valutazione, sia in termini storico critici che tecnici del prodotto di comunicazione visiva, relativamente ai media per cui si il prodotto è pensato, siano essi media a stampa (giornali, riviste, ecc.) sia media dinamici quali cinema, televisione, e soprattutto web; - capacità di comprensione delle diverse problematiche e delle possibili sinergie che si attivano tra i diversi media ed i prodotti di comunicazione visuale; - capacità di comprensione dei processi tecnici e tecnologiche nel loro insieme, con le relative caratteristiche e complessità, che sottendono l'elaborazione del prodotto visuale; - capacità di comprensione dei legami e dei portati economici e sociali dei prodotti visuali; Tali conoscenze e capacità saranno raggiunte attraverso la frequenza agli insegnamenti caratterizzanti teorici (Corsi Monodisciplinari o Integrati), erogati prevalentemente attraverso una didattica frontale e workshop, e ai Laboratori di Sperimentazione pratica e progettuale previsti dal percorso formativo, nonché durante l'attività di tirocinio. La conoscenza e la capacità di comprensione sarà inoltre acquisita attraverso esercitazioni, seminari, svolgimenti individuali e la frequentazione di biblioteche. La verifica sarà attuata attraverso prove di apprendimento in itinere e prove di esame, nonché nella analisi delle attività ed elaborati relativi alla prova finale, che sarà certamente un lavoro originale. La prova finale darà modo di testare il livello di maturazione raggiunto, l'espressione e il grado di originalità raggiunti dal singolo negli approfondimenti degli aspetti storico-critici e nella capacità di sintesi progettuale e, più in generale di comprendere la capacità di gestione del bagaglio di conoscenze e metodologie acquisite nell'arco del biennio attraverso studi individuali, di gruppo e l'insieme delle esperienze didattiche condotte.

Il Design, in ogni sua declinazione, compresa la Comunicazione, è, di fatto, un'attività che si fonda sull'applicazione della creatività all'universo degli artefatti materiali e immateriali, nei diversi settori merceologici. La progettazione grafica e visuale è quindi un momento di sintesi e di applicazione di conoscenze. In ambito didattico tale momento di sintesi e di applicazione delle conoscenze, già acquisite attraverso gli insegnamenti teorici, e strumentali (rappresentazione, computer grafica, ecc.), è rappresentato dai Laboratori di progettazione, in cui lo studente, è guidato a sviluppare soluzioni progettuali a temi assegnati, acquisendo una metodologia specifica di elaborazione progettuale. Per cui il titolo finale di Laureato Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, sarà conferito a studenti che siano in grado di applicare le conoscenze acquisite durante il percorso formativo in un saper fare declinato nei diversi ambiti progettuali della comunicazione visuale. Tali conoscenze dovranno consentire Trasferimenti tecnologici, morfologici e linguistici tra ambiti più maturi della comunicazione visiva e multimediale, rispetto ad altri in via di sviluppo. Dovranno altresì consentire di applicare le conoscenze acquisite in contesti economici e culturali diversi, lì dove è più forte la domanda di ricerca di nuovi artefatti comunicativi. Il laureato Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale dovrà, in relazione agli studi sviluppati: - saper sviluppare pienamente e in modo approfondito temi di ricerca in maniera sperimentale e in piena autonomia nell'individuazione dei problemi e delle tematiche rilevanti, da affrontare con la convergenza di una pluralità di contributi disciplinari. -saper descrivere e utilizzare alcuni degli strumenti di lettura più consolidati tra quelli elaborati nel tempo da studiosi ed esperti, professionalmente accreditati al fine di interpretare la produzione artistica e del design contemporanei; -saper coordinare, integrare e articolare tanto i fattori relativi alla produzione che quelli relativi all'uso, alla fruizione e al consumo che concorrono alla definizione del sistema prodotto, servizio, comunicazione. - saper realizzare, gestire e utilizzare differenti sistemi di elaborazione delle informazioni in relazione a diversi contesti applicativi con metodologie e tecniche appropriate; -saper utilizzare i metodi e le tecnologie relative ai sistemi di elaborazione delle informazioni più innovativi nell'ambito della progettazione visuale, i software di gestione, elaborazione e trattamento dei dati, e controllare le problematiche di usabilità delle interfacce uomo-macchina; - saper effettuare analisi approfondite e rigorose sull'evoluzione dei linguaggi, delle morfologie, delle tipologie e delle tecnologie di prodotti visuali e multimediali; - progettare e controllare in modo globale ed estremamente approfondito le varie scale del progetto, operando anche tramite ricerche mirate a trasferimenti tecnici tra ambiti produttivi più maturi rispetto ad altri in via di sviluppo; - padroneggiare tecniche e conoscenze sui sistemi di produzione di artefatti comunicativi, dai processi di stampa e riproduzione, alle diverse piattaforme tecnologiche multimediali, in ambito anche web, nonché dimostrare di essere in grado di controllare tecnicamente, alle varie scale progettuali, fino al più minuto dettaglio, il prodotto o il sistema di prodotti visuali oggetto della sperimentazione progettuale. La verifica dell'acquisizione di tali competenze avverrà soprattutto in base ad elaborati grafici, e multimediali dei prodotti visuali progettati. Verranno inoltre valutate sia in sede di esami che di prova finale le capacità di esporre, comunicare e sostenere le scelte analitico-progettuali.

### **Autonomia di giudizio**

Il titolo finale di laureato magistrale in Design, omunicazione Visiva e Multimediale, sarà conferito a studenti che abbiano la capacità di acquisire ed elaborare in modo originale dati relativi al design della comunicazione, nei suoi diversi contesti socio-culturali e tecnologici. L'autonomia di giudizio è richiesta e alimentata fin dai primi gradi dell'iter formativo: a questo scopo i Corsi Integrati forniscono conoscenze e strumentazioni per sviluppare l'attitudine critica, mentre i Laboratori indirizzano il laureando a un esercizio dell'autonomia di giudizio in senso interpretativo e propositivo relativamente a temi emergenti e alle possibili soluzioni progettuali. Le questioni con cui si deve confrontare lo studente della classe Magistrale LM12 sono spesso di tipo predittivo, legate cioè alla visione di tendenze socio-comportamentali, nonché alla recepimento delle più innovative e avanguardistiche soluzioni tecnologiche disponibili sul mercato, soprattutto nell'ambito della comunicazione visuale. È proprio nella capacità di saper cogliere in anticipo tali innovazioni latenti che consiste l'abilità del progettista che il Corso di Laurea magistrale vuole preparare. Le ricerche e gli approfondimenti storico-critici sulla progettazione visiva e sulle reciproche influenze tra l'arte, il design, l'architettura e le nuove tecnologie, devono quindi essere prospettate non solo come acquisizione di conoscenze, ma anche come stimolo a sviluppare autonome interpretazioni e riflessioni sulle possibili tematiche al fine di formulare proposte progettuali, di artefatti sia materiali che immateriali. La padronanza delle tecniche di ricerca e di analisi, e di una loro autonoma interpretazione sarà verificata attraverso l'originalità e la completezza delle elaborazioni di tipo tecnico e dalla capacità di sostenere le scelte analitico-progettuali, in un contesto fluido e dinamico.

### **Abilità comunicative**

La laurea magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, sarà conferita a studenti che abbiano acquisito la capacità di comunicare, dal punto di vista grafico, informatico, e verbale, le conoscenze acquisite nel corso degli studi, e le problematiche aperte a cui hanno dato soluzione con le diverse proposte tecniche e progettuali a interlocutori sia specialisti che non specialisti. Tale abilità comunicativa dovrà essere chiara e logica, con strutture narrative e descrittive razionali, su cui far convergere modalità esplicative ipertestuali. Gli studenti devono essere inoltre in grado di esporre le proprie soluzioni tecnico/progettuali in almeno una lingua dell'Unione Europea, oltre l'Italiano. Per fare ciò, in sede didattica, soprattutto negli atelier di progettazione, gli studenti saranno messi in grado di acquisire gli strumenti e le tecniche per migliorare le suddette abilità comunicative, attraverso esercitazioni che prevedono la simulazione di presentazioni o scambi d'informazione e di conoscenza, e addestreranno a controllare il linguaggio, parlato e scritto, con abstract dinanzi ad una platea di docenti, secondo tempi contingenti, accompagnate anche da immagini esplicative. Gli studenti dovranno, infatti, saper utilizzare le tecniche comunicative di ultima generazione (presentazioni in power point, costruzioni di video e di prodotti multimediali, realizzazioni di siti dimostrativi ecc.) e comunicare in almeno una lingua dell'Unione Europea. La verifica dell'acquisizione della capacità di comunicare allena gli studenti a interloquire con soggetti altri ed è, quindi, propedeutica ad affrontare le dinamiche dei processi partecipativi, fondamentali nella professione del progettista.

### **Capacità di apprendimento**

La capacità di apprendimento sarà valutata in base all'iter formativo individuale, al curriculum degli studi, ai successivi gradi di acquisizione di conoscenze e capacità acquisite nel tempo. Sarà inoltre considerata a tal proposito la singolarità dell'approccio progettuale, che di fatto rappresenta un indicatore della

capacità di apprendimento, così come la modalità di gestire l'approfondimento sia personale, sia in relazione alle attività di gruppo. Sarà altresì considerata la capacità di apprendere autonomamente dati quantitativi e qualitativi peculiari al design nell'ambito specifico della comunicazione, al fine di proseguire ulteriormente gli studi o intraprendere la professione o l'attività di ricerca nell'ambito di specifici dottorati. Lo studente deve dimostrare una capacità di aggiornamento con un buon grado di autonomia necessaria soprattutto nel campo della critica e teoria del design della comunicazione, delle tecniche di rappresentazione, nelle tecniche di stampa e di produzione multimediale, nella conoscenza e nella gestione dei linguaggi della contemporaneità. La verifica della capacità di apprendimento sarà effettuata attraverso verifiche in itinere, workshop, prove di esame.

### **Requisiti di ammissione**

Le conoscenze richieste per l'accesso diretto al Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale sono quelle acquisite prevalentemente attraverso Corsi di Laurea triennali appartenenti alla classe L4 (ex L42) di Disegno Industriale ed L 20 (ex L14) , o corsi ritenuti equipollenti, o comunque attraverso corsi di cui è possibile costruire delle corrispondenze tra insegnamenti e Settori Scientifico Disciplinari. Coloro che vogliono accedere al Corso di Laurea Magistrale in Design comunicazione visiva e multimediale devono essere in possesso di una Laurea o di un Diploma di Laurea Triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Le conoscenze devono comunque concernere una formazione di base, in ambito scientifico, tecnologico, del progetto, umanistico e della rappresentazione, per un minimo di 32 CFU. Devono altresì comprendere una formazione caratterizzante nell'ambito del Design e delle Comunicazioni Multimediali, nelle Discipline Tecnologiche e Ingegneristiche e nell'area delle Scienze economiche e sociali per un minimo di 52 CFU. Oltre alla suddetta preparazione di base gli studenti devono avere un'adeguata conoscenza della lingua inglese. Le modalità di verifica dell'adeguatezza della personale preparazione sono definite nel Regolamento Didattico del corso di studio.

### **Prova finale**

Per essere ammesso a sostenere l'esame di Laurea Magistrale in Design Comunicazione visiva e Multimediale lo studente dovrà aver superato l'accertamento, con esito positivo, dell'attività didattica, dovrà inoltre avere la certificazione dell'attività di tirocinio. L'esame di Laurea assume il valore di una "elaborazione originale" di carattere scientifico e tecnico, ad alto contenuto sperimentale. Accanto alla presentazione della stessa lo studente deve esibire la preparazione globale attraverso un volume (gestito tanto in italiano che in inglese) sulla ricerca realizzata, e quella professionale attraverso una specifica elaborazione progettuale congruente con l'attività di tirocinio svolta e secondo modalità stabilite dal Consiglio di Corso di Laurea. Ove necessario sarà richiesto lo sviluppo di un prodotto di comunicazione (filmato, libro, ecc.) realistico.

Ambiti professionali dell'attività del laureato magistrale sono costituiti, tra gli altri, da tutti i settori della comunicazione, dei servizi e dei nuovi media. I laureati potranno svolgere attività come liberi professionisti o collaboratori per servizi di progettazione, le imprese e le aziende, le agenzie che operano nel campo del disegno industriale, delle comunicazioni visive e multimediali.

### **Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe**

L'Offerta formativa della Facoltà di Architettura della Sapienza di 2° livello nell'ambito della classe Lm12 prevede 2 Corsi di laurea magistrale in Design. I corsi sono denominati: Design del Prodotto, e con un percorso di Laurea a doppio titolo con la Faculdade de Belas-Artes dell'Universidade di Lisbona, Dipartimento di Design de Equipamento e Design, Comunicazione Visiva e Multimediale interfacoltà - Facoltà di Architettura e Facoltà di Scienze politiche, Sociali e della Comunicazione - interdipartimentale con il dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale e rispondono all'esigenza di offrire un percorso formativo specialistico relativo a due dei tre filoni disciplinari presenti, fin dal primo anno, nel corso di Laurea triennale della stessa Facoltà, quali sono rispettivamente il Product design e il Visual Design. La disciplina del disegno industriale, seppur recente, è articolata in numerosi ambiti che la stessa classe di Laurea Magistrale LM12 riconosce come curricula declinabili, tra questi: designer di prodotto includendo tutti i settori relativi ai beni di consumo o designer che opera all'interno di tutti i settori più avanzati della comunicazione, includendo tutti i settori emergenti della comunicazione legati ai new media. Ed è quindi su questa declinabilità, di due tra i più importanti settori della progettazione industriale, che si struttura il progetto della Facoltà di Architettura della Sapienza. L'Offerta formativa dei due Corsi di Laurea Magistrale risponde inoltre ad una ragione storica. La formazione universitaria nell'ambito del Disegno Industriale è presente all'interno di questa Facoltà fin dal suo esordio, nel 1994. Da quella data in poi, sono stati seguiti tutti i processi evolutivi e normativi che hanno consentito di organizzare un'offerta 3+2 nelle classi L42 e L103S in 509. Tale offerta, trasformata in 3+2 secondo le nuove classi L4 ed LM12, si inserisce nel progetto formativo della facoltà di Architettura della Sapienza. Nell'ambito delle Classi Magistrali sono state sperimentate anche modalità di organizzazione consortili. La Laurea Specialistica in Disegno Industriale, è stata per alcuni anni erogata in consorzio con l'Ateneo di Camerino, mentre quella in Design Comunicazione Visiva e Multimediale è stata un Corso Interfacoltà con la Facoltà di Scienze di Scienze politiche, Sociali e della Comunicazione. Comunicazione della Sapienza. Infine, in merito ai contenuti, i due ordinamenti differiscono nell'impostazione proprio in virtù dei diversi ambiti di applicazione del design su cui sono strutturate. La Laurea Magistrale in Design del Prodotto, oltre ai contributi dalle scienze sociali, storiche e umanistiche integra fortemente gli insegnamenti progettuali, con discipline tecnologiche, ingegneristiche e della rappresentazione, con l'obiettivo di formare un designer specializzato nella progettazione e gestione di prodotti, con particolare attenzione ai processi di produzione alle verifiche, al controllo dell'ingegnerizzazione dei prodotti. La Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale oltre ai contributi dalle scienze sociali, storiche e umanistiche, orientati alla comunicazione, integra invece fortemente gli insegnamenti progettuali, con discipline legate alla progettazione grafica, alla rappresentazione, e alle tecnologie dei new media, con l'obiettivo di formare un designer specializzato nella progettazione e gestione di prodotti grafici e di comunicazione.

### **Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini**

L-ART/03 è qui inteso nella componente specifica della Storia dell'Arte Contemporanea declinata nell'ambito della Storia della Comunicazione Visuale, una storia della comunicazione visiva approfondita sia dal punto di vista teorico che pratico. L-ART/06 è qui inteso come specifica attività laboratoriale nell'ambito della fotografia, cinema e televisione Il regolamento didattico del corso di studio e l'offerta formativa saranno tali da consentire agli studenti che lo vogliono di seguire percorsi formativi nei quali sia presente un'adeguata quantità di crediti in settori affini e integrativi che non sono già caratterizzanti.

### **Organizzazione e responsabilità della AQ a livello del Corso di Studio**

Il team qualità del Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale è costituito da: Prof. Carlo Martino, coordinatore del Corso di Laurea, prof.ssa Elena Valentini responsabile AQ; Prof. Francesco D'amato, coordinatore del Corso di Laurea Magistrale dal 2009 al 2011, prof. Tommaso Empler. Le attività sono così ripartite: Valentini oltre all'organizzazione generale del sistema di Assicurazione delle Qualità segue in particolar modo le attività relative al monitoraggio delle opinioni degli studenti; il prof. D'amato la parte relative agli spazi e alle infrastrutture e condivide, come ex coordinatore, con il prof. Martino, l'organizzazione e l'architettura del progetto didattico, comprese le attività d'interfaccia con le parti interessate. Il prof. Empler segue il

monitoraggio e la valutazione delle attività esterne, Tirocinio, Erasmus e placement lavorativo. Il team ha redatto i rapporti di autovalutazione 2009\_2011 nonché la scheda di riesame 2011.12.

## **Il Corso di Studio in breve**

Il corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, di durata biennale, è interfacoltà (Facoltà di Architettura e Facoltà di Scienze Politiche, Sociologia e Scienze della Comunicazione) e interdipartimentale - Dipartimenti Data e Comunicazione e Ricerca Sociale della Sapienza. Ha lo scopo di formare una figura di progettista in grado di operare nei campi della comunicazione multimediale, delle numerose declinazioni della progettazione interattiva e ipermediale, della progettazione e produzione di artefatti comunicativi, della realizzazione di interfacce iconiche e tridimensionali, e di ideare e controllare nei suoi aspetti estetici e comunicativi gli artefatti virtuali che interagiscono con la vita quotidiana dell'uomo all'interno di una società industriale matura, e di far uso, della massima varietà di circostanze, dei molteplici strumenti necessari: • per confrontarsi con le dinamiche d'innovazione riferite al prodotto comunicativo (negli aspetti tecnico-produttivi, tecnico-funzionali e formali); • per confrontarsi con le innovazioni socio-culturali, di consumo e di mercato che hanno diretta influenza sulle strategie comunicative, che concorrono alla definizione dell'identità di un'istituzione, di un'impresa o di un qualsivoglia soggetto; • per confrontarsi infine, con gli interventi progettuali sul contesto di produzione e d'uso degli artefatti comunicativi (dagli aspetti qualitativi che contribuiscono a migliorarne la percezione e la fruizione). L'attività di formazione, intrecciata strettamente con l'attività di ricerca, si sviluppa intorno ai seguenti filoni tematici principali: • la grafica editoriale in tutte le sue declinazioni; • il design dell'identità (cioè l'immagine istituzionale e aziendale e le sue strette relazioni con il design dei servizi), • il design dei sistemi informativi e comunicativi (segnaletica, exhibit design, ecc.); • il design dell'interfaccia (il design dei sistemi ipermediali e il design delle interfacce), e in particolare webdesign (siti, portatili, database); • il design e la comunicazione multimediale come la grafica cinetica, il movie design, la new media design. Ciò comporta una solida formazione che raccolga e finalizzi al progetto, oltre agli aspetti metodologico-operativi e teorico scientifici della cultura del design, gli ambiti transdisciplinari della programmazione e organizzazione della produzione, del marketing industriale, dell'analisi settoriale e intersettoriale, dell'economia aziendale, della conoscenza e controllo dei mezzi e delle tecnologie più appropriate di sviluppo e produzione, dell'informatica e dell'elettronica, della ricerca operativa e per quanto concerne gli ambiti della ricerca artistica e morfologica, della semiotica e linguistica, dell'estetica e delle scienze dell'informazione, dell'iconologia applicata, della sociologia cognitiva e di tutte le discipline dell'interattività sensoriale fra uomo e sistema artificiale.

## **Aule**

## **Laboratori e Aule Informatiche**

## **Sale Studio**

## **Biblioteche**

**Offerta didattica**
**Primo anno**
**Primo semestre**

Denominazione	Att. Form.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
<b>1023681 - ORGANIZZAZIONE DELLE DINAMICHE VISUALI NELLO SPAZIO SOCIALE</b>	B	SPS/07	6	48	AP	ITA
<b>1038001 - TEORIE E DISEGNO DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE</b>	B	ICAR/17	6	48	AP	ITA
<b>1038000 - COMPUTER GRAFICA</b>	B	ICAR/17	6	48	AP	ITA
<b>1036309 - ATELIER DI PUBLIC DESIGN</b> COMUNICAZIONE E MARKETING DELLA CULTURA	C	SPS/10	6	48	AP	ITA
DISEGNO PER IL PUBLIC DESIGN	B	ICAR/17	6	48		

**Secondo semestre**

Denominazione	Att. Form.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
<b>1036179 - STORIA DELLE ARTI VISIVE</b>	B	L-ART/06	6	48	AP	ITA
<b>1026394 - ATELIER DI VISUAL E GRAPHIC DESIGN</b>						
LABORATORIO DI VISUAL E GRAPHIC DESIGN	B	ICAR/13	6	48	AP	ITA
MEDIA E COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA	B	SPS/08	6	48		
<b>1036221 - ATELIER DI MULTIMEDIA DESIGN</b> IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DEI PRODOTTI MULTIMEDIALI I	B	SPS/08	6	48	AP	ITA
MORFOLOGIA TECNOLOGIA E TIPOLOGIA DEGLI ARTEFATTI COMUNICATIVI	B	ICAR/13	6	48		

**Secondo anno**
**Primo semestre**

Denominazione	Att. Form.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
<b>1038002 - ATELIER DI VISUAL E MULTIMEDIA DESIGN</b>	B	ICAR/13	9	72	AP	ITA
<b>1038003 - ATELIER DI PUBLIC DESIGN II</b> PUBLIC DESIGN II	B	ICAR/13	6	48	AP	ITA
LABORATORIO DI PUBLIC DESIGN II	C	ICAR/14	6	48		
<b>-- A SCELTA DELLO STUDENTE</b>	D		9	72	AP	ITA



**Secondo semestre**

Denominazione	Att. Form.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
<b>1038382 - LABORATORIO DI SINTESI FINALE IN DESIGN COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE</b>						
PSICOLOGIA DEI CONSUMI E DELLA PUBBLICITA'	B	M-PSI/05	3	24	AP	ITA
LABORATORIO DI SINTESI FINALE	B	ICAR/13	3	24		
<b>AAF1152 - ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO</b>	F		6	150	I	ITA
<b>AAF1016 - PROVA FINALE</b>	E		18	200	I	ITA

## Dettaglio dei gruppi opzionali

Denominazione	Att. Form.	SSD	CFU	Ore	Tip. Att.	Lingua
---------------	------------	-----	-----	-----	-----------	--------

### Legenda

**Tip. Att. (Tipo di attestato):** **AP** (Attestazione di profitto), **AF** (Attestazione di frequenza), **I** (Idoneità)

**Att. Form. (Attività formativa):** **A** (Attività formative di base), **B** (Attività formative caratterizzanti), **C** (Attività formative affini o integrative), **D** (Attività formative a scelta dello studente), **E (Per la prova finale e la lingua straniera)**, **F (Ulteriori attività formative)**, **R** (Affini e ambito di sede), **S** (Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali)

## Obiettivi formativi

### A SCELTA DELLO STUDENTE

in - Secondo anno - Primo semestre

Gli studenti potranno approfondire temi di interesse specifico per acquisire maggiori competenze nel loro ambito di studio.

(English)

The student is allowed to choose one or more courses offered within any first cycle degree program at Sapienza, provided that they are coherent with his learning path.

### ALTRE CONOSCENZE UTILI PER L'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO

in - Secondo anno - Secondo semestre

Obiettivo specifico è quello di consentire allo studente di coadiuvare le sue conoscenze storiche con quelle più specifiche per l'inserimento nel futuro mondo del lavoro.

(English)

The specific aim is to enable the student to assist him with the more specific knowledge for inclusion in the future world of work.

### ATELIER DI MULTIMEDIA DESIGN

in - Primo anno - Secondo semestre

\_ ATELIER DI MULTIMEDIA DESIGN Ideazione e Progettazione dei Prodotti Multimediali 6 CFU SPS/08 Morfologia Tecnologica e Tipologia degli Artefatti comunicativi 6CFU ICAR/13 Obiettivi: -

Far acquisire conoscenze specifiche nell'ambito della cultura degli artefatti comunicativi - Saper metter in relazione testi e immagini, per promuovere un'attitudine al progetto trasversale adeguato alla contemporanea complessità delle esigenze di comunicazione e fruizione - Introdurre i concetti base legati all'editoria multimediale, anche con riferimento al settore dei beni culturali - Illustrare le principali metodologie di lavoro per la progettazione (con accenni alla produzione e distribuzione) di un prodotto multimediale e i relativi concetti teorici Descrizione: - Studi e analisi morfologiche, tecnologiche e tipologiche dei principali gruppi di artefatti comunicativi - Storia ed evoluzione delle tecniche dell'arte numerica - Contaminazioni e reciproche influenze tra tecnologie digitali e progetto architettonico e di design - Sperimentazioni progettuali con la messa in regia di fenomeni visivi (video, proiezioni...) - Concetti di base di editoria multimediale - Le fasi di ideazione e progettazione di un titolo ipermediale - Introduzione al web focalizzando l'analisi sulla situazione attuale del design visivo e l'integrazione tra media Risultati di apprendimento attesi: Al termine del corso gli studenti avranno acquisito conoscenze e competenze su: - analisi morfologica, tecnologica e tipologica dei principali gruppi di artefatti comunicativi; - progettazione di un prodotto grafico e/o multimediale mirato alla sperimentazione di tecnologie digitali - repertori di immagini propri delle arti visive; - analisi e progettazione di un prodotto ipermediale nelle sue componenti progettuali, linguistiche e strutturali; - principi di swot analysis; - web 2.0 e sui suoi principali strumenti.

(English)

#### MULTIMEDIA DESIGN WORKSHOP

Course objectives:

- To acquire specific knowledge in the culture of communication artefacts
- To be able to associate texts and images, to promote a cross-disciplinary design attitude suited to the contemporary complexity of communication and performance demands
- To introduce basic concepts related to multimedia publishing, also with reference to the cultural heritage sector
- To illustrate main work methodologies by designing (touching on production and distribution) a multimedia product and related theoretical concepts

Prerequisites to meet these objectives:

- What is multimedia publishing (with specific examination of the world of art and cultural heritage)
- Origins and development trends in multimedia publishing (focus on off line)
- The phases in developing and designing a hypermedia title: from the concept to distribution
- Professionals in multimedia publishing
- Relationship between on-line and off-line multimedia publishing: current status and prospects for development, also with respect to web 2.0 and web 3.0
- Know the topics, theories and methodologies dedicated to the study of morphological, typological and technological aspects in producing intangible products
- Know and analyse repertoires of images and techniques, in order to classify groups of similar communication artefacts and understand their evolution over time
- Understand the values of design and social innovation specific to new behaviours in complex contexts
- Be able to put in relation artistic expressions like texts and images, in order to promote a cross-disciplinary design attitude

## ATELIER DI PUBLIC DESIGN

in - Primo anno - Primo semestre

ATELIER DI PUBLIC DESIGN Comunicazione e Marketing della cultura 6 CFU SPS/10 Disegno per il Public Design 6 CFU ICAR/17

Obiettivo del corso è di fornire agli studenti conoscenze, linguaggi, strumenti e metodi per affrontare il progetto di un prodotto visuale a valenza pubblica con un approccio critico e multidisciplinare. Il campo di applicazione di tali prodotti, che rispondono ad azioni comunicative complesse, è molto ampio. Tali artefatti e manufatti comunicativi possono infatti riguardare lo spazio pubblico – da quello fisico a quello virtuale, dal territorio al web -, le istituzioni e gli enti pubblici, le questioni di grande rilevanza sociale e culturale, possono prendere forma attraverso eventi pubblici e culturali, istituzionali o meno, mostre o performances, campagne ed eventi sociali, ecc. Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà essere in grado di: - riconoscere ed identificare i principali caratteri dei prodotti visuali a valenza pubblica, anche nel loro sviluppo storico; - analizzare, tipizzare, sistematizzare e valutare i principali caratteri dei prodotti visuali a valenza pubblica;

- conoscere e prefigurare le diverse fasi nella progettazione di un prodotto visuale a valenza pubblica (dall'ideazione alla realizzazione); - sperimentare consapevolmente il progetto di un prodotto visuale a valenza pubblica con particolare attenzione al rapporto di interferenza tra nuovi linguaggi comunicativi e la cultura di progetto. - sperimentare linguaggi e strumenti comunicativi diversi, utilizzando diverse forme di visualizzazione in quanto dispositivi utili sia all'analisi e alla comprensione e sia alla sintesi comunicativo-progettuale e alla condivisione della conoscenza. Per il raggiungimento di tali risultati l'Atelier è articolato in lezioni frontali, seminari e sperimentazioni approntate in relazione ai diversi argomenti di natura teorica, metodologica, tecnica ed operativa. In particolare il corso sarà caratterizzato dalla continua relazione e rispondenza tra il momento analitico-conoscitivo e quello sperimentale, con la finalità di partecipare anche all'incremento di sensibilità e responsabilità sociale del futuro designer.

(English)

### PUBLIC DESIGN WORKSHOP

Course objectives:

*To teach students to appropriately manage the design of an exhibit to present commercial and industrial products and the companies to which they are linked. Students also develop specific skills in major approaches to development, design and management of a cultural event, from the topic of the event's concept and from a historical and typological recognition of cultural events.*

Prerequisites to meet these objectives:

*Students must have good knowledge of:*

- contemporary architecture, art and design
- representation of space through computer-aided design
- material technologies
- history of art and culture
- design methods and systems

## ATELIER DI PUBLIC DESIGN II

in - Secondo anno - Primo semestre

ATELIER DI PUBLIC DESIGN 2

Public Design 2 (ICAR/13 – 6 CFU)

Laboratorio di Public Design 2 (ICAR/14 – 6 CFU)

L'ambito disciplinare del corso è quello del public design, inteso come progettazione dello spazio pubblico. Appartiene, dunque, all'ambito della sfera collettiva, esterna rispetto a quella privata ed individuale. Si tratta di luoghi pubblici - esterni ed interni - con funzioni diverse: piazze, strade, spazi per attività culturali, per esporre, per mostrare, per condividere, spazi per il commercio.

Il corso, pur avendo carattere laboratoriale finalizzato allo sviluppo di competenze applicate, fornisce anche un apparato teorico relativo a tale ambito, indispensabile ad una progettazione consapevole. Infatti, lo specifico obiettivo dell'Atelier di Public Design 2 - al quale concorrono due insegnamenti tra loro complementari - è trasferire allo studente gli strumenti metodologici, critici ed operativi per comprendere le questioni fondamentali relative al progetto degli spazi pubblici dal punto di vista morfologico, tecnologico e funzionale.

Le competenze e i saperi coinvolti sono trasversali: dagli aspetti tecnico-progettuali legati alla fisicità degli interventi, con particolare attenzione alla compatibilità ambientale, a quelli più propriamente comunicativi, materiali e immateriali.

Alla conclusione del corso lo studente dovrà essere in grado di progettare uno spazio pubblico di media complessità e di saperlo rappresentare sia in forma sintetica che tecnica.

## ATELIER DI VISUAL E GRAPHIC DESIGN

in - Primo anno - Secondo semestre

ATELIER DI VISUAL E GRAPHIC DESIGN Laboratorio di Visual e Graphic Design (ICAR/13 – 6 CFU) Media e Comunicazione Pubblicitaria (SPS/08 – 6 CFU)

Il corso intende sia offrire stimoli di metodo e riflessioni sulle nuove tecniche della comunicazione visiva, sia fornire conoscenze di base sui linguaggi, sulla pianificazione strategica e sulle tecniche della comunicazione pubblicitaria declinata per diversi media.

Da un lato, dunque, verrà offerta una visione del panorama e delle prospettive sui nuovi modi di fare comunicazione visiva e gli studenti saranno invitati a riflettere sulle loro capacità creative e ad esplorare nuovi metodi di ideazione e progettazione; dall'altro si forniranno competenze inerenti pianificazione e realizzazione di una campagna, alla luce delle più recenti tendenze di evoluzione del mercato e dei nuovi canali disponibili. Le due direttrici convergeranno all'interno di un progetto di comunicazione che gli studenti dovranno elaborare, dal concept alla realizzazione, passando per la pianificazione strategica. Risultati di apprendimento attesi: gli studenti saranno in grado di progettare e realizzare una campagna di comunicazione integrata, dalla fase di ideazione a

partire dal brief del committente, integrando pianificazione strategica, progettazione dettagliata della campagna e concreta realizzazione degli output di comunicazione.

(English)

### VISUAL AND GRAPHIC DESIGN WORKSHOP

Course objectives:

*The course provides methodological stimuli, and considerations of new visual communication techniques, and provides basic knowledge on languages, strategic planning and advertising techniques on various media.*

*Therefore, on the one hand, students will be provided with an overview of the panorama and prospective of new ways of doing visual communication and invited to consider their own creative skills, and explore new development and design methods. On the other, students will develop planning skills inherent to the creation of a campaign, in light of the most recent market trends and new channels available. These two directions converge in a communication project that students must develop, from the concept to creation, including strategic planning.*

Prerequisites to meet these objectives:

*Foundations of media and communication theory, knowledge of the complexity of design methodologies in graphic design and their field of application, recognition of contemporary styles, conscious use of print, ability to interpret a topic through an editorial design.*

## ATELIER DI VISUAL E MULTIMEDIA DESIGN

in - Secondo anno - Primo semestre

### ATELIER DI VISUAL E MULTIMEDIA DESIGN (ICAR/13 – 9 CFU)

Il corso ha come obiettivo la conoscenza operativa da parte dello studente, degli strumenti più importanti del design multimediale unendo una tecnica base di ricerca e movimento sulla rete, alla spinta creativa propria dei frequentanti. Di fatto il corso si muoverà sviluppandole entrambe, prima sul piano strettamente teorico/tecnico e poi su quello strettamente pratico con esperienze dirette e valutazioni sulla realtà della rete.

Lo studente dovrà conoscere e padroneggiare i principali strumenti di valutazione in primis e quelli di sviluppo del design multimediale. Dovrà dimostrare inoltre capacità di ragionamento sul “surfing” ed una conoscenza delle risposte più comuni alle problematiche di messa in rete e “surviving”. Saperi acquisiti attraverso gli Atelier del 1° anno, e attraverso l'insegnamento di Computer Grafica.

L'attività formativa si divide in due fasi principali. Nella prima verranno presentati, tramite esempi notevoli, i nodi più importanti della progettazione, analizzati e scomposti nelle componenti fondamentali, analisi che lo studente dovrà ripetere declassificando o strutturando quest'ultime davanti ad un proprio lavoro di repertorio o ex novo. Ad analisi conclusa si procederà, nella seconda fase, al ridisegno di contenuti ed accessibilità, prima sul piano strettamente accademico, e poi sul piano della customizzazione. Un'appendice sarà dedicata all'applicazione degli strumenti innovativi in corso di sperimentazione, che saranno identificati tramite ricerche di tendenza.

(English)

### VISUAL AND MULTIMEDIA DESIGN WORKSHOP (ICAR/13 – 9 CFU)

The aim of the course is to provide students with a working knowledge of the most important multimedia design tools, by combining a basic net surfing and research technique with the creative élan participants are expected to demonstrate. Both aspects will be developed during the course, initially at a theoretical/technical level and subsequently at a strictly practical level, involving hands-on experience and evaluations of the state of the art of the net.

Students will gain a command of the main tools for firstly evaluating, and subsequently developing, multimedia design. They will be expected to demonstrate an ability to reason as regards surfing and a knowledge of the most common ways of dealing with networking and “surviving”, skills acquired during the first-year workshops and through Computer Graphics teaching.

The course will be divided into two main stages. The first will comprise a presentation, through noteworthy examples, of the most important points regarding design, analysed and broken down into its fundamental component parts. Students will be expected to repeat this analysis, declassifying or structuring the component parts in relation to an existing or new work of their own. Once this analysis has been completed, the second stage will involve redesigning content and accessibility, initially at a strictly academic level and subsequently at a customised level. A supplementary element of the workshop will cover the application of the innovative tools currently being experimented with, to be identified through trend research.

## COMPUTER GRAFICA

in - Primo anno - Primo semestre

### COMPUTER GRAFICA 6 CFU ICAR/17

Stimolare nello studente la capacità critica nella definizione e nell'uso della computer grafica. Si indirizzerà l'insegnamento all'analisi semantica dei prodotti visuali sviluppati con l'ausilio del computer. A partire dalla definizione degli ambiti applicativi della computer grafica – grafica, web e multimedia, videoludica, effetti speciali, fotografia, modellazione, architettura, interior design, ecc. – si analizzeranno in senso retrospettivo le scelte linguistiche delle immagini oggetto d'indagine, in relazione alle tecnologie di elaborazione utilizzate, allo stile dell'autore ed ai vincoli dell'ambito indagato. Tale approfondimento consentirà allo studente, alla fine del corso, di possedere gli strumenti utili alla definizione delle scelte linguistiche ed espressive dell'immagine computerizzata che andrà poi a realizzare, in funzione del quadro esigenziale di partenza, e dei risultati attesi. Tale percorso sarà integrato con un'esperienza applicativa delle conoscenze acquisite, finalizzato all'acquisizione di capacità non solo tecnologiche ma anche compositive.

(English)

### COMPUTER GRAPHICS 6 CFU ICAR/17

To stimulate critical thinking in defining and using computer graphics. Teaching focuses on semantic analysis of visual products developed using the computer. Based on a definition of the applications of computer graphics — graphics, web and multimedia, video games, special effects, photography, modelling, architecture, interior design, etc. — students analyse retrospectively the linguistic choices made in the images examined, with respect to the technologies used, the author's style and the constraints of the area investigated. At the end of the course, this examination will provide students with tools

useful for defining linguistic and expressive choices for the computer images they will create, based on the original requirements and expected results. This course includes application of the acquired knowledge, in order to obtain both technological and composition skills.

## LABORATORIO DI SINTESI FINALE IN DESIGN COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE

in - Secondo anno - Secondo semestre

### LABORATORIO DI SINTESI FINALE IN DESIGN COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE

Laboratorio di sintesi finale (Icar/13 – 6 CFU)

Psicologia dei consumi e della pubblicità (M-PSI-05 – 3 CFU)

\_Il corso ha un carattere sperimentale mirato all'avvio del percorso finale del corso di studi magistrale in Comunicazione.

Lo specifico obiettivo del laboratorio, al quale concorrono due insegnamenti complementari, è quello di guidare il discente nella elaborazione di un progetto di ricerca e di sperimentazione finale, contestualizzato nello scenario delle innovazioni più avanzate nell'ambito della comunicazione visiva e multimediale. Pertanto il laboratorio fornirà gli strumenti critici, per indagare e sviluppare il ciclo di trasformazioni materiali e immateriali che investono le società contemporanee, compreso il potenziale di relazioni nuove e/o modificate tra i diversi attori e le diverse culture.

In particolare l'insegnamento Laboratorio di sintesi finale provvederà alla componente critico analitica, e sintetico-progettuale, mentre l'insegnamento Psicologia dei consumi e della pubblicità, provvederà a fornire gli strumenti per interpretare le tendenze nell'ambito dei consumi e della comunicazione pubblicitaria.

\_ le competenze e i saperi coinvolti sono trasversali ed eterogenei: dalle discipline sociali, a quelle economiche, a quelle più propriamente tecnico-progettuali. Tali saperi rappresenteranno un corpus che guiderà i discenti all'osservazione e alla comprensione dei fenomeni contemporanei in diversi settori produttivi e sociali della comunicazione, all'analisi delle informazioni acquisite, alla sintesi di possibili scenari futuri dove intervenire attraverso la definizione di nuovi progetti di comunicazione.

\_Operativamente, il Corso intende produrre un'ipotesi di lavoro sperimentale contestualizzato che si prefigge la progettazione e la gestione della Innovazione progettuale, che si evolverà nella consecutiva esperienza di tirocinio ed in quella di elaborazione finale.

Le fasi didattiche e i relativi contributi tecnico/sperimentali si articoleranno in:

- analisi delle sperimentazioni più avanzate nei diversi ambiti applicativi del design della comunicazione;
- sviluppo di un'ipotesi di innovazione corredata da motivate scelte di scenario;
- verifica economica, tecnologica, tipologica e morfologica dell'innovazione sviluppata.

## ORGANIZZAZIONE DELLE DINAMICHE VISUALI NELLO SPAZIO SOCIALE

in - Primo anno - Primo semestre

### ORGANIZZAZIONE DELLE DINAMICHE VISUALI NELLO SPAZIO SOCIALE 6 CFU SPS/07

Il Corso intende fornire agli studenti la capacità di svolgere ricerche in campo sociourbanistico e nel campo della comunicazione visiva utilizzando metodologie e tecniche cinefotografiche affiancate a più tradizionali tecniche di ricerca sociale sul campo. Il raggiungimento di tali obiettivi consente ad uno studente di design e comunicazione visiva di padroneggiare forme di conoscenza scientifica della comunicazione visiva in ordine soprattutto al riconoscimento dell'identità urbana: problema questo che sembra emergere prepotentemente nella città e nel paesaggio postmoderni. I risultati di apprendimento attesi consistono nell'acquisire, da parte degli studenti, la capacità di cogliere il significato socioantropologico, anche attraverso la ricerca empirica, dei simboli architettonici, paesaggistici, estetici e socioeconomici che caratterizzano l'identità della città contemporanea.

(English)

### ORGANIZATION OF DYNAMIC VISUAL SPACE IN SOCIAL 6 CFU SPS/07

The course aims to teach students how to conduct research in the social-urban planning field, and in visual communication, using film and photographic methodologies and techniques, alongside more traditional social research techniques in the field. In reaching these goals, design and visual communication students will master scientific forms of knowledge in visual communication in order to recognise the urban identity: this problem seems to arise primarily in post-modern cities and landscapes. The course provides a competence in the evaluating, through the field research, the meaning of the symbols of the urban identity.

## PROVA FINALE

in - Secondo anno - Secondo semestre

Per essere ammesso a sostenere l'esame di Laurea Magistrale in Design Comunicazione visiva e Multimediale lo studente dovrà aver superato l'accertamento, con esito positivo, dell'attività didattica, dovrà inoltre avere la certificazione dell'attività di tirocinio.

L'esame di Laurea assume il valore di una "elaborazione originale" di carattere scientifico e tecnico.

A tal fine lo studente dovrà elaborare un book di progetto in formato A5, verticale, contenente:

- un inquadramento teorico del tema affrontato;
- una ricostruzione critica e strutturata dello stato dell'arte;
- un'indagine sulle tecniche e le tecnologie utilizzate nell'ambito indagato, corredate da esemplificazioni su progetti affini;
- descrizione del Concept di progetto;
- descrizione del progetto ad alto contenuto sperimentale in cui si specificano il target e il mercato di riferimento;
- fattibilità tecnica del progetto- tecniche o tecnologie utilizzate;
- ulteriore descrizione del progetto nei suoi dettagli;
- bibliografia

Il suddetto book potrà essere accompagnato da prototipi materiali del progetto.

Sono ammesse tesi di carattere teorico, storico, critico, per le quali l'elaborazione del book assume valore di Elaborato Scientifico finale.

Vista la doppia matrice scientifica del Cdl Magistrale \_ Design e Scienze della Comunicazione \_ tutte le tesi finali devono prevedere un relatore/correlatore tra i docenti dell'area del Design e un relatore/correlatore tra i docenti di Scienze della Comunicazione.

La discussione della prova finale dovrà essere assistita da una presentazione multimediale.

## STORIA DELLE ARTI VISIVE

in - Primo anno - Secondo semestre

### STORIA DELLE ARTI VISIVE (L-ART/06 – 6 CFU)

Il corso si prefigge di correlare i contenuti dell'arte del novecento (avanguardie storiche) e dell'arte contemporanea al graphic design, al visual design e alla comunicazione visiva in genere (fotografia, arte digitale, ecc.). Gli allievi dovranno apprendere come il campo artistico ha generato il campo grafico (genesi) attraverso la produzione tipografica (manifesti, marchi, stampati, ecc.) delle avanguardie storiche, e nell'attualità come l'arte contemporanea ha ispirato l'espressione grafica e fotografica (free style). Inoltre dovranno sapere come la citazione delle fonti ispirative, intesa come memoria storica (esempi del passato e corsi e ricorsi storici), è il metodo per stimolare e alimentare la creatività. Gli allievi dovranno essere in grado di produrre un elaborato dove si evidenziano come i vari contenuti storici delle opere sono concatenati tra di loro in una rete semantica, dove i vari significati derivano dalla ripresa degli stili delle varie epoche.

(English)

### HISTORY OF VISUAL ARTS (L-ART/06 – 6 CFU)

The aim of the course is to correlate the contents of twentieth-century art (historical avant-gardes) and contemporary art with visual design and visual communication in general (photography, digital art, etc.).

Students will learn how the field of art has generated the field of graphics (genesis) through the typographical production (posters, trademarks, prints, etc.) of the historical avant-gardes, and how contemporary art has today inspired graphic and photographic expression (free style). They will also learn how quoting sources of inspiration, in the sense of historical memory (examples from the past and how history repeats itself) is a method for stimulating and nourishing creativity. Students will be expected to produce a paper illustrating how the various historical aspects of the works are interlinked in a semantic network, in which the various meanings are derived from the recovery of the styles characterising the various ages.

## TEORIE E DISEGNO DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE

in - Primo anno - Primo semestre

### TEORIE E DISEGNO DELLA COMUNICAZIONE VISIVA E MULTIMEDIALE (ICAR/17 – 6 CFU)

Il Corso persegue i seguenti obiettivi: - fornire un adeguato background culturale in materia di comunicazione per immagini mediante esempi comparati tratti dai diversi media e dalla storia dei linguaggi visivi dai quali la nostra cultura visuale discende;

- fornire agli studenti gli strumenti critici ed analitici per decodificare ed interpretare le diverse forme della comunicazione visiva (grafica, cinematografica ed interattiva);
- sviluppare le capacità di sintesi delle informazioni, da tradurre in forma di rappresentazione, attraverso l'affinamento della logica selettiva;
- sviluppare le capacità narrative, esplorative e comunicative degli studenti attraverso i principali strumenti attraverso i quali le conoscenze e le informazioni vengono registrate e condivise;
- esercitare il "pensiero visivo" per organizzare le informazioni in modo intuitivo e simultaneo, sfruttando le potenzialità dei diversi linguaggi visivi che i media contemporanei mettono a disposizione.

(English)

### VISUAL AND MULTIMEDIA COMMUNICATION THEORIES AND DESIGN (ICAR/17 – 6 CFU)

Course objectives:

- to provide an adequate cultural background with regard to communication through images, by comparing examples taken from a variety of media and from the history of the visual languages our visual culture descends from;
- to provide students with the appropriate critical and analytical tools to decode and interpret the various forms of visual communication (graphic, cinematographic and interactive);
- to develop the ability to summarise information and turn it into forms of representation, through sharpening selective logic;
- to develop students' narrative, explorative and communicative skills, using the main tools through which knowledge and information are registered and shared;
- to exercise "visual thought" in order to organise information intuitively and simultaneously, exploiting the potential offered by the various different visual languages made available by contemporary media.