



IAAD.

DIPLOMA
ACCADEMICO
DI I LIVELLO

/ COMMUNICATION
DESIGN

iaad.it

INDICE

<u>4</u>	PERCHÉ SCEGLIERE IAAD.
<u>6</u>	DIPLOMA ACCADEMICO DI I LIVELLO - COMMUNICATION DESIGN
<u>8</u>	ALLA GUIDA DEL CORSO
<u>10</u>	PIANO DI STUDI DEL TRIENNIO
<u>12</u>	DISCIPLINE DI INSEGNAMENTO PRIMO ANNO
<u>22</u>	DISCIPLINE DI INSEGNAMENTO SECONDO ANNO
<u>30</u>	DISCIPLINE DI INSEGNAMENTO TERZO ANNO
<u>36</u>	COME DIVENTARE STUDENT3 IAAD.

PERCHÉ SCEGLIERE IAAD.

1. ACCREDITAMENTO

I corsi triennali IAAD. (per la sede di Torino) sono accreditati dal MUR (Ministero dell'Università e della Ricerca) come corsi di Diploma Accademico di I Livello e sono equiparati ai titoli di Laurea di I Livello rilasciati dalle Università.

2. AZIENDE E RAPPORTO CON IL MONDO PROFESSIONALE

IAAD. collabora con un network di aziende nazionali e internazionali di primo piano. Gruppo Montenegro, Sky Italia, Cisco, IBM, Olio Carli, Ducati, Mini, MG, Suzuki, Hitachi Rail, Piaggio, Italia Independent, Moncler, The Student Hotel, Cucine Lube, Smeg, Scarpa, Electrolux, Adidas, Reebok, Kawasaki, La Rinascente, Les Copains, Gruppo Hera, Martini, GreePea, Gruppo Volkswagen, Piaggio, BasicNet, Benetton, Ferrino, Cuki, Poltrona Frau, Baxter, Gufram, Lago, Mizuno, Lavazza, Eataly, Brembo, RePower, Blue Assistance e The Adecco Group sono solo alcune delle importanti realtà partner di IAAD. La qualità della didattica e il valore umano e professionale dei/delle docenti sono uno dei tratti distintivi che caratterizzano la formazione in IAAD.

Il corpo docente, affiancato dai visiting professor, è costituito da professionisti che sono parte attiva del "design system" nazionale e internazionale.

3. COMMUNITY

IAAD. è una community di oltre 5000 persone ed istituzioni che si inserisce in AD Education, uno dei network più grandi in Europa per la formazione sui mestieri creativi. Ogni studente ha un percorso personalizzato grazie a tesi individuali, tirocini curriculari, analisi e progettazione del proprio portfolio, progetti speciali e lecture con professionisti del settore.

4. JOB PLACEMENT

IAAD. si avvale di un servizio di Job Placement interno dedicato all'attivazione di percorsi di stage e inserimento professionale. Grazie alla fitta rete di relazioni con il mondo del lavoro, IAAD. dispone di un database costantemente aggiornato di oltre 5000 aziende che si rivolgono all'ufficio Job Placement per la selezione di giovani risorse. Per favorire l'inserimento degli/delle studenti nel mercato professionale, IAAD. prevede un percorso strutturato che si conclude con il Career Day, giornate di incontri tra studenti e aziende in cui i/le diplomati dell'anno accademico in corso presentano il proprio portfolio a un pari numero di aziende partner. I colloqui one-to-one con le più importanti realtà aziendali italiane e internazionali sono finalizzati a facilitare il matching tra domanda e offerta, un'opportunità per il mercato di conoscere e intercettare immediatamente i migliori talenti di IAAD.

5. REPUTAZIONE

IAAD. è una delle realtà di riferimento nel panorama internazionale nella formazione del design e del made in Italy. Le storie di successo dei/delle diplomati contribuiscono a rendere eccellente il nome di IAAD. nel mondo. Oltre il 90% degli/delle studenti trova lavoro entro un anno dal termine degli studi.

6. OFFERTA FORMATIVA

IAAD. presenta un'offerta post-diploma composta da 7 differenti corsi triennali: Communication design, Digital Communication design, Interior design, Product design, Textile & Fashion design, Transportation design, Innovation design per l'impresa, la cultura e il sociale. L'offerta formativa IAAD. si completa con corsi Master annuali in lingua inglese e italiano, percorsi biennali di specializzazione e percorsi formativi per professionisti. Per tutti i corsi sono previste attività di networking internazionale con i partner del gruppo AD Education.

7. ECCELLENZA DIDATTICA

L'obiettivo è preparare progettisti con un'elevata qualità professionale attraverso l'acquisizione di strumenti, conoscenze e competenze. Per garantire i migliori standard qualitativi in ambito formativo è previsto un numero massimo di studenti ammessi e l'obbligo di frequenza per ogni corso di studio.

8. SPECIAL GUESTS

Giorgetto Giugiaro, Chris Bangle, Peter Lindbergh, Clément Saccomani, Lorenzo De Rita, Erik Kessels, Leiji Matsumoto, Giuseppe Penone e Romeo Gigli sono solo alcuni dei nomi dei visiting professor, professionisti di fama mondiale che contribuiscono al percorso formativo degli/delle studenti guidando workshop, seminari, lecture e lectio magistralis. Questi incontri rappresentano una straordinaria occasione di confrontarsi con personalità uniche, la cui vita professionale ha scritto le pagine della storia del design e della cultura.

9. INTERNAZIONALIZZAZIONE

In IAAD. si respira un clima internazionale: il 35% degli/delle studenti sono stranieri, docenti e i visiting professor sono importanti professionisti che provengono da tutto il mondo. Grazie alla partnership con il gruppo AD Education, gli/delle studenti possono frequentare attività complementari in altre sedi e paesi.

10. LE SEDI

-
TORINO
Torino è una città dalla forte vocazione progettuale: nel 2008 ottiene il titolo di prima World Design Capital e nel 2014 riceve la nomina di Creative City for Design da UNESCO. Le sedi IAAD. si trovano nel quartiere Aurora, uno dei progetti di rigenerazione urbana più interessanti in Italia.

BOLOGNA

Bologna è al centro di una crocevia di industria e cultura unico nel suo genere, città che ha ospitato nel 1088 la prima università del mondo occidentale è stata Capitale Europea della Cultura nel 2000 e dal 2006 è Città della Musica UNESCO. La sede bolognese di IAAD. è il risultato di un'opera di riqualificazione urbana in una posizione strategica nel centro cittadino e vicino alla stazione ferroviaria.

NETWORK INTERNAZIONALE

Entrare in IAAD. significa aprire una porta verso l'Europa e tutte le scuole che fanno parte del gruppo di AD Education in Francia, Spagna e Germania per un totale di 69 sedi. Le relazioni internazionali sviluppate nel tempo ampliano l'eco di IAAD. anche al di fuori dell'Europa, dove sempre più istituzioni stanno avviando e sviluppando collaborazioni con le nostre sedi.

COMMUNICATION DESIGN



Giulia Grillo - Progetto di Tesi individuale in collaborazione con Collezione La Gaia

INTRODUZIONE AL CONTESTO

È possibile oggi, in un contesto pieno di parole e immagini, produrre e trasmettere un messaggio che catturi l'attenzione? Il corso in Communication design di IAAD, forma professionista con una visione creativa e progettuale della comunicazione che sono in grado di costruire progetti innovativi ed efficaci. In un settore complesso e in continua evoluzione come quello della comunicazione, l'approccio del/della designer riesce a cogliere le molteplici opportunità che offre il settore. Grazie a una formazione multidisciplinare, il/la communication designer è in grado di trovare la sintesi tra insegnamenti teorico-umanistici e tecnico-scientifici. L'obiettivo è gestire un progetto di comunicazione nella sua interezza con una sensibilità nuova, attenta ai temi dell'inclusività e della sostenibilità.

OBIETTIVI FORMATIVI

Gli/le studenta durante il triennio acquisiscono una formazione trasversale nella comunicazione, spaziando tra i vari ambiti che, oggi, tra loro interagiscono: dal settore pubblicitario in senso stretto (l'advertising delle grandi campagne, gli spot televisivi, ecc.) al graphic design, il branding, il web, il marketing, le mobile application.

Il primo anno è dedicato al fare. I corsi per imparare a sfruttare al meglio i principali software della suite Adobe (Photoshop, Illustrator e Indesign) si affiancano a quelli che introducono ai fondamenti dell'advertising, del graphic design e del social marketing. Completati da percorsi più teorici su creatività, strategia e storia.

Il secondo anno è invece orientato alla sperimentazione e all'approfondimento, con una attenzione particolare alla progettazione, alla ricerca e alla creatività.

Vengono apprese le competenze e il metodo di lavoro che, attraverso l'analisi dell'universo mediatico contemporaneo, permettano di sviluppare progetti di comunicazione complessi e articolati (branding, advertising, editoria, exhibit design) approfondendo l'immagine visiva e strategica di un brand.

Infine, l'ultimo anno è all'insegna della concretezza. Il saper fare e il saper progettare degli anni precedenti trovano senso e significato nella realtà delle agenzie di pubblicità o delle aziende, che IAAD coinvolge nel percorso formativo con progetti di tesi, workshop e stage.

Il risultato è una nuova generazione di professionisti attenti al contesto e curiosi di ciò che incontrano, capaci di inserirsi nei contesti lavorativi grazie a una solida preparazione.

PROFILI IN USCITA

I/le diplomata, grazie a questo percorso articolato e multidisciplinare, possono trovare una vastissima collocazione professionale in linea con le proprie aspirazioni, in qualità di art director o copywriter, ma anche di illustratore, visualizer, packaging designer, fotografo, web designer, app designer, event manager, scenografo, video maker, type designer, logo designer, account, consulente marketing, animation designer.

ALLA GUIDA DEL CORSO



AURELIO TORTELLI

Direttore Strategico

Aurelio Tortelli ha intrapreso la carriera di creativo nel 1990, vincendo un concorso per copywriter pubblicato su La Stampa dall'agenzia di pubblicità BGS (oggi Leo Burnett). È diventato Direttore Creativo nel 1996. Nel 2004 ha iniziato la sua avventura imprenditoriale, fondando a Torino, insieme a due soci, l'agenzia Saffirio Tortelli Vigoriti, in cui ha svolto il ruolo di Executive Creative Director e di CEO. Dopo soli quattro anni di attività l'agenzia si è collocata tra le prime dieci del mercato italiano in termini di fatturato. Dal 2011 è entrata a far parte del network di comunicazione internazionale DDB, formando un'unica struttura denominata stv DDB (con sedi a Milano, Roma e Torino). Qui Tortelli ha ricoperto i ruoli di CEO ed Executive Creative Director e, dopo la creazione del Gruppo DDB Italia, quello di Chairman.

Nel maggio del 2019 è uscito dal Gruppo DDB per dedicarsi attivamente al settore della formazione e ai suoi personali progetti autoriali.

Nei suoi 29 anni di carriera ha firmato innumerevoli campagne per alcuni dei più importanti brand nazionali e internazionali, tra i quali: Fiat, Alfa Romeo, Volkswagen, Intesa Sanpaolo, Telecom Italia, Seat Pagine Gialle, Ferrero, Coca-Cola, Mediaset, De Cecco, Reale Mutua Assicurazioni, Sisal, Alpitour, RCS MediaGroup, La Stampa, Juventus FC, Negroni, Saiwa, Invicta, Grandivision.



ANDREA BOZZO

Coordinatore

È art director, graphic designer e illustratore. Ha lavorato per The New York Times, Vanity Fair, Il Corriere della Sera, La Repubblica, Internazionale, L'Espresso, Linus, La Stampa, Il Sole 24ore, il Foglio, la Feltrinelli, Einaudi.

È stato consulente del Mimaster di illustrazione di Milano. Ha pubblicato Mr President e Storia d'Italia ai tempi del pallone.

È Coordinatore del Corso di Diploma Accademico di I Livello in Communication Design e del Master in Writing & Visual Storytelling presso IAAD. Torino.

Nel 2020 ha vinto il Premio Satira Politica di Forte dei Marmi.

Attualmente è il vignettista del Post.

PIANO DI STUDI DEL TRIENNIO

settore scientifico accademico

ambito disciplinare

ATTIVITÀ FORMATIVE DI BASE

Storia e cultura della comunicazione	• Storia delle comunicazioni visive • Cultura e grafica del design
Scienze della comunicazione	Teoria della comunicazione
Tecniche di produzione grafica	Tecniche di impaginazione
Tecniche informatiche multimediali	Elaborazione digitale dell'immagine
Sociologia e antropologia della comunicazione	Sociologia della comunicazione
Metodi e strumenti per la rappresentazione	Metodi e strumenti della rappresentazione
CFA 32 CREDITI	

ATTIVITÀ FORMATIVE CARATTERIZZANTI

Design della comunicazione	• Art direction • Identità aziendale • Comunicazione di pubblica utilità • Web project management
Tecniche e linguaggi della comunicazione	• Tecniche di scrittura per i media • Comunicazione della marca
Metodologia della progettazione	Metodologia della progettazione
Design del prodotto	Design dell'imballaggio
Design della comunicazione/Design dei sistemi	Discipline caratterizzanti di indirizzo attivate annualmente su proposta del Consiglio Accademico
CFA 76 CREDITI	

settore scientifico accademico

ambito disciplinare

ALTRE ATTIVITÀ FORMATIVE

Progettazione multimediale	• Applicativi multimediali • Design multimediale
Scienze e linguaggi della percezione	Teoria della percezione
Economia e gestione delle imprese	Marketing
Gestione dell'attività professionale	Gestione dell'attività professionale
Analisi e rappresentazione della forma e del progetto	Tecniche e linguaggi della rappresentazione
Progettazione grafica dell'immagine	• Illustrazione • Progettazione grafica • Progettazione dei caratteri
Tecniche di rappresentazione e comunicazione del progetto	Tecniche della comunicazione del progetto
CFA 45 CREDITI	
Lingua inglese	
CFA 4 CREDITI	
Autonome	
CFA 9 CREDITI	
Tirocinio/Projectwork	
CFA 9 CREDITI	
Tesi	
CFA 5 CREDITI	

totale 180 CREDITI

DISCIPLINE DI INSEGNAMENTO PRIMO ANNO



Sara De Pau - Progetto di Tesi individuale in collaborazione con SOMEWHERE - Tours & Events

Codice: **ISDC/01**

Ambito disciplinare MUR:

TEORIA DELLA COMUNICAZIONE

Titolo corso:

SOCIAL MEDIA STRATEGY

Il corso offre un quadro generale del mondo della comunicazione, definendo le teorie, i modelli, gli strumenti e i processi che si sono maggiormente imposti nella società contemporanea. Grande spazio viene dedicato all'approfondimento del settore dell'advertising, con la presentazione delle tecniche specifiche e del loro utilizzo sui diversi media, spaziando dai più tradizionali (carta stampata, radio, televisione) alle più recenti modalità di comunicazione legate ai media digitali (web e social network). Gli/le studente sono costantemente coinvolti in workshop finalizzati alla creazione di campagne sui vari media. Questa attività consente loro di mettersi alla prova nei diversi ruoli professionali che caratterizzano il lavoro all'interno di un'agenzia di comunicazione e advertising.

Codice: **ISDC/06**

Ambito disciplinare MUR:

TECNICHE DI IMPAGINAZIONE

Titolo del corso:

INTRODUZIONE ALLA GRAFICA 1

Il corso consente agli/alle studente di acquisire le competenze di base riguardo agli aspetti connessi all'attività di impaginazione, sia di progetti tipografici (carta stampata, flyer, affissioni, poster), che digitali (siti web, banner, social media, app). Dopo una parte teorica preliminare, gli/le studente sono accompagnati in un percorso di formazione per impadronirsi delle basi della progettazione grafica e dell'impaginazione, tramite l'utilizzo di Adobe InDesign, per gestire i diversi elementi (testi, fotografie, illustrazioni, infografiche, ecc.) da armonizzare nell'impianto generale di un progetto.

Codice: **ISSC/02**

Ambito disciplinare MUR:

STORIA DELLE COMUNICAZIONI VISIVE

Titolo del corso:

STORIA DEL DIGITALE

Il corso fornisce agli/alle student* gli elementi per comprendere le origini della comunicazione digitale. A partire dagli albori della comunicazione fino alle principali tecnologie che oggi dominano il mercato e la nostra routine, come il cellulare e il personal computer, sono ripercorse le principali tappe della storia dei media digitali. Questa storia è strettamente connessa all'evoluzione del contesto sociale ed economico e influenza i contenuti e i format della comunicazione. La conoscenza degli aspetti storici è un elemento chiave per avvicinare gli/le student* alla cultura digitale contemporanea e per fornire loro le corrette chiavi interpretative.

Codice: **ISSC/02**

Ambito disciplinare MUR:

STORIA DELLE COMUNICAZIONI VISIVE

Titolo del corso:

STORIA DEL GRAPHIC DESIGN

Il corso approfondisce la storia della tipografia, della stampa, del graphic design e della visual communication nel contesto più ampio delle evoluzioni tecnico-scientifiche, economiche, industriali, artistiche e filosofiche di ogni epoca che ne hanno cambiato, nel tempo, la forma, il senso e il contenuto. In parallelo, sono esplorate le origini e lo sviluppo dell'Information Design, della fotografia e il rapporto di questa con il Graphic Design. Questa conoscenza culturale e visiva di base è lo strumento per comprendere il senso delle immagini grafiche, statiche e dinamiche, che vediamo, in modo massivo, ogni giorno. Il corso è teorico e analitico-storico con lezioni frontali, visioni d'immagini e video. Obiettivo del corso è fornire una bussola di orientamento per poter sviluppare proprie ricerche autonome sull'immaginario contemporaneo.

Codice: **ISDC/07**

Ambito disciplinare MUR:

ELABORAZIONE DIGITALE DELL'IMMAGINE

Titolo del corso:

ILLUSTRATOR

Il corso fornisce i principali strumenti teorici e tecnici necessari alla progettazione e realizzazione di elementi e composizioni grafiche da inserire nei progetti di comunicazione. La parte di preparazione pratica è focalizzata sull'utilizzo di Adobe Illustrator, sicuramente il software più diffuso nel campo della grafica vettoriale. Le lezioni comprendono una parte teorico/tecnica, alla quale di volta in volta viene associata la relativa esercitazione pratica, finalizzata a trasformare le nozioni acquisite in effettive competenze. Gli elaborati degli/ delle student* sono poi raccolti in un portfolio utilizzato come elemento di valutazione anche in sede di esame.

Codice: **ISDR/02**

Ambito disciplinare MUR: **METODI E**

STRUMENTI PER LA RAPPRESENTAZIONE

Titolo del corso:

INTRODUZIONE ALLA GRAFICA 2

La parte iniziale del corso offre un inquadramento generale dei principali metodi e strumenti che consentono una rappresentazione grafica di tipo razionale, in accordo con i canoni e gli equilibri definiti dalla geometria descrittiva e proiettiva. Nella sua parte tecnico-pratica, il piano delle lezioni riprende e approfondisce l'utilizzo di Adobe InDesign. Obiettivo del corso è l'applicazione della parte teorica su progetti concreti per gestire e armonizzare i vari elementi del processo creativo, passando dall'idea iniziale, allo sviluppo grafico, fino alla predisposizione dei file pronti per la stampa.

Codice: **ISDC/02**

Ambito disciplinare MUR:

COMUNICAZIONE DELLA MARCA

Titolo del corso:

STORIA DELLA PUBBLICITÀ

Il corso analizza i fondamenti dell'advertising moderno e contemporaneo, il copywriting e la stesura di concetti rilevanti in comunicazione, con particolare riferimento all'ambiente digital e social. Vengono approfondite le conoscenze e le caratteristiche dei principali touchpoints. Gli/le student* sono invitati a lavorare in piccoli team per imparare a produrre materiali di comunicazione, con un approccio che replica i modelli di interazione propri del reparto creativo di una agenzia di pubblicità. Il corso ha l'obiettivo di offrire le basi per far crescere e maturare il pensiero creativo.

Codice: **ISDC/02**

Ambito disciplinare MUR: **TECNICHE**

DI SCRITTURA PER I MEDIA

Titolo del corso:

DESIGN CROSSMEDIALE

Il corso affronta le tecniche e i linguaggi della comunicazione attraverso l'analisi e l'approfondimento dei vari media e delle nuove piattaforme digitali, nell'ottica di comprendere i diversi meccanismi dei singoli media e le modalità con cui sia possibile affiancarli o farli dialogare. Il corso ha un carattere pratico con esercitazioni in aula e non, nell'intento di stimolare pensiero creativo, strategico e trasversale, anche attraverso l'invito alla fruizione di prodotti di diversi media, come film, serie tv, fumetti e videogame. Vengono inoltre analizzate le differenti applicazioni dello storytelling e l'evoluzione delle opportunità offerte dalle nuove tecnologie, con l'obiettivo di indirizzare a un approccio creativo, funzionale alle diverse possibilità di costruzione di un mondo versatile.

Codice: **ISME/01**

Ambito disciplinare MUR:

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

Titolo del corso:

VISION STRATEGICA

Il corso intende fornire una prima overview rispetto alle finalità complessive del corso triennale di Communication Design e Digital Communication Design. In particolare, riguarda l'acquisizione delle competenze utili a definire e sviluppare una vision del progetto di comunicazione chiara e condivisa, articolata in una strategia coerente che sfrutti in modo efficace soluzioni, strumenti e canali. Il corso è tenuto in co-docenza dal direttore strategico e dai due coordinatori del dipartimento di Communication. Questa scelta è dovuta a due motivi:

1. consentire agli/alle student* di conoscere le persone che hanno la responsabilità di guidare i due corsi e ascoltare il loro punto di vista circa finalità e aspetti chiave dei percorsi;
2. far sperimentare per la prima volta il processo di design di una soluzione di comunicazione, a partire dalla definizione di una brand vision di valore fino ad arrivare alla sua articolazione concreta.

Codice: **ISME/01**

Ambito disciplinare MUR:

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

Titolo corso:

COMUNICAZIONE DEL PRODOTTO VIDEO

Il corso intende fornire una panoramica sull'utilizzo del prodotto video come strumento di comunicazione audiovisiva, dalle origini alla contemporaneità. Il linguaggio audiovisivo è considerato come insieme di linguaggi: scrittura, fotografia, illuminazione, montaggio, suono, musica, grafica. Di ognuno di questi linguaggi si mettono in luce gli aspetti caratterizzanti. Ogni lezione è supportata da proiezioni e analisi di fotografie, video ed estratti di film; il corso prevede anche momenti di esercitazioni pratiche, al fine di presentare un progetto video personale, ideato, scritto, e realizzato interamente dagli/dalle student*. Obiettivo del corso è l'acquisizione della capacità di riconoscere, analizzare e comprendere le dinamiche della comunicazione video nelle sue differenti e mutevoli forme. Hanno acquisito inoltre le competenze per riconoscere, gestire e creare le immagini in movimento, in autonomia.

Codice: **ISDC/03**

Ambito disciplinare MUR:
PROGETTAZIONE GRAFICA

Titolo del corso:
INFOGRAFICA

Il corso presenta gli aspetti culturali, estetici, semantici e tecnici relativi ai differenti elementi grafici inseribili in un progetto di comunicazione. Molta importanza è attribuita alla capacità di analisi ed elaborazione critica di tali elementi, particolarmente complessa in un sistema mediatico saturo di immagini. Lo studente, in questo modo, acquisisce la capacità di coordinare e mettere in pratica le varie nozioni interdisciplinari utili a realizzare un elaborato iconico che sappia armonizzarne le funzionalità descrittive, informative, artistiche e semantiche. Un approfondimento mirato è dedicato poi allo sviluppo dell'infografica, considerando le potenzialità di pregnanza e sintesi comunicativa che la rendono uno strumento particolarmente duttile ed efficace. Obiettivo del corso è l'acquisizione delle competenze tecniche necessarie per progettare in autonomia.

Codice: **ISDR/01**

Ambito disciplinare MUR: **TECNICHE E LINGUAGGI DELLA RAPPRESENTAZIONE**

Titolo del corso:
PHOTOSHOP

Il corso affronta e approfondisce il rapporto con le immagini attraverso l'analisi morfologica, grafica e iconografica che costituisce la premessa indispensabile per la formazione di una cultura visiva. Tramite l'apprendimento di Adobe Photoshop, la cultura visiva acquisita viene sviluppata in modo pratico con la rielaborazione delle immagini e delle forme, rendendolo uno strumento quotidiano nel proprio processo progettuale.

Codice: **ISME/03**

Ambito disciplinare MUR:
TEORIA DELLA PERCEZIONE

Titolo del corso:
TEORIA DELLA PERCEZIONE

Il corso intende fornire agli/alle studenti gli elementi base della teoria della percezione e della comunicazione, stimolando il loro pensiero critico e creativo attraverso la riflessione sul significato simbolico ed espressivo delle forme e dei colori. In questo modo si favorisce l'emergere e lo scambio di idee. Queste vengono poi convogliate in un progetto che asseconda e valorizza gli aspetti fisiologici, psicologici e culturali coinvolti nella percezione visiva.

Si lavora sul concetto di comunicazione intesa come comprensione dei bisogni del destinatario, piuttosto che come espressione delle proprie preferenze e necessità. Tale principio si traduce in un progetto pratico in cui gli/le studenti devono armonizzare opportunamente le forme, i colori e i loro simbolismi per arrivare a creare un prodotto su misura per una specifica utenza.

Codice: **ISDC/03**

Ambito disciplinare MUR:
ILLUSTRAZIONE

Titolo del corso:
ILLUSTRAZIONE

L'obiettivo principale del corso è coltivare il pensiero creativo attraverso il disegno. Il metodo didattico punta ad offrire un nuovo punto di osservazione che scioglia il trionfo occhio-mente-mano e sfrutti il potenziale comunicativo del linguaggio visivo. Il processo creativo viene analizzato in modo da acquisire gli strumenti necessari per orientarsi nella progettazione di un'immagine grafica efficace dal punto di vista comunicativo.

Codice: **ISDR/03**

Ambito disciplinare MUR:

TECNICHE DI COMUNICAZIONE DEL PROGETTO

Titolo del corso:

ART DIRECTION

Il corso fornisce le nozioni di base dell'advertising e approfondisce tutte le fasi necessarie alla generazione di una campagna di comunicazione integrata attraverso l'introduzione alle macroaree Marketing ATL (Above the Line) e BTL (Below the Line), allenando il pensiero creativo/strategico. Si pongono le basi per la formazione di una figura professionale in grado di affrontare e gestire sia altre figure professionali con cui deve interagire, sia un brief di campagna integrata a 360° attraverso generazione di idee, capacità critica, visione strategica e abilità di esecuzione e presentazione dei concetti. Le lezioni saranno sia teoriche che pratiche e verranno assegnati brief dedicati per sviluppare, potenziare ed applicare le nozioni acquisite. Il principale obiettivo del corso è quello di introdurre al ruolo di Art Director, dando una visione globale delle competenze necessarie.

Codice: **ISSU/02**

Ambito disciplinare MUR:

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

Titolo del corso:

SOCIOLOGIA DELLA COMUNICAZIONE

Il corso ha l'obiettivo di rendere gli/le studenti consapevoli del valore simbolico, semantico e comunicativo di una progettazione inserita nella nostra realtà sociale e di consumo, sapendone cogliere i modelli attuali e le trasformazioni in atto. Il primo passo è la presentazione delle teorie e dei metodi per l'applicazione della socio-semiotica alla comunicazione di brand (pubblicità, packaging, naming, punto vendita web), per arrivare a comprendere le logiche che governano la costruzione del senso e del valore di una marca/prodotto e i meccanismi chiave della comunicazione nella società di consumo contemporanea. Gli/le studenti, divisi in gruppi, sono portati a condurre un'analisi specifica su progetti e temi concordati, per sperimentare come gli strumenti applicati nell'analisi possano e debbano essere utilizzati anche in chiave progettuale, interpretando lo scenario socio-culturale di riferimento.

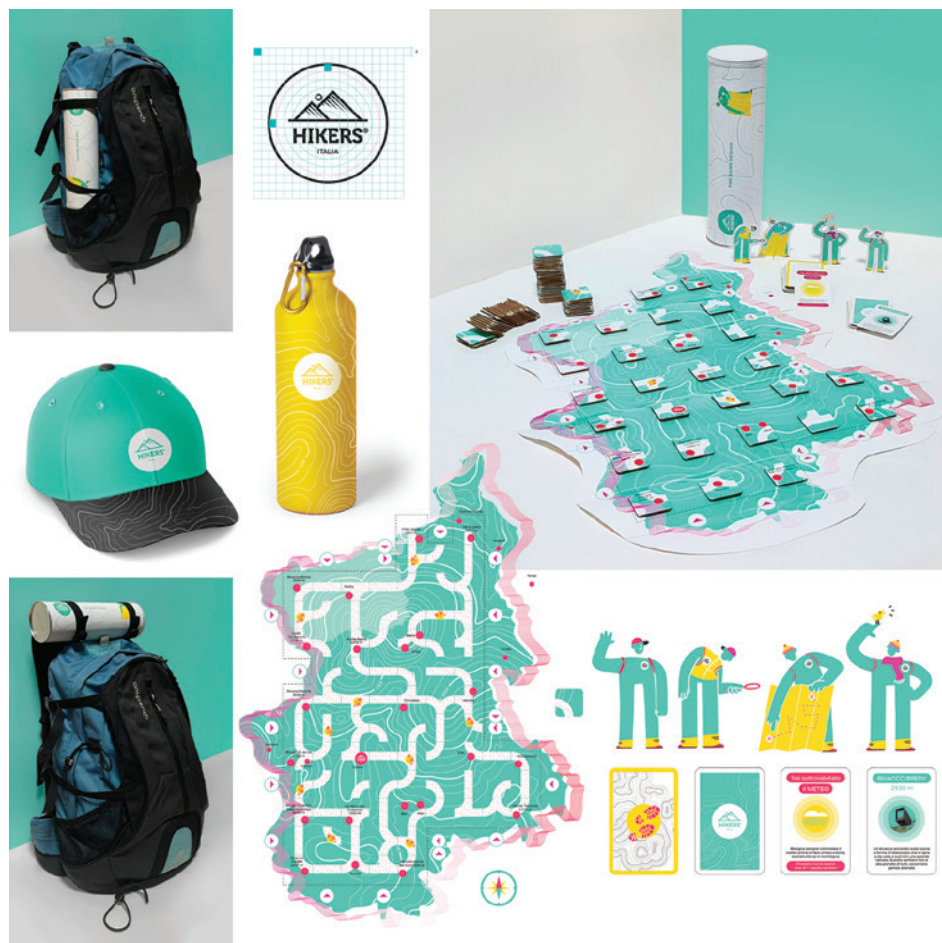
INGLESE

Il corso è volto all'apprendimento della lingua inglese, finalizzato in modo specifico all'ottenimento di capacità espositive e di presentazione.

Nel corso del primo semestre vengono affrontati gli elementi base della lingua: la grammatica, la costruzione del periodo, la fraseologia e l'utilizzo dei verbi. Il secondo semestre è maggiormente incentrato a fornire elementi tecnici principalmente legati al percorso di studi e di attività professionale. A tale scopo il corso prevede l'acquisizione della terminologia tecnica, per lo sviluppo e ottenimento di fluidità nell'esposizione e nella descrizione.

I corsi di inglese IAAD sono realizzati in collaborazione con Shenker.

DISCIPLINE DI INSEGNAMENTO SECONDO ANNO



Elisa Delbene - Progetto di Tesi individuale in collaborazione con Hikers

Codice: **ISDC/03**

Ambito disciplinare MUR:

PROGETTAZIONE DEI CARATTERI

Titolo corso:

STORIA DEL CARATTERE TIPOGRAFICO

Il corso di Storia della tipografia affronta l'argomento dei caratteri tipografici da molteplici punti di vista e fornisce agli/alle studente le nozioni e gli strumenti necessari per comprendere l'origine e lo sviluppo dei diversi stili. Il corso esamina le nozioni di base relative al disegno dei caratteri e alla compilazione dei font digitali, offrendo la possibilità di approfondirne la disciplina. Obiettivo del corso è trasmettere le informazioni necessarie per individuare, scegliere e utilizzare correttamente un carattere digitale nei propri progetti.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

COMUNICAZIONE DI PUBBLICA UTILITÀ

Titolo del corso:

COMUNICAZIONE DI PUBBLICA UTILITÀ

Il corso considera i vari ambiti di applicazione del design della comunicazione pubblica, sviluppando teorie e proposte di comunicazione che garantiscano agli/alle utenti accesso, fruibilità e trasparenza nell'ambito del sistema contemporaneo dei media. Attraverso lo studio delle più importanti campagne di pubblico servizio, dei loro elementi principali e del modello di comunicazione orientato alla relazione, il percorso didattico ripercorre le principali teorie e forme delle rappresentazioni sociali (il framing e la dissonanza cognitiva), oltre alle fondamentali teorie psicosociologiche relative al cambiamento della persona e della collettività (informazione, dissuasione, persuasione, sensibilizzazione). L'obiettivo principale del corso è quello di formare gli/le studenti sull'analisi dei testi di pubblica utilità e sulla gestione di tutti gli aspetti di una campagna di comunicazione sociale.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

COMUNICAZIONE DI PUBBLICA UTILITÀ

Titolo del corso:

EDUCAZIONE ALL'IMMAGINE

Il corso ha l'obiettivo di fornire i concetti e gli strumenti per osservare e comprendere le rappresentazioni visive, oltre che per produrle in modo consapevole, e per orientarsi nel dominio delle immagini nel senso più ampio possibile. In particolare, la fotografia e le immagini fotografiche sono al centro di questa parte di corso. Dalla profotografia alla fotografia artistica, dalla fotografia di reportage e dal fotogiornalismo alla fotografia amatoriale, dalla fotografia scientifica alla cosiddetta postfotografia (Fontcuberta), il linguaggio fotografico è esaminato da diverse prospettive. Le lezioni si basano su riferimenti concreti a immagini fotografiche di vario genere, collocate nel loro contesto e analizzate relativamente a caratteristiche e strategie, e su un costante riferimento alla cultura visiva contemporanea. Al termine del corso gli/le student* sanno descrivere, analizzare e comprendere le strategie comunicative ed espressive del linguaggio fotografico nelle sue diverse declinazioni e accezioni, dalla fotografia delle origini fino alla postfotografia; sanno muoversi in modo più consapevole nel panorama visivo contemporaneo; sono in possesso delle conoscenze teoriche e stilistiche necessarie per poter progettare in modo efficace e personale narrazioni visive e fotografiche.

Codice: **ISDE/01**

Ambito disciplinare MUR:

DESIGN DELL'IMBALLAGGIO

Titolo del corso:

DESIGN DELL'IMBALLAGGIO

Attraverso l'analisi e lo studio delle teorie, dei metodi e delle tecniche della progettazione industriale, il corso fornisce le competenze che permettono di gestire e sviluppare autonomamente un progetto di packaging design: dall'analisi del contesto generale, indispensabile per individuare bisogni sociali e culturali dei consumatori, arrivando fino al controllo dei processi tecnologici, produttivi e di mercato. Le lezioni teoriche puntano ad unire le capacità creative degli/delle student* con le competenze tecniche. Parallelamente alle lezioni più strettamente teoriche, l'attività didattica viene integrata da verifiche pratiche ed esercitazioni sul tema del packaging design. L'obiettivo è quello di attivare processi critici e analitici che permettano di sviluppare una concezione interdisciplinare del design dell'imballaggio.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

WEB PROJECT MANAGEMENT

Titolo del corso:

WEB PROJECT MANAGEMENT

Il corso tratta lo sviluppo e la gestione di un progetto per il web come risultato di un sistema di relazioni all'interno del panorama contemporaneo dei linguaggi e dei media. I contenuti del corso fanno infatti particolare riferimento alle più recenti tecnologie e ai linguaggi di produzione legati ai nuovi media in ambito digitale. I contenuti del corso sono quindi incentrati sul corretto utilizzo dei criteri di impaginazione all'interno di una pagina web, sull'applicazione del rapporto man-machine-interface, nonché su tutti gli aspetti che riguardano l'impaginato grafico. Agli/alle student* sono fornite le basi per l'utilizzo di UX/UI, HTML5 e CSS3, strumenti indispensabili per la realizzazione dell'elaborato di fine corso. Obiettivo del percorso didattico è quello di far acquisire agli/alle student* gli strumenti indispensabili per gestire e realizzare un'interfaccia digitale sul web, arrivando poi a realizzare e gestire in autonomia ogni aspetto di un sito web statico.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

ART DIRECTION

Titolo del corso:

ART DIRECTION

Il corso punta a offrire competenze e un metodo di lavoro che, attraverso l'analisi dell'universo mediatico contemporaneo, permettano di sviluppare progetti di comunicazione complessi e articolati (branding, advertising, editoria, exhibit design) approfondendo l'immagine visiva e strategica di un brand. I progetti sono realizzati seguendo l'approccio metodologico della progettazione, una linea concettuale e stilistica che la student* imparerà a sviluppare in autonomia. Le lezioni frontali con gli/le student* sono realizzate per analizzare insieme il loro approccio all'art direction dei progetti che svilupperanno nel corso dell'anno accademico.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

IDENTITÀ AZIENDALE

Titolo del corso:

CORPORATE E BRAND IMAGE

Il corso affronta la costruzione dell'identità aziendale attraverso l'utilizzo di varie discipline nelle fasi di progettazione, coordinamento e realizzazione del prodotto comunicativo.

Il percorso didattico prevede una prima parte teorica e analitico-storica che, attraverso lezioni frontali, porterà gli/le studenti ad acquisire un'approfondita conoscenza degli aspetti grafico/comunicativi che determinano la percezione e la reputazione di un brand da parte del suo pubblico. Nel sistema della comunicazione contemporanea la percezione, spesso profondamente emotiva ed istintiva, risulta sempre più determinante perché da quella dipenderà il gradimento e il successo di un marchio.

La seconda parte del corso, sviluppata attraverso incontri tecnico-operativi, è invece dedicata all'elaborazione di un progetto personale finalizzato alla creazione di un Sistema d'identità completo di un prodotto, un servizio, un'organizzazione o un'azienda.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

IDENTITÀ AZIENDALE

Titolo del corso:

DESIGN DEGLI EVENTI

Il corso prende in esame i molteplici aspetti relativi allo sviluppo di progetti complessi di design degli eventi, reso ancora più sfidante dall'ibridazione di elementi digitali e fisici. Durante il percorso didattico vengono presentati i diversi elementi e strumenti che occorre saper padroneggiare, gestendo i rapporti con i vari specialisti coinvolti nel progetto attraverso un approccio che è necessariamente trasversale e multidisciplinare. Grande attenzione è posta sui problemi relativi alla fruibilità, alla possibilità di accesso per le varie tipologie di utenti, alla gestione delle risorse e al rapporto con il contesto di riferimento in cui si inserisce il progetto.

L'analisi strategica tiene conto dei costi di progettazione e produzione, oltre che degli aspetti contrattuali, burocratici e normativi ineludibili nell'organizzazione di un evento: a tale scopo, agli/alle studenti viene insegnato come redigere un business plan che contenga strumenti adeguati per il controllo e la verifica dei risultati.

Codice: **ISSE/02**

Ambito disciplinare MUR:

CULTURA E GRAFICA DEL DESIGN

Titolo del corso:

CULTURA E GRAFICA DEL DESIGN

Il corso comprende gli studi relativi alla storia e alla cultura del design della comunicazione negli ambiti della grafica, del libro, della fotografia, della pubblicità e della comunicazione multimediale. Il corso, di durata annuale, punta a offrire una panoramica esaustiva degli elementi storici e culturali che hanno ancora oggi la maggiore influenza sul campo della comunicazione visiva. Lo scopo del percorso didattico è quello di spingere lo studente a riflettere criticamente sulla realtà che lo circonda, rafforzare le proprie capacità espressive e acquisire maggiore consapevolezza sul ruolo del visual designer nel dare forma alla realtà contemporanea. Durante il primo semestre viene proposta un'introduzione storica al modernismo, alle teorie e alle influenze del razionalismo sulla comunicazione visiva e sulla grafica contemporanea.

Nel secondo semestre, invece, il corso è incentrato sul postmodernismo, sui suoi principali interpreti e sulla comunicazione visiva contemporanea.

Codice: **ISSE/01**

Ambito disciplinare MUR:

MARKETING

Titolo del corso:

MARKETING

L'obiettivo del corso annuale è quello di fornire una solida base teorica sui fondamenti del marketing, illustrandone le recenti evoluzioni e offrendo un focus specifico sugli aspetti inerenti la comunicazione.

Il corso prende le mosse dai concetti di base di micro e macroeconomia, passando successivamente ad analizzare i meccanismi di interazione tra i sistemi di produzione, gli scenari di mercato globali e i comportamenti d'acquisto. I concetti di marca, segmentazione, marketing mix, 4 P rappresentano i pilastri del marketing aziendale che gli/le allievi dovranno conoscere e rielaborare autonomamente. Ampio spazio viene inoltre dedicato alla presentazione di case-study rilevanti e all'esercitazione di fine corso, relativa alla creazione di un marketing plan.

Codice: **ISDC/02**

Ambito disciplinare MUR:

TECNICHE DI SCRITTURE PER I MEDIA

Titolo del corso:

TECNICHE DI SCRITTURE PER I MEDIA

Il corso si riferisce a tutti quegli strumenti, concetti e competenze che vengono coinvolti nella progettazione e nelle attività di comunicazione. Attraverso focus specifici sugli strumenti della scrittura, viene posta particolare attenzione all'individuazione delle similitudini e delle differenze che sussistono tra i diversi linguaggi utilizzabili. Scrivere per il mercato dell'audiovisivo o per una testata giornalistica cartacea non è la stessa cosa; così come per operare nella comunicazione istituzionale pubblica, privata o d'impresa si richiede una notevole consapevolezza delle specificità di ciascun ambiente. Obiettivo finale del corso è quello di portare gli/le student* a destreggiarsi in questa complessità sia teorica che pratica.

Codice: **ISDC/02**

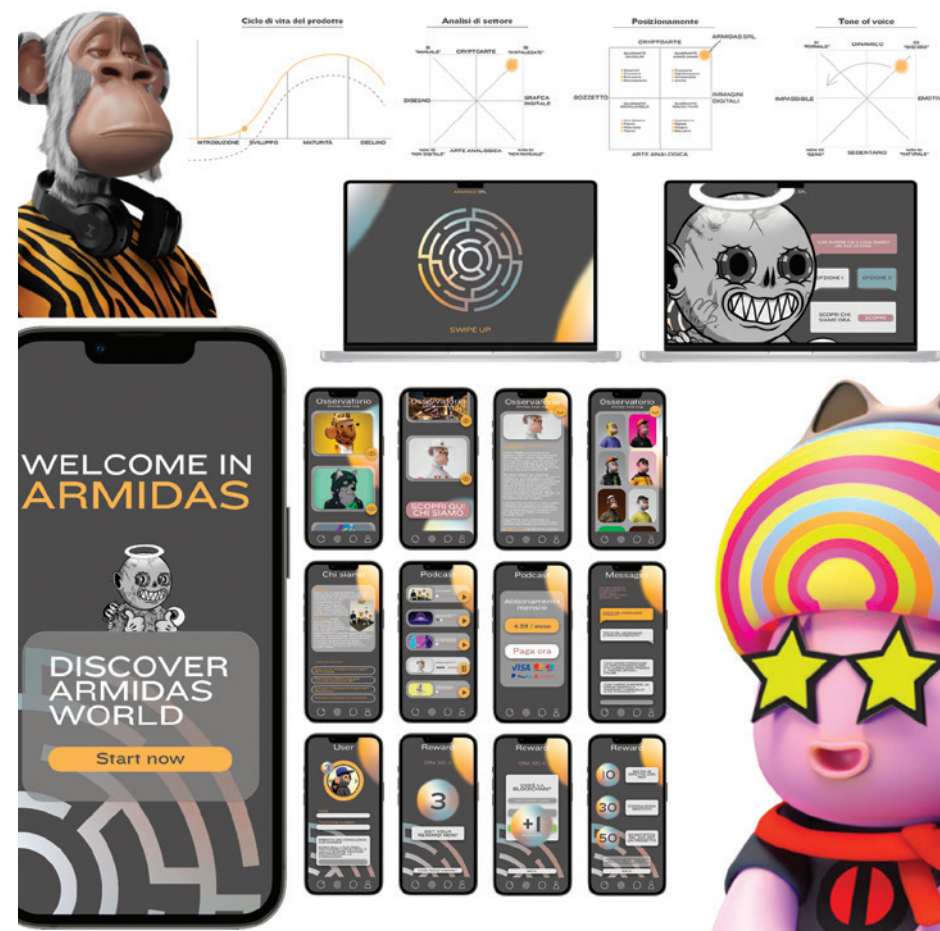
Ambito disciplinare MUR:

COMUNICAZIONE DELLA MARCA

Titolo del corso:

AFTER EFFECT

Per la comunicazione di un marchio oggi risulta indispensabile l'acquisizione di conoscenze nei diversi settori della comunicazione dei media, oltre a un continuo approfondimento di elementi teorici e tecnici relativi alle strategie comunicative che si instaurano nel mercato globale dell'informazione. Per questo motivo il corso si pone come obiettivo quello di fornire agli/alle student* un metodo di lavoro specifico oltre a tutte le informazioni e le capacità di base per utilizzare il software After Effect. Per lo svolgimento del corso vengono forniti file di esempio, affinché ogni student* sia in grado di eseguire in autonomia gli stessi esercizi spiegati a lezione.



Asia Bonacorsi - Progetto di Tesi individuale in collaborazione con Armidas
fonte: crypto-bull-society

DISCIPLINE DI INSEGNAMENTO TERZO ANNO



Luca Bertusi - Progetto di Tesi individuale in collaborazione con Reasoned Art

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

ART DIRECTION

Titolo corso:

ART DIRECTION

Il corso, i cui contenuti integrano quelli appresi durante l'anno precedente, analizza i periodi passati per permettere agli/alle student* di familiarizzare con i linguaggi che ancora oggi influenzano la comunicazione. Si approfondiranno le mutazioni che hanno determinato la società attuale e gli immaginari che costituiscono il contesto in cui la comunicazione è immersa. Attraversare i periodi passati, ricostruirne gli immaginari e reinterpretarli con gli strumenti dell'oggi, ha l'obiettivo di aumentare la consapevolezza del presente e dei percorsi che lo hanno strutturato, di ampliare i riferimenti visivi e culturali a cui poter attingere durante il processo creativo e di raffinare la propria capacità di ricerca e di strutturare collegamenti concettuali. Attraverso una serie di esercitazioni pratiche, gli/le student* vengono messi a confronto con alcuni tratti distintivi del lavoro d'agenzia: lavorare sotto stress, imparare a valutare l'errore come processo di raffinazione dell'idea, costruire un proprio mondo visivo, decodificare le fasi di lavoro, puntare alla consapevolezza e alla capacità di analisi critica come chiave di volta del proprio percorso professionale.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

IDENTITÀ AZIENDALE

Titolo del corso:

ART DIRECTION

Il corso riprende le nozioni di Art Direction, integrandole e arricchendole secondo i concetti e le teorie che definiscono e strutturano l'identità aziendale, ovvero la specifica immagine che un'azienda ha, o cerca di proiettare sul proprio pubblico, con lo scopo preciso di distinguersi dai suoi molti concorrenti.

Attraverso un approccio strategico al progetto di comunicazione aziendale, obiettivo del corso è quello di considerare l'analisi di tutti gli aspetti relativi alla progettazione, produzione e diffusione dell'immagine coordinata del brand. Il corso analizza infine le basi degli elementi normativi che disciplinano le attività di comunicazione aziendale in Italia, confrontandoli con approcci normativi e regolamentazioni di differenti campi.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

IDENTITÀ AZIENDALE

Titolo del corso:

PORTFOLIO

Il corso ha l'obiettivo di fornire alla studenta gli strumenti necessari alla progettazione di una propria immagine identitaria. Comunicare sé stessi, il proprio intento e la propria identità è uno dei punti chiave del corso, partendo soprattutto dall'analisi approfondita delle capacità acquisite durante il percorso di studi. Il corso mira dare alla studenta una metodologia progettuale per la costruzione di una immagine identitaria, partendo dai concetti teorici contenuti nella progettazione di una brand identity, fino all'applicazione di questi concetti sulla ricerca di una personal brand Identity. Sarà richiesto alla studenta di operare autonomamente scelte di stile per la realizzazione di un portfolio personale, strumento indispensabile per il mondo del lavoro.

Codice: **ISDC/04**

Ambito disciplinare MUR:

DESIGN MULTIMEDIALE

Titolo del corso:

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE

Il corso focalizza la propria attenzione sugli aspetti tecnici, funzionali ed estetici del design per piattaforme multimediali. Durante il corso vengono trasmessi tutti gli elementi necessari per realizzare un sito web multidevice e per personalizzare e gestire portali su architettura CMS (Content Management System) in "Wordpress", attualmente una tra le piattaforme CSM più diffuse nel mercato globale della comunicazione. Il percorso didattico fornisce inoltre cenni per l'utilizzo e la gestione di siti e-commerce freeware e basi di SEO e social media marketing. L'obiettivo è la formazione di una figura professionale che sia capace di operare nel settore dopo aver maturato consapevolezza e sviluppato competenze sulla creazione di contenuti nel contesto multimediale.

Codice: **ISDC/04**

Ambito disciplinare MUR:

APPLICATIVI MULTIMEDIALI

Titolo del corso:

APPLICATIVI MULTIMEDIALI

Il corso punta a fornire conoscenze hardware, procedure software e modalità critiche espressive indispensabili per la produzione di contenuti multimediali e la trasmissione di video su supporti analogici e digitali. In particolar modo vengono trasmessi i fondamenti del montaggio video e della computer graphic per immagini in movimento. Pur concentrandosi in maniera specifica su determinati applicativi di editing video (Adobe Premiere) e di compositing video (Adobe After Effect), l'obiettivo è quello di offrire nozioni e strumenti tecnici estendibili a molti dei programmi di montaggio video esistenti nel panorama odierno. Sotto il profilo teorico, sono forniti anche cenni relativi alle caratteristiche tipiche della comunicazione audiovisiva (cinema, TV, advertising, motion graphic, motion typography). Dal punto di vista tecnico vengono invece esaminate le specifiche dei software sopracitati: dall'importazione di files multimediali, all'uso degli effetti e dei filtri, fino all'esportazione finale di un contenuto per destinazioni off-line e on-line.

Codice: **ISSE/02**

Ambito disciplinare MUR:

GESTIONE DELL'ATTIVITÀ PROFESSIONALE

Titolo del corso:

COPYWRITING

Il corso ha l'obiettivo di offrire agli/alle studenta le competenze relative alla gestione e all'organizzazione dell'attività professionale del copywriter, collegando le specificità di questa professione all'interno del più generale contesto sociale e culturale del mondo del lavoro. Durante il corso vengono sviluppate le capacità di analisi critica verso il linguaggio della comunicazione, pubblicitaria e non, attraverso l'approfondimento di case history che evidenziano il valore del copywriting all'interno di differenti contesti (social network, campagne politiche, carta stampata, televisione, radio, grande distribuzione organizzata). In particolare, l'obiettivo è quello di fornire le competenze necessarie per affrontare la carriera del copywriter, attraverso nozioni dettagliate sulle differenze che stanno alla base dell'elaborazione di campagne tv, campagne stampa e affissioni, web writing, brochure e radio comunicati.

Codice: **ISSE/01**

Ambito disciplinare MUR:

MARKETING

Titolo del corso:

MARKETING

Il corso completa ed integra il percorso di approfondimento iniziato nel secondo anno del ciclo di studi, riprendendo i principali riferimenti teorico-pratici e inserendoli all'interno delle relazioni e delle dinamiche che intercorrono tra il contesto generale del mercato e la produzione industriale. Obiettivo del corso è quello di fornire una solida base teorica e pratica di marketing, con un forte focus su: come impostare una strategia di comunicazione e di costruzione di un brand; pensare e gestire una piattaforma di comunicazione integrata; analizzare nuovi paradigmi di marketing e delle nuove forme di comunicazione (unconventional marketing, social marketing, mobile marketing etc).

Codice: **ISDE/03**

Ambito disciplinare MUR:

DESIGN DEI SISTEMI

Titolo del corso:

SOCIAL MEDIA PROJECT DESIGN

Il mondo della comunicazione e del marketing si alimenta di un flusso continuo di innovazione che arriva sui device sotto forma di canali, contenuti, formati e modalità di contatto sempre nuove. Si tratta di un framework complesso rispetto al quale è diventato essenziale avere un mindset orientato all'analisi strategica dello scenario, alla definizione delle opportunità e alla sperimentazione. L'approccio progettuale non è solo uno strumento metodologico, ma anche una chiave applicativa per permettere ai brand di sviluppare customer journey diversificate. Il corso ha come obiettivo l'acquisizione di skill analitiche, strategiche e progettuali per permettere di sviluppare social media strategy efficaci, originali e consistenti in grado di valorizzare i brand in ogni fase del customer journey funnel. Il corso è inoltre l'occasione per discutere e interrogarsi sul futuro dei social media e su quali prospettive di connessione, ibridizzazione e fruizione si affacciano all'orizzonte per tracciare le traiettorie del cambiamento e intercettarne gli ambiti di applicazione.

Codice: **ISDC/05**

Ambito disciplinare MUR:

DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

Titolo del corso:

DESIGN DELLA COMUNICAZIONE

Partendo dall'analisi critica dell'universo mediatico contemporaneo, il corso si propone di sviluppare negli/nelle studente le capacità progettuali interdisciplinari nell'ambito dell'informazione e del design della comunicazione. La capacità di progettare su vari tipi di media, integrandoli in un flusso coerente e armonico, permette di sviluppare competenze trasversali e di creare dialogo con più specialisti. Obiettivo del corso è quindi quello di permettere agli/alle studente di maneggiare con consapevolezza critica e capacità di analisi i vari aspetti del design per la comunicazione, sia nelle fasi di progettazione e coordinamento che in quelle di realizzazione di un prodotto comunicativo.

COME DIVENTARE STUDENT3 IAAD.

Per accedere ai corsi triennali è necessario
un diploma di scuola secondaria superiore
o un titolo equivalente conseguito all'estero.

STEP 1

Gli/le studente interessati devono presentare la loro candidatura compilando l'apposito modulo disponibile sul sito di IAAD. allegando:

- C.V. con descrizione degli studi compiuti
- lettera motivazionale
- breve portfolio di lavori (non obbligatorio)

STEP 2

Una volta scelto il proprio percorso di studi è necessario registrarsi online sul sito di IAAD. a una delle sessioni di prove di ammissione previste nell'arco dell'anno.

La finalità della prova è quella di conoscere e valutare i candidati da un punto di vista attitudinale - motivazionale. La prova non prevede un test a risposta multipla.

Le prove di ammissione per ogni anno accademico sono calendarizzate e pubblicate sul sito di IAAD., il candidato riceverà via e-mail l'esito ufficiale entro le due settimane successive al sostenimento della prova.

STEP 3

Se confermata l'ammissione, lo/la studente avrà la facoltà di riservare un posto disponibile per il primo anno all'interno della classe prevista per ciascun percorso. L'immatricolazione potrà essere perfezionata versando la quota di iscrizione (indicativamente entro e non oltre 15 giorni successivi alla comunicazione ufficiale di idoneità) e, successivamente, consegnando i documenti richiesti.

-

ORIENTAMENTO

L'Ufficio Orientamento IAAD. è a disposizione, su appuntamento in sede o a distanza, per chi desidera avere informazioni dettagliate su:

- corsi
- offerta formativa complessiva
- conoscere le opportunità per ottenere un aiuto nella ricerca di un alloggio o di una borsa di studio.

Gli incontri, individuali o di gruppo, organizzati nel corso dell'anno permettono di comprendere l'organizzazione didattica, le modalità di ammissione e iscrizione e le opportunità professionali al termine dei diversi percorsi di studio.

ORIENTAMENTO

uffici e contatti

TORINO

via pisa 5/d

10152 torino, italy

+39 011 548 868

orientamento-to@iaad.it

www.iaad.it