

DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE

SCUOLA DI PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA - DAPLO6
Area di indirizzo → **IMMAGINE D'IMPRESA E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE**

OBIETTIVI FORMATIVI: Il percorso di studi è strutturato in modo da soddisfare quelle che sono le esigenze di un mercato sempre più competitivo, cioè professionalità altamente specializzate in grado di valorizzare al meglio l'immagine dell'azienda e abili nel posizionare sul mercato i prodotti, o servizi, utilizzando gli strumenti e le strategie comunicative più efficaci.

PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI: La figura si colloca tra i quadri direttivi all'interno di imprese pubbliche e private; si caratterizza per spiccate doti di creatività e sensibilità artistica a cui vanno unite le competenze di mercato necessarie alla complessa gestione della comunicazione aziendale. Organizza e coordina le campagne pubblicitarie gestendo le risorse umane e finanziarie destinate all'immagine

dell'azienda e dei suoi prodotti. L'Accademia organizzerà, in accordo con enti pubblici e privati, gli stages e i tirocini più opportuni per concorrere al conseguimento delle specifiche professionalità e definirà ulteriormente, per ogni corso di studio, specifici modelli formativi.

QUADRO GENERALE DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE: Il quadro generale indica in dettaglio tutte le informazioni relative alle attività formative, quali: • la tipologia (base, caratterizzanti, affini, etc.), • il codice, • il settore artistico-scientifico-disciplinare, • il campo disciplinare.

L'area dell'equivalenza è costituita dai settori artistico-scientifico-disciplinare comuni a tutte le aree di indirizzo appartenenti alla Scuola.

ATTIVITÀ FORMATIVE DI BASE

AREA DELL'EQUIVALENZA	ABPR15	METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE	Metodologia della progettazione (logo e immagine coordinata)
	ABPR16	DISEGNO PER LA PROGETTAZIONE	Disegno tecnico e progettuale
	ABTEC38	APPLICAZIONI DIGITALI PER LE ARTI VISIVE	Tecnologie e applicazioni digitali (SEO copywriting)
	ABST47	STILE, STORIA DELL'ARTE E DEL COSTUME	Stile, storia dell'arte e del costume (società, codici estetici e linguaggi artistici) Storia dell'arte moderna Storia dell'arte contemporanea
	ABPC65	TEORIA E METODO DEI MASS - MEDIA	Teoria e metodo dei mass - media

CREDITI MINIMI DA CONSEGUIRE NEL TRIENNIO 42

ATTIVITÀ FORMATIVE CARATTERIZZANTI

AREA DELL'EQUIVALENZA	ABPR19	GRAPHIC DESIGN	Progettazione grafica Elementi di grafica editoriale Web design
	ABPR31	FOTOGRAFIA	Fotografia
	ABTEC37	METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA	Brand design Metodologia progettuale della comunicazione visiva (elementi di marketing ed analisi di mercato) Metodologia progettuale della comunicazione visiva (media planning)
	ABTEC41	TECNICHE DELLA MODELLAZIONE DIGITALE	Architettura virtuale (realtà virtuali e marketing esperienziale)
	ABTEC43	LINGUAGGI E TECNICHE DELL'AUDIOVISIVO	Digital video Tecniche dei nuovi media integrati
	ABPC67	METODOLOGIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE	Comunicazione pubblicitaria Copywriting

CREDITI MINIMI DA CONSEGUIRE NEL TRIENNIO 66

ATTIVITÀ FORMATIVE INTEGRATIVE O AFFINI

AREA DI INDIRIZZO	ABAV06	TECNICHE PER LA PITTURA	Cromatologia
	ABPR16	DISEGNO PER LA PROGETTAZIONE	Tecniche e tecnologie del disegno
	ABPR19	GRAPHIC DESIGN	Lettering
	ABPR31	FOTOGRAFIA	Fotografia (still life e fotografia di prodotto)
	ABTEC37	METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA	Art direction
	ABTEC38	APPLICAZIONI DIGITALI PER LE ARTI VISIVE	Computer graphic Tecnologie e applicazioni digitali (digital marketing)
	ABTEC40	PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE	Linguaggi multimediali (transmedia storytelling)
	ABST45	TEORIE DELLE ARTI MULTIMEDIALI	Comunicazione multimediale
	ABST46	ESTETICA	Fenomenologia dell'immagine
	ABST51	FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE	Fenomenologia delle arti contemporanee
	ABST55	ANTROPOLOGIA CULTURALE	Antropologia culturale
	ABST58	TEORIA DELLA PERCEZIONE E PSICOLOGIA DELLA FORMA	Teoria della percezione e psicologia della forma
	ABST56	DISCIPLINE SOCIOLOGICHE	Sociologia dei processi culturali
	ABPC65	TEORIA E METODO DEI MASS - MEDIA	Etica della comunicazione
	ABPC66	STORIA DEI NUOVI MEDIA	Storia e teoria dei nuovi media
ABPC67	METODOLOGIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE	Sistemi editoriali per l'arte (editoria digitale)	
ABLE69	MARKETING E MANAGEMENT	Relazioni pubbliche Organizzazione grandi eventi	

CREDITI MINIMI DA CONSEGUIRE NEL TRIENNIO 36

ATTIVITÀ FORMATIVE ULTERIORI

CFA 14

ABILITÀ INFORMATICHE
VERIFICA DELLA CONOSCENZA DELLA LINGUA STRANIERA
TIROCINIO FORMATIVO, SEMINARI

ATTIVITÀ FORMATIVE SCELTE DALLO STUDENTE

CFA 10

ATTIVITÀ RELATIVE ALLA PROVA FINALE

CFA 12

TESI
PORTFOLIO LAVORI REALIZZATI NEL TRIENNIO

TOTALE CREDITI PREVISTI NEL TRIENNIO

180

REQUISITI D'ACCESSO:

Per essere ammessi occorre essere in possesso di un diploma di scuola secondaria superiore o di altro titolo conseguito all'estero riconosciuto idoneo.

TIPOLOGIA DELLA PROVA FINALE

La prova finale prevista alla conclusione del triennio consiste nella presentazione di:

- una produzione di carattere laboratoriale coordinata nell'ambito delle discipline di indirizzo sotto la guida di un docente responsabile
- un'elaborazione e conseguente esposizione di una tesi di carattere teorico o sperimentale in forma scritta o scrittografica sotto la guida di un relatore

Il D.M. 123/09 stabilisce che all'interno delle attività di base e caratterizzanti devono essere attivati insegnamenti per un totale di 108 crediti (il 60% di 180); l'Accademia, nell'ambito della propria autonomia, può comunque decidere di inserire nelle attività formative affini o integrative le discipline afferenti al gruppo delle base e caratterizzanti non attivate come tali nel triennio. Inoltre, per meglio rispondere alla proposta formativa, si riserva di intervenire sull'articolazione dei campi disciplinari lasciando comunque sempre invariati i settori sopra indicati appartenenti all'area dell'equivalenza.