BIENNI E MASTER / BIENNI E MASTER / BIENNI E MASTER



PIANO DI STUDI

NABA

NUOVA ACCADEMIA
DI BELLE ARTI

INTERNATIONAL ACADEMY
OF ART & DESIGN

BIENNI SPECIALISTICI E MASTER ACCADEMICI

NABA, NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI

NABA
Nuova Accademia di Belle Arti

Aggiornato: **11 2024**

INDICE

NABA 6

OFFERTA ACCADEMICA 2025/26 8

BIENNI E MASTER

Area Communication and Graphic Design

Biennio Specialistico in User Experience Design 12

Biennio Specialistico in Visual Design e Integrated Marketing Communication 18

Master Accademico in Comunicazione dell'Innovazione Sostenibile 24

Master Accademico in Creative Advertising 28

Professional Master in Design Thinking and Innovation Management 32

Area Design

Biennio Specialistico in Interior Design 38

Biennio Specialistico
in Product and Service Design 44

Biennio Specialistico
in Social Design 50

Master Accademico
in Italian Design 56

Master Accademico
in New Urban Design 60

Area Fashion Design

Biennio Specialistico
in Fashion and Costume Design 64

Biennio Specialistico
in Fashion Design 70

Biennio Specialistico
in Textile Design 76

Master Accademico
in Fashion Digital Marketing 82

Master Accademico
in Sneaker Design 86

Master
in Business Law for the Fashion System 90

Area Media Design and New Technologies

Biennio Specialistico
in Creative Media Production 95

Biennio Specialistico
in Digital and Live Performance 100

Master Accademico
in Screenwriting for Series 106

Area Visual Arts

Biennio Specialistico
in Arti Visive e Studi Curatoriali 110

Master Accademico
in Art and Ecology 116

Master Accademico
in Contemporary Art Markets 120

Master Accademico
in Photography and Visual Design 125

NABA

NABA è un'Accademia di formazione all'arte e al design: è la più grande Accademia di Belle Arti in Italia e la prima ad aver conseguito, nel 1981, il riconoscimento ufficiale del Ministero dell'Università e della Ricerca (MUR).

Con le sue due sedi di Milano e Roma, NABA, Nuova Accademia di Belle Arti offre attualmente percorsi formativi di primo e secondo livello nelle Aree Communication and Graphic Design, Design, Fashion Design, Media Design and New Technologies, Set Design e Visual Arts che rilasciano titoli di studio equipollenti a quelli universitari, oltre a PhD e Special Programmes, e consentono allo studente di proseguire gli studi a livello specialistico tanto all'interno delle accademie quanto nel sistema universitario in Italia e all'estero.

I corsi di studio si rivolgono a studenti interessati alla cultura del progetto e alla sperimentazione artistica e accolgono diplomati con background diversificati, provenienti da molte regioni italiane e da circa 100 Paesi.

La metodologia didattica è interdisciplinare, frutto di una forte vocazione alla ricerca e alla sperimentazione e pone al centro metodi di progettazione innovativi per rispondere a esigenze reali e ai temi più attuali, tra nuove tecnologie, Intelligenza Artificiale e sostenibilità. Ogni idea si misura con il contesto sociale e professionale di riferimento per diventare un prodotto compiuto e condivisibile, anche grazie alle competenze di docenti professionisti e artisti continuamente rinnovate sul campo.

NABA è un'istituzione multipremiata e internazionalmente riconosciuta, selezionata come migliore Accademia di Belle Arti italiana nella top 100 al mondo per il settore Art & Design nel QS World University Rankings® by Subject.

Faculty e visiting professors:

Yuri Ancarani, Arthur Arbesser, Paolo Atzori, Silvia Aymonino, Pierre Bal-Blanc, Massimo Bartolini, Paolo Bazzani, Davide Bignotti (Interbrand), Gentucca Bini, Gloria Maria Cappelletti, Vincenzo Castella, Roberto Maria Clemente (FIONDA), James Clough, Fabrizio Cristallo (Grøenlandia), Massimo D'Anolfi, Ana Dević (WHW), Liu Ding, Simone Ferrari, Michelangelo Frammartino, Maurizio Goez, Pietro Grandi, Laura Grimaldi, Alessandro Guerriero, Daniela Hamaui, Hou Hanru, Ilaria Innocenti, Emily Jacir, Claudio Jampaglia, Francesco Jodice, Karmachina, Erik Kessels, Francesco Librizzi, Alberto Maestri, Marcello Maloberti, Alina Marazzi, Christian Marazzi, Giacomo Moor, Marco Negri (Exchanges vfx), Adrian Paci, Saverio Palatella, Martina Parenti, Cesare Pietroiusti, Gloria Puppi, Fabio Quaranta, Matteo Ragni, Alessandro Isidoro Re, Sara Ricciardi, Simone Rizzo (Sunnei), Piergiorgio Robino (STUDIO NUCLEO), Olivier Saillard, Denis Santachiara, Fabio Sartorelli, Matteo Schubert (Alterstudio), Serena Sinigaglia, Federico Spada (Milestone), Assunta Squitieri, Martina Tariciotti, Mario Trimarchi, Nomeda e Gediminas Urbonas, Alberto Zanoletti, Marco Zavagno (Zaven), Dario Zonta, David Warren.

learning by thinking

I nostri programmi sono una sequenza continua di esperienze multidisciplinari che producono ricerca e progetto, nel contesto artistico e professionale delle tendenze attuali.

learning by doing

Le idee diventano progetto, strategie, tecniche, tecnologie, si trasformano in prototipi e in alcuni casi diventano prodotti delle aziende con cui collaboriamo.

teaching by learning

Imparare facendo è anche insegnare imparando e questo ha modificato il rapporto tra docenti e studenti: le classi e i gruppi si trasformano in team di lavoro, in rapporto costante con le aziende e gli istituti di ricerca. L'esperienza costituisce lo scheletro metodologico attraverso cui l'innovazione si insinua e ci guida nel progettare tutti insieme il futuro.

Italo Rota,
NABA Scientific Advisor dal 2013 al 2024

OFFERTA ACCADEMICA 2025/26

AREE

Le Aree didattiche in cui si snodano i percorsi formativi di NABA sono sei: Communication and Graphic Design, Design, Fashion Design, Media Design and New Technologies, Set Design, Visual Arts. Afferiscono alle Aree i Trienni, i Bienni Specialistici e i Master Accademici, mentre i Research Degrees completamente practice-based sono trasversali a questi ambiti. Completano l'offerta accademica gli Special Programmes, percorsi interdisciplinari di diversa durata.

Il sistema dei Crediti nell'Alta Formazione Artistica e Musicale (AFAM)

Nelle Istituzioni AFAM si utilizzano i crediti formativi accademici (CFA) che si basano sul concetto di "carico di lavoro" (workload) e sono equivalenti al sistema di crediti ECTS - European Credit Transfer System (1 CFA = 1 ECTS). Un CFA prevede circa 20-25 ore di lavoro dello studente suddivise tra attività in presenza di un docente e attività di studio individuale, ricerca e sviluppo di progetti. La quantità media di lavoro accademico svolto in un anno da uno studente è convenzionalmente fissata in 60 crediti.

Titoli rilasciati e denominazioni ministeriali

I titoli rilasciati al termine dei corsi AFAM, riconosciuti dal MUR, sono quelli di Diploma Accademico di Primo Livello (Triennio), di Secondo Livello (Biennio Specialistico), equipollenti alla Laurea Universitaria, e di Master Accademico di Primo Livello (Master Accademico), equipollente al Master Universitario di Primo Livello.
Per eventuali dettagli sui titoli rilasciati in specifici casi si vedano le pagine dei corsi.

DIRETTORE
GUIDO TATTONI

PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE DEPARTMENT HEAD
LUCA PONCELLINI

ARTI VISIVE DEPARTMENT HEAD
MARCO SCOTINI

AREA COMMUNICATION AND GRAPHIC DESIGN
AREA LEADER
PATRIZIA MOSCHELLA
ADVISOR
ANGELO COLELLA

AREA DESIGN
AREA LEADER
CLAUDIO LARCHER
ADVISOR
DANTE DONEGANI

AREA FASHION DESIGN
AREA LEADER
COLOMBA LEDDI
ADVISOR
NICOLETTA MOROZZI

AREE MEDIA DESIGN AND NEW TECHNOLOGIES E SET DESIGN
AREA LEADER
VINCENZO CUCCIA
SET DESIGN ADVISOR
MARGHERITA PALLI

TRIENNI

Comics and Visual Storytelling
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Graphic Design e Art Direction
Brand Design
Creative Direction
Visual Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Design
Interior Design MILANO - ROMA
Product Design MILANO
Product and Innovation Design ROMA
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Fashion Design
Fashion Design
Fashion Styling and Communication
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Fashion Marketing Management
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma NEW!

Cinema e Animazione
Filmmaking
Animazione
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Creative Technologies
Game
VFX e 3D
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Scenografia
Teatro e Opera
Media ed Eventi
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Pittura e Arti Visive
Pittura
Arti Visive
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

BIENNI SPECIALISTICI

User Experience Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Visual Design e Integrated Marketing Communication
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Interior Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Product and Service Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Social Design
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano

Fashion and Costume Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Roma

Fashion Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Textile Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Creative Media Production
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Digital and Live Performance
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Arti Visive e Studi Curatoriali
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

MASTER

Comunicazione dell'Innovazione Sostenibile
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano

Creative Advertising
Disponibile anche nella formula HYBRID PART TIME
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano

Italian Design
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano

New Urban Design
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano

Fashion Digital Marketing
Disponibile anche nella formula HYBRID PART TIME
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Business Law for the Fashion System*
LINGUA: Inglese (con traduzione simultanea)
MODALITÀ: Online/campus Milano

Sneaker Design NEW!
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Screenwriting for Series
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Roma

Art and Ecology
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano

Contemporary Art Markets
Disponibile anche nella formula HYBRID PART TIME
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Photography and Visual Design
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano

Design Thinking and Innovation Management**
Disponibile nella formula HYBRID PART TIME
LINGUA: Italiano
CAMPUS: Roma

RESEARCH DEGREES

PhD in Artistic Practice
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano

PhD in Pratiche Artistiche e Cultura del Progetto NEW!
LINGUA: Italiano
CAMPUS: Milano

SPECIAL PROGRAMMES

Corsi Brevi
LINGUA: Italiano
CAMPUS: Milano

Foundation Course
LINGUA: Italiano - Inglese
MODALITÀ: Blended/campus Milano

Gap Year Programme
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Semester Abroad Programmes
LINGUA: Italiano - Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

Summer Courses
LINGUA: Inglese
CAMPUS: Milano - Roma

NEW!
Per tutti gli aggiornamenti sulle novità didattiche www.naba.it

FORMULA HYBRID PART TIME

Modalità di frequenza flessibile per coniugare lo studio con il proprio percorso professionale.

*Master universitario accreditato da Università Telematica Internazionale UNINETTUNO (60 CFU).
**Professional Master in collaborazione con ROAD - Rome Advanced District.

I programmi indicati in questa brochure possono subire variazioni per scelta accademica o direttive ministeriali. Gli indirizzi e gli insegnamenti a scelta dei Trienni, ove presenti, sono attivati al raggiungimento di un numero minimo di richieste.

biennio specialistico in

USER EXPERIENCE DESIGN

AREA
Communication and Graphic Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Patrizia Moschella

COURSE LEADER
Milano
Fabio Pelagalli

Il Biennio Specialistico in User Experience Design (Diploma Accademico di Secondo Livello in Design della Comunicazione) fornisce le competenze teoriche, tecniche e metodologiche per la progettazione di sistemi di comunicazione digitali complessi. Con una sintesi costante tra creatività e strategia e con un approccio analitico e sistemico alla progettazione che rimanda alla psicologia cognitiva e alla cultura visiva contemporanea, si affrontano lo studio e il design di interfacce digitali focalizzandosi sull'esperienza dell'utente (UX/UI) e sull'architettura dell'informazione.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Web designer
- UX/UI designer
- Interface designer
- Experience designer
- Interaction designer
- User experience lead
- Digital director
- UX/UI researcher
- Information architect
- Content strategist

OBIETTIVI FORMATIVI

Identificare le potenzialità delle nuove tecnologie e l'impatto dell'interazione tra l'uomo e i sistemi informatici, comprendendone l'influenza sui processi di comunicazione

Ricercare e analizzare le informazioni necessarie per elaborare soluzioni creative efficaci e linguaggi e stili visivi contemporanei appropriati al contesto tecnologico di riferimento

Organizzare e gestire una progettazione complessa che integri gli aspetti di experience, branding, design e usabilità di prodotti digitali o servizi online per rispondere in maniera efficace agli obiettivi di gestione dei contenuti

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 1**	**12**
	Visual design	8
	Architettura dell'informazione 1	4
I	**Metodologia della progettazione**	**12**
	Digital design	6
	Brand strategy	6
I	**Fenomenologia delle arti contemporanee 1**	**6**
	CREDITI TOTALI I SEMESTRE	**30**
II	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 2**	**12**
	Service design	8
	Elementi di psicologia cognitiva	4
II	**Art direction 1**	**12**
	Motion design	6
	Brand identity	6
II	**Fenomenologia delle arti contemporanee 2**	**6**
	CREDITI TOTALI II SEMESTRE	**30**
	CREDITI TOTALI PRIMO ANNO	**60**

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 3**	**12**
	Interface design	8
	Architettura dell'informazione 2	4
III	**Art direction 2**	**6**
	2 attività a scelta dello studente:	
	Design management	**6**
	Attività formative ulteriori: erasmus	6
III	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	6
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	6
	CREDITI TOTALI III SEMESTRE	**30**
IV	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 4**	**12**
	Interaction design	8
	Business modelling	4
IV	**Sistemi editoriali per l'arte**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
	CREDITI TOTALI IV SEMESTRE	**30**
	CREDITI TOTALI SECONDO ANNO	**60**
	CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO	**120**

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 1

Nel paradigma economico attuale, basato sul valore delle esperienze e sull'integrazione di prodotti e servizi, ciò che un utente, consumatore, cliente vede, sente, tocca ed esperisce rappresenta, metaforicamente, la parte visibile di un iceberg. Nel caso della UX, la parte sommersa è costituita da un mondo di numeri, ricerche, concetti, draft, idee, grafici che necessitano di essere compresi, ordinati e rappresentati in modo funzionale ed efficace. Gli studenti esplorano la parte sommersa dell'iceberg, attraverso la ricerca e l'analisi di dati e informazioni e le loro molteplici possibilità di visualizzazione.

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

L'insegnamento ha lo scopo di evidenziare e valorizzare le capacità progettuali degli studenti in ambito visivo, incrementando la loro capacità di collegare contenuti e tecniche attraverso una corretta metodologia progettuale e allo stesso tempo di introdurre gli elementi per la comprensione e formulazione di strategie di marca coerenti e funzionali con lo sviluppo di progetti di UX.

FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE 1

Per comprendere la teoria e la pratica della disciplina, l'insegnamento ha lo scopo, da un lato, di approfondire gli aspetti teorici dello user experience design, analizzando gli ultimi sviluppi del design contemporaneo e fornendo agli studenti le nozioni per apprendere il significato di concetti chiave come "utente" ed "esperienza"; dall'altro, di permettere agli studenti, attraverso le principali tappe storiche della human-computer interaction, di avere un quadro completo dei pilastri teorici che hanno contribuito alla nascita e allo sviluppo della UX, per essere in grado di individuare gli stili progettuali che prevarranno nel futuro prossimo.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 2	Partendo dai fondamenti del service design, il corso illustra cos'è un sistema di servizi e le sue opportunità di business. Alternando teoria e pratica, e attraverso il design thinking, si favorisce la progettazione collaborativa di servizi, prodotti, processi ed ecosistemi per esperienze in grado di innescare cambiamenti comportamentali negli utenti. Inclusività, sostenibilità e approccio human-centered sono alla base dei progetti degli studenti, insieme a nozioni concettuali e pratico-metodologiche di ambito psicologico – processi cognitivi, legati a percezione, attenzione, memoria, e decisionali, motivazione, emozione, influenza sociale – per progettare esperienze digitali efficaci e focalizzate sulle persone.
ART DIRECTION 1	L'insegnamento si propone di far evolvere le capacità progettuali degli studenti in ambito espressivo e creativo. In stretto collegamento agli altri insegnamenti del primo semestre, gli studenti affronteranno l'apprendimento delle principali tecniche di animazione digitale e di grafica dinamica, completando lo studio del branding attraverso lo sviluppo di un prototipo di brand identity.
FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE 2	Una visione innovativa dello user experience design non può prescindere da una conoscenza approfondita degli aspetti multidisciplinari che oggi collegano il mondo materiale e quello digitale. Attraverso un'analisi teoretica e pratica dello sviluppo tecnologico, delle problematiche e delle possibilità implicate in una progettazione di nuove piattaforme digitali, il corso porterà gli studenti alla comprensione dei fenomeni sociali e culturali, contemporanei e futuri, derivanti dal sempre più complesso sistema di interazione tra uomo e macchina, e contribuirà alla formazione di una cultura progettuale basata sull'accessibilità e la sostenibilità.

SECONDO ANNO

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 3	L'insegnamento sviluppa la comprensione e la capacità di esecuzione, sia a livello strategico che creativo, di un progetto concreto di realizzazione di un'interfaccia grafica digitale. Gli studenti, supportati dallo studio dell'architettura delle informazioni, si confrontano con l'elaborazione di una metodologia che preveda la capacità di analisi critica del business, del target, del contesto competitivo e dello scenario economico, e sviluppano proposte creative coerenti con le informazioni ottenute. Completa il corso la possibilità di partecipare a un contest internazionale dedicato alla materia.
ART DIRECTION 2	Con un focus su interdisciplinarità e nuove tecnologie, l'obiettivo di questo corso è insegnare agli studenti l'importanza dell'art direction per le interfacce digitali mostrando come "raccontare storie" attraverso il design aiuti a fornire a pubblico e utenti un'esperienza più interessante e coinvolgente. L'insegnamento fornirà gli strumenti per poter guidare un progetto completo di comunicazione strategica multicanale. Gli studenti impareranno a comprendere, assimilare e utilizzare i diversi linguaggi, media e canali per articolare strategie visive complete volte a creare una relazione più solida fra brand e utenti.

DESIGN MANAGEMENT	L'insegnamento ha l'obiettivo di formare i futuri professionisti, introducendo i concetti e gli elementi necessari per la gestione delle molteplici attività previste nel contesto lavorativo in cui opereranno. Attraverso gli strumenti e le tecniche, utili ad incrementare la propria efficienza, a coordinare le molteplici risorse coinvolte in un progetto e a verificare la puntualità e l'efficienza economica delle attività svolte, il corso aiuta gli studenti nello sviluppo di una metodologia progettuale complessa e articolata.
METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 4	Lo sviluppo dei sistemi tecnologici è accompagnato dall'innovazione continua dei prodotti e degli strumenti digitali. È quindi necessario adattare costantemente gli approcci e le funzioni dello user experience design alle caratteristiche delle nuove tecnologie. Il corso fornisce agli studenti le conoscenze necessarie per progettare strutture di comunicazione innovative, idonee all'utilizzo delle più avanzate tecnologie disponibili. Un focus importante verrà riservato allo sviluppo di progetti basati sull'utilizzo di sistemi di Intelligenza Artificiale. Completa l'insegnamento lo studio dei concetti e degli strumenti per la creazione d'impresa, con riferimento a start up o imprese innovative basate sull'adozione e sviluppo di nuove tecnologie.
SISTEMI EDITORIALI PER L'ARTE	La valorizzazione del patrimonio culturale passa oggi attraverso una modernizzazione dei sistemi tecnologici atti a fornire agli utenti esperienze interattive per la fruizione dei materiali. L'insegnamento guiderà gli studenti alla scoperta delle possibili soluzioni digitali applicabili in contesti museali, archeologici e di esposizione artistica.
TESI	Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

biennio specialistico in

VISUAL DESIGN E INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION

AREA
Communication and Graphic Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Patrizia Moschella

COURSE LEADER
Milano
Fabio Pelagalli

COURSE LEADER
Roma
Serena Ciriello

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano - Roma

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

Il Biennio in Visual Design e Integrated Marketing Communication (Diploma Accademico di Secondo Livello in Design della Comunicazione) associa a una solida formazione nel campo del marketing e della comunicazione, tradizionalmente affrontata in percorsi di matrice economico-aziendale, un ricco ventaglio di competenze artistico-espressive, anche in un'ottica di utilizzo delle nuove tecnologie, al fine di produrre veri output comunicativi. Attraverso il lavoro su brief reali, gli studenti possono mettere in pratica le capacità acquisite e seguire progetti di comunicazione complessi.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Communication designer
- Marketing professional
- Art director
- Copywriter
- Strategic planner
- Communication manager
- User experience e interface designer
- Brand designer
- Social media manager
- Digital strategist
- Creative director

OBIETTIVI FORMATIVI

Decodificare gli elementi e i linguaggi della comunicazione, i contesti e gli immaginari culturali contemporanei

Valutare diversi linguaggi della comunicazione e riconoscere l'impatto dei processi di comunicazione sul contesto socio-economico e culturale contemporaneo

Gestire progetti di comunicazione complessi, trovando il giusto equilibrio tra la dimensione economica e quella artistico-creativa

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 1**	**12**
	Metodologia della ricerca	3
	ADV industry and models	3
	Marketing and economics	6
I	**Metodologia della progettazione***	**12**
	Graphic design and digital layout	8
	Brand identity	4
I	**Fenomenologia delle arti contemporanee 1**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		30
II	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 2**	**12**
II	**Art direction 1**	**12**
	Advertising	7
	Video production for ADV*	5
II	**Fenomenologia delle arti contemporanee 2**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		60

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 3**	**12**
	Digital marketing and social media strategy	6
	Editoria digitale*	3
	ADV contest*	3
III	**Art direction 2**	**6**
	2 attività a scelta dello studente:	
	Design management	**6**
	Attività formative ulteriori: erasmus**	6
III	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	6
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	6
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		30
IV	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva 4**	**12**
	Business modelling	4
	Interface design*	5
	Branded entertainment	3
IV	**Sistemi editoriali per l'arte**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		60
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		120

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 1

La metafora che meglio rappresenta la complessità del design della comunicazione è l'iceberg, con una parte emersa e una sommersa, molto più voluminosa. La prima è quello che l'utente, consumatore, cliente vede, sente, tocca, esperisce. Perché essa esista è necessario che l'iceberg poggi su una parte sommersa. Nel design della comunicazione, essa è costituita da un mondo di numeri, ricerche, concetti, draft, idee, grafici, che fanno sì che la comunicazione sia esteticamente efficace, misurabile e in grado di parlare al suo target. Gli studenti esplorano il mondo sommerso, composta da ricerca, economics, marketing e comunicazione pubblicitaria.

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

Gli studenti iscritti al Biennio in Visual Design e Integrated Marketing Communication provengono da corsi triennali differenti. L'insegnamento uniforma e incrementa significativamente la loro metodologia in ambito visivo, che verrà poi declinata negli altri corsi. Ha quindi lo scopo di evidenziare e valorizzare le capacità progettuali degli studenti, e allo stesso tempo di insegnare un metodo solido e coerente per gestire la creatività in maniera che venga poi applicato successivamente a tutti gli altri corsi. Si prevede inoltre l'introduzione di workshop specifici sull'utilizzo dei sistemi di Intelligenza Artificiale per la gestione di grafica e immagini.

FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE 1

Il designer della comunicazione contemporaneo non può prescindere da una conoscenza approfondita dell'ambito delle arti visive. Poiché arte e design sono sempre stati strettamente in dialogo, si può guardare infatti alla produzione artistica come serbatoio di ispirazione e di influenza. Per questo si ritiene fondamentale che gli studenti abbiano una formazione solida in riferimento alle arti visive, con una conoscenza e comprensione di quanto accaduto nelle arti visive dal Dopoguerra ai giorni nostri e su quanto sta accadendo ora, attraverso una mappa degli autori di riferimento e con un approfondimento sul sistema delle gallerie contemporanee.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 2

L'insegnamento sviluppa la comprensione e la capacità di esecuzione, sia a livello strategico, sia a livello creativo, di un briefing di comunicazione. I partecipanti dovranno misurarsi con un caso aziendale concreto e con un piano di comunicazione che impone capacità di analisi critica del business, del target, del contesto competitivo e dello scenario economico, anche in prospettiva internazionale. A valle di questo lavoro, dovranno sviluppare proposte creative coerenti con i valori fondanti e il posizionamento dell'azienda da declinare su molteplici canali di comunicazione online e offline.

ART DIRECTION 1

L'insegnamento ha lo scopo di far affrontare agli studenti un progetto completo e complesso di art direction in ambito comunicativo con un particolare focus sul creative advertising. A questo fine, nella prima parte dell'insegnamento, gli studenti sono introdotti ai momenti fondamentali della storia dell'art direction mondiale e italiana, al lessico e ai processi propri di questa disciplina. In seguito gli studenti sono tenuti ad applicare a livello pratico tutto quanto assimilato in un laboratorio multiprogettuale. Viene inoltre posta una particolare attenzione al mercato della produzione video per la comunicazione pubblicitaria.

FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE 2

Per un designer della comunicazione è fondamentale conoscere il panorama del design e della cultura visiva contemporanei nelle diverse declinazioni progettuali di grafica, moda e design. Per questo, l'insegnamento vuole da un lato fornire una comprensione storica di quanto accaduto in ambito grafico e del design negli ultimi 50 anni, evidenziandone i principali autori e movimenti, dall'altro illustrare le tendenze emergenti nella contemporaneità, perché lo studente sia non solo consapevole di quello che è accaduto nel passato recente, ma anche in grado di comprendere i movimenti e gli stili che prevarranno nel futuro prossimo.

SECONDO ANNO

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 3

L'insegnamento ha lo scopo di fornire agli studenti gli elementi per costruire una strategia digitale di comunicazione. Dall'analisi degli aspetti del marketing digitale fino all'esecuzione della strategia creativa in ambito social media, gli studenti lavorano su un problema concreto presentato attraverso un cliente reale. Gli studenti applicano queste conoscenze nella realizzazione di un progetto editoriale digitale ad alto contenuto innovativo, creativo e basato su una corretta strategia e posizionamento sul mercato. Completa il corso la possibilità di partecipare a un prestigioso contest internazionale di creatività.

ART DIRECTION 2

L'insegnamento ha una spiccata valenza progettuale: raccoglie il valore formativo dei corsi precedenti aspirando a risolvere un progetto complesso e articolato come quello di un magazine, o in alternativa una pubblicazione one-off. Si mettono in campo le competenze multiple acquisite dagli studenti (individuazione di target di riferimento, sensibilità verso i linguaggi visivi, conoscenza di fondamenti di impaginazione, tipografia, art direction, storytelling). È inoltre posta l'attenzione su contenuti di carattere sociale e storico contemporanei.

DESIGN MANAGEMENT

L'insegnamento ha l'obiettivo di formare i futuri professionisti della comunicazione, introducendo concetti e strumenti per la gestione delle molteplici attività previste nel contesto lavorativo in cui opereranno. Attraverso gli strumenti di time management individuale, utili a incrementare la propria efficienza, e le tecniche di management, finalizzate a coordinare molteplici risorse coinvolte in un progetto e a verificare sistematicamente la puntualità e l'efficienza economica delle attività svolte, il corso aiuta gli studenti nello sviluppo della metodologia progettuale complessa e articolata.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA 4

L'insegnamento rappresenta il compimento del percorso formativo. In ambito economico sono introdotti i concetti e gli strumenti per la creazione d'impresa, con particolare riferimento alla creazione di start up e imprese innovative. Una particolare attenzione viene posta al processo di marketing individuale per la costruzione di una strategia che mette al centro la persona. L'insegnamento rinsalda inoltre le conoscenze e le competenze degli studenti nell'ambito del branding e include un laboratorio sulle progettualità interattive attuali per la realizzazione di un progetto di art direction in un ambiente digitale ad alta complessità.

SISTEMI EDITORIALI PER L'ARTE

A partire dall'analisi del contesto teorico e storico, l'insegnamento conduce alla concreta realizzazione di un progetto fotografico e alla sua curatela, anche in forma editoriale, attraverso lo sviluppo delle varie fasi della sua preparazione: dalla stesura del concept e dalla creazione delle immagini, alla selezione e alla messa in pagina in un layout complessivo e coerente con i contenuti. Attraverso lo studio e l'analisi di modelli della storia dell'arte e degli sviluppi nel contemporaneo, gli studenti si confrontano con nuovi scenari, allargando i propri orizzonti e acquisendo la capacità di riferirsi a ispirazioni molteplici.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

*La progressione, i contenuti didattici e la propedeuticità di insegnamenti e moduli possono variare tra i Campus di Milano e Roma.
**Per il Campus di Roma sarà sostituito da "Inglese per la comunicazione artistica" corrispondente a 4 CFA; qualora lo studente effettui questa scelta dovrà inoltre aggiungere attività per ulteriori 2 CFA per raggiungere i crediti totali del semestre. Si segnala che l'opportunità Erasmus+ è sempre disponibile ma non contribuisce all'ottenimento di CFA per attività formative ulteriori.

master accademico in

COMUNICAZIONE DELL'INNOVAZIONE SOSTENIBILE

AREA
Communication and Graphic Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Patrizia Moschella

COURSE LEADER
Milano
Patrizia Moschella

Il Master (Diploma di Master Accademico di Primo Livello in Sustainable Innovation Communication) approfondisce teorie, metodi e approcci progettuali alla comunicazione contemporanea con un programma intensivo e sviluppando competenze cross-disciplinari di analisi, codifica culturale e dei linguaggi afferenti all'innovazione sostenibile di enti, aziende pubbliche e private. Permette allo studente di progettare e pianificare sistemi di comunicazione in cui marketing, strategia e creatività sono integrati con coerenza e armonia al fine di valorizzare l'impatto eco-sistemico di innovazioni culturali e tecnologiche con attenzione alla sostenibilità.

LINGUA
Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Responsabile di strategie di comunicazione
- Consulente di brand communication
- Corporate communication specialist
- Specialista ESG
- Communication and sustainability specialist
- Digital community and external relations specialist
- CSR content curator

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere e decodificare i valori culturali e scientifici dell'innovazione sostenibile, sviluppando strategie di comunicazione idonee a valorizzare progetti ecologici e di impatto sociale

Gestire progetti completi e complessi di comunicazione interna ed esterna, coordinando il processo creativo in collaborazione con tutti i professionisti di agenzia e su diversi dispositivi digitali

Creare e coordinare contenuti orientati a tutti i tecnici di comunicazione che si interfacciano con le aziende come web designer, editori, agenzie e social media manager

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Metodologia della progettazione	**8**
Metriche dell'impatto sostenibile	3
Speculative and imaginative thinking	5
Ecodesign	**6**
Design system	**10**
Sociologia dei processi culturali	**8**
Teoria e metodi della ricerca sociale	4
Ricerca per l'innovazione	4
Metodologia progettuale della comunicazione visiva	**12**
Etica e governo dei territori - Beni culturali, ambiente e società	4
Design per la conversione sostenibile	8
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	**10**
Prova finale	**6**
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

L'insegnamento è propedeutico alla progettazione di innovazione sostenibile e prevede l'applicazione di tecniche dello speculative e imaginative thinking a partire dalla lettura di dati, indici economici e scientifici: strumenti per leggere le metriche dell'impatto eco-sociale a beneficio della progettazione di scenari futuri.

ECODESIGN

L'insegnamento teorico-pratico introduce alla conoscenza del design sostenibile con un approccio critico e cross-disciplinare esplorando case history contemporanee in tutti gli elementi progettuali (metodologie, modelli, materiali e strumenti) e nel loro efficace impatto su diversi settori, comunità, territori e culture. Il corso costruisce solidi riferimenti culturali, fondamentali per i contesti entro cui andranno a operare gli studenti: imprese, amministrazioni pubbliche, organizzazioni no profit.

DESIGN SYSTEM

Il corso affronta la progettazione di modelli di innovazione a impatto sistemico con riferimento alle linee guida sulla sostenibilità, anche attraverso la partecipazione a bandi di rilevanza internazionale che richiedono un approccio interdisciplinare partecipativo, tra cui quelli per la salute pubblica, per l'innovazione del turismo ecosostenibile, per l'accoglienza di flussi migratori, per la cultura inclusiva di genere ed etnica e per il settore dell'ethical fashion.

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI

L'insegnamento forma gli studenti all'analisi dei fenomeni contemporanei con particolare focus sulla comparsa e fenomenologia del pensiero e delle culture sostenibili (ecologiche e sociali), indagate nell'interdipendenza tra economie locali e globali. Sviluppa, inoltre, competenze nell'indagine sociologica applicabile a progetti reali che saranno affrontati nei diversi workshop.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

Il corso si focalizza sulla progettazione di strategie di comunicazione attraverso una parte teorica che affronta i linguaggi, le semantiche etiche e i quadri normativi (locali, nazionali e internazionali) su cui si declina la comunicazione e una parte progettuale/esperienziale, realizzata in collaborazione con imprese e partner esterni su brief reali quali l'innovazione/conversione del settore mobilità, del retail, degli eventi, del turismo. Particolare attenzione sarà posta inoltre sulla tematica della CSR (Corporate Social Responsibility).

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella realizzazione e presentazione a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master di un portfolio completo dei progetti realizzati durante il corso, con inclusione di un progetto extra-didattico realizzato durante lo stage curriculare e di un approfondimento tematico supportato da ricerca, analisi e sviluppo di una strategia e pianificazione media. Valorizzazione dell'innovazione sostenibile e creazione di nuovi linguaggi, nonché coerenza tra brief e sviluppo strategico, rappresentano importanti criteri di valutazione.

master accademico in

CREATIVE ADVERTISING

AREA
Communication and Graphic Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Patrizia Moschella

COURSE LEADER
Milano
Sara Buluggiu

Il Master Accademico fornisce agli studenti la possibilità di sviluppare i propri talenti di copywriting, storytelling e art direction, così da poter ideare campagne pubblicitarie su vari tipi di media. Il corso alterna momenti dedicati all'acquisizione dei fondamenti della pubblicità creativa, dalla terminologia alla logica di progetto, a un percorso educativo basato sul "learning by doing": gli studenti parteciperanno, infatti, a workshop intensivi con aziende leader e professionisti del settore e avranno l'opportunità di partecipare a prestigiosi contest internazionali.

LINGUA
Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

Disponibile anche nella formula HYBRID PART TIME

Modalità di frequenza flessibile per coniugare lo studio con il proprio percorso professionale.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Art director
- Copywriter
- Creative director
- Strategic planner
- Creative account

OBIETTIVI FORMATIVI

- Acquisire i fondamenti teorici e pratici della pubblicità creativa
- Sperimentare la progettazione di brief reali con partner di fama internazionale
- Partecipare a prestigiosi concorsi creativi internazionali

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Advertising	2
Sociology of cultural processes	2
Project design	2
Art direction	7
Audiovisual documentation techniques	7
Digital technologies and applications	7
Integrated new media	7
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	34
Stage	16
Prova finale	10
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	26
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

ADVERTISING, SOCIOLOGY OF CULTURAL PROCESSES, PROJECT DESIGN

Gli insegnamenti esplorano gli aspetti principali della comunicazione pubblicitaria e si forniscono le basi per una mentalità progettuale creativa e strategica. Gli studenti acquisiscono i metodi e gli strumenti per ideare testi e narrazioni; i presupposti teorici, storici e metodologici della ricerca sociale; gli elementi della comunicazione creativa, sulla base delle conoscenze offerte dal marketing; le modalità organizzative del lavoro creativo per la produzione di campagne pubblicitarie professionali; i metodi operativi per la creazione di rappresentazioni grafiche a supporto dei diversi aspetti dello sviluppo progettuale.

ART DIRECTION

I workshop previsti nell'ambito di questo insegnamento sono volti a sviluppare il naturale talento creativo degli studenti per l'applicazione pratica in ambito pubblicitario in tutte le sue forme. Le competenze saranno acquisite nel campo dell'ideazione creativa, della progettazione, della realizzazione e della diffusione della comunicazione d'impresa e di prodotto.

AUDIOVISUAL DOCUMENTATION TECHNIQUES

I workshop proposti all'interno di questo insegnamento forniranno agli studenti una formazione tecnico-operativa nell'ambito delle tecniche di lavorazione e produzione audiovisiva, con un riferimento specifico ai contenuti pubblicitari e uno studio approfondito degli strumenti metodologici e critici per l'acquisizione di competenze relative ai linguaggi della narrazione. Gli studenti svilupperanno idee e progetti creativi idonei alla diffusione su mezzi radiofonici, televisivi, cinematografici.

DIGITAL TECHNOLOGIES AND APPLICATIONS

Il corso e i suoi workshop introducono gli studenti al futuro della creatività, che si prospetta sempre più tecnologica per via della digitalizzazione di tutti i mezzi. Analizzando le opportunità offerte dalle community connesse e dei network digitali ed esplorando le pratiche di engagement e customer satisfaction, gli studenti svilupperanno le competenze legate all'applicazione di strumenti digitali avanzati ai linguaggi visivi pubblicitari.

INTEGRATED NEW MEDIA

I contenuti dei workshop dell'insegnamento riguarderanno il pluralismo dei linguaggi contemporanei e delle innovazioni tecniche. La progettazione creativa sarà orientata verso l'utilizzo di nuovi media. Gli studenti svilupperanno le proprie capacità per ideare e sperimentare nuovi linguaggi espressivi non convenzionali.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e nella discussione del Progetto finale di fronte a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale è un progetto di comunicazione o un progetto per una campagna pubblicitaria, che viene sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni del Course Leader. Il Progetto finale è basato su uno dei brief messi a disposizione dai docenti o dal Course Leader.

professional master in

DESIGN THINKING AND INNOVATION MANAGEMENT

In collaborazione con ROAD - Rome Advanced District

AREA
Communication and Graphic Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Patrizia Moschella

COURSE LEADER
Roma
Marco Guarna

Il Professional Master in Design Thinking and Innovation Management intende formare professionisti nell'ambito delle attuali trasformazioni legate all'innovazione, alla sostenibilità e al marketing. Attraverso contenuti teorici e progettuali, incontri con professionisti del settore e grazie alla preziosa collaborazione con ROAD - Rome Advanced District, primo distretto di innovazione tecnologica per la transizione energetica della Capitale, gli studenti acquisiranno competenze specialistiche di design thinking, innovation management, comunicazione strategica e marketing.

LINGUA
Italiano

CAMPUS
Roma

DURATA
Quattro mesi

Disponibile nella formula HYBRID PART TIME

Modalità di frequenza flessibile per coniugare lo studio con il proprio percorso professionale.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Service designer
- Sustainability manager
- Circular economy manager
- Innovation manager
- Specialista ESG
- Communication and sustainability specialist
- Corporate communication specialist

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere e gestire le potenzialità dei processi di innovazione all'interno di organizzazioni complesse, esplorandone le diverse fasi e adottando un approccio sperimentale e sistemico

Acquisire capacità di Design Thinking legate alla progettazione come struttura di pensiero e modello per la realizzazione di progetti innovativi ispirati ai criteri di circolarità, eco-design e rigenerazione

Definire le strategie di marketing e comunicazione aziendale a supporto del lancio di prodotti o servizi ad alto contenuto di innovazione

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI – FASE 1 DESIGN THINKING

Design thinking

Sociologia dei processi culturali

AI e DT per la sostenibilità e l'impatto

INSEGNAMENTI – FASE 2 INNOVATION MANAGEMENT

Regenerative and circular design

Project management

Innovation management

Brand strategy

Design marathon

INSEGNAMENTI - FASE 3 COMUNICAZIONE STRATEGICA E MARKETING

Design del marketing
e della comunicazione

Comunicare la sostenibilità

Brand storytelling

Design system

Prova finale

INSEGNAMENTI

DESIGN THINKING

Il design thinking è una metodologia di analisi e progetto basata sulla capacità di affrontare e risolvere problemi complessi attraverso una visione sistemica e un approccio creativo e innovativo. Gli studenti avranno una panoramica approfondita degli step di metodologia soffermandosi sulle fasi chiave - comprensione, definizione di un'esigenza, idea creativa, ricerca, sperimentazione e soluzione - tenendo in considerazione le sfide etiche e culturali riscontrate nel processo di progettazione.

SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI

L'insegnamento introduce gli studenti ai fondamenti della sociologia, soffermandosi sull'evoluzione delle società contemporanee e delle strutture di relazione, con particolare attenzione all'evoluzione dei sistemi di produzione e dei pubblici, dello studio della cultura dei consumi e della comunicazione.

AI E DT PER LA SOSTENIBILITÀ E L'IMPATTO

Il corso offre un'introduzione agli aspetti tecnici, creativi ed etici che l'impatto dell'intelligenza artificiale può avere nella trasformazione delle città e nell'organizzazione della vita dei propri abitanti. L'insegnamento affronta anche la questione della replica virtuale, sia di oggetti fisici che di processi e sistemi del mondo reale. Partendo dalla contrapposizione tra identità reale e digitale, gli studenti avranno modo di concentrarsi sui punti di forza e sulle criticità, anche di stampo etico, che possono nascere dai "gemelli digitali" e dalla loro applicazione in diversi ambiti come metaverso e realtà aumentata.

REGENERATIVE AND CIRCULAR DESIGN

Il design rigenerativo per l'economia circolare consente di esplorare opportunità di sviluppo del capitale naturale e sociale, mentre individua modelli di business resilienti e duraturi. L'economia circolare è l'attivazione di sistemi rigenerativi attraverso l'impresa e l'industria. In questo insegnamento si forniranno gli strumenti analitici del design rigenerativo e successivamente le metodologie progettuali che consentono di realizzare iniziative di sostenibilità e di economia circolare.

PROJECT MANAGEMENT	Attraverso strumenti teorici, pratici e case study, l'insegnamento analizza le diverse attività legate alla pianificazione, realizzazione e controllo di iniziative progettuali, per fornire agli studenti gli strumenti utili a supervisionare tutti gli aspetti di un progetto, assicurando il raggiungimento degli obiettivi, nel rispetto dei vincoli di tempo, budget e risorse.
INNOVATION MANAGEMENT	Attraverso le testimonianze di esperti e di case study, l'insegnamento affronta le sfide che i processi di innovazione pongono alle organizzazioni complesse e le potenzialità che questi offrono per la loro evoluzione, approfondendo la dimensione analitica e quella creativa delle diverse fasi della progettazione di un prodotto o servizio innovativo, dalla sua ideazione fino al lancio sul mercato.
BRAND STRATEGY	L'insegnamento approfondisce le strategie necessarie per lo sviluppo di una specifica identità di marchio all'interno di un determinato settore. Gli studenti avranno l'opportunità di approfondire gli step di definizione di un brand - analisi di mercato, comprensione della concorrenza, missione, visione e valori - in modo da definire basi solide. Grande importanza verrà data alla comunicazione, alla valorizzazione dell'identità del brand e alla gestione dell'esperienza con il cliente.
DESIGN MARATHON	Attraverso un workshop intensivo, gli studenti avranno la possibilità di sviluppare un brief proposto dalle aziende parte della rete di ROAD e saranno guidati nell'ideazione di progetti con una committenza reale.
DESIGN DEL MARKETING E DELLA COMUNICAZIONE	L'insegnamento introduce gli studenti ai fondamenti del marketing e della comunicazione approfondendo varie tem\atiche quali la definizione di un target e l'identificazione di un tono di voce appropriato per sviluppare campagne integrate su piattaforme digitali. Una parte del corso sarà dedicata al graphic design e al web design che forniranno strumenti pratici per creare forti contenuti visivi e digitali.
COMUNICARE LA SOSTENIBILITÀ	L'insegnamento si sofferma sulle sfide che i brand affrontano nel trasmettere con efficacia i valori e le pratiche adottate per ridurre l'impatto ambientale, migliorare le condizioni sociali e comunicare le proprie attività con etica e trasparenza all'opinione pubblica e al consumatore. Il corso propone un approfondimento circa quali siano i fattori chiave, i canali più efficaci, le best practices e gli errori più comuni nella comunicazione aziendale del proprio impegno alla sostenibilità.
BRAND STORYTELLING	Attraverso le testimonianze di esperti, case study ed esercitazioni, il corso affronta le modalità di creazione, distribuzione e trasformazione di branded content oltre che di una brand vision in grado di arrivare a diversi tipi di pubblico in maniera chiara, con un focus specifico sui temi dell'innovazione e della sostenibilità, in funzione delle aspirazioni di impresa.

DESIGN SYSTEM	L'insegnamento affronta le attività connesse alla realizzazione dei prodotti digitali oggi essenziali per le grandi aziende come per le start-up innovative. Verranno analizzati i processi di progettazione e sviluppo nelle loro diverse fasi e i vari attori coinvolti, così come le buone pratiche necessarie per realizzare strumenti ed esperienze d'uso funzionali e di facile utilizzo, in grado di contribuire al consolidando della brand identity.
PROVA FINALE	Come completamento del percorso, gli studenti presenteranno un elaborato in cui esporre un progetto che porta verso l'industrializzazione le proposte di innovazione emerse durante la design marathon.

biennio specialistico in

INTERIOR DESIGN

AREA
Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Claudio Larcher

COURSE LEADER
Milano
Valentina Dalla Costa

L'interior design riveste un ruolo sempre più importante nell'attivazione di spazi pubblici e privati, diventando parte di un sistema fisico e narrativo complesso. Il Biennio in Interior Design (Diploma Accademico di Secondo Livello in Design) esplora i temi e i processi metodologici legati al progetto dello spazio interno, consentendo agli studenti di affrontare diverse esperienze progettuali con un approccio innovativo e interdisciplinare e la guida di docenti internazionali, al fine di generare profili professionali maturi in grado di esprimersi nel contesto lavorativo globale.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Interior designer
- Exhibition designer
- Furniture designer
- 3D modelling specialist
- Project illustrator
- Stylist
- Interior decorator
- Lighting designer
- Brand designer
- Design consultant

OBIETTIVI FORMATIVI

Esplorare i limiti e i vincoli del mondo dell'interior design, acquisendo e approfondendo conoscenze, coscienza critica, modo di pensare in maniera originale e sperimentale

Sviluppare un solido profilo progettuale e un approccio metodologico maturo e consapevole per il futuro percorso professionale

Progettare come abiteremo, vivremo, lavoreremo, comunicheremo attraverso gli spazi interni, durante due anni di intensa esplorazione, nell'ambiente creativo particolarmente stimolante che la città di Milano rappresenta

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
	Design 1	**12**
I	Interior design 1	8
	Materiali e tecnologie	4
	Metodologia della progettazione	**12**
I	Design dello spazio	6
	Modellazione 3D e rendering	6
I	**Storia dell'arte**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		30
	Design 2	**12**
II	Interior design 2	8
	Design dell'arredo	4
	Brand design	**12**
II	Brand strategy	8
	Experience design	4
II	**Storia del design**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		60

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
	Design 3	**12**
III	Exhibition design	8
	Cultura del progetto	4
III	**Light design**	**6**
	2 attività a scelta dello studente:	
	Design management	**6**
III	Attività formative ulteriori: erasmus	6
	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	6
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	6
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		30
IV	**Design 4**	**12**
IV	**Art direction - Progettazione multimediale per il design**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		60
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		120

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

DESIGN 1

L'insegnamento si propone di fornire agli studenti gli strumenti fondamentali per affrontare il progetto nella sua complessità, diversità e molteplicità all'interno del contesto contemporaneo. Attraverso due moduli, Interior design 1 e Materiali e tecnologie, gli studenti imparano ad affrontare la progettazione di uno spazio anche dal punto di vista dei materiali, focalizzando l'attenzione sullo studio e l'utilizzo specifico delle tecnologie adatte all'interior design.

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

L'insegnamento espone gli studenti a temi progettuali di elevata complessità concettuale, per stimolarne la capacità di adattarsi a differenti condizioni di progetto e di sviluppare un ampio repertorio di strumenti culturali, teorici e tecnici. Il modulo didattico integrato fornisce le competenze per acquisire la padronanza delle tecniche di modellazione e di rendering degli spazi interni.

STORIA DELL'ARTE

L'insegnamento intende fornire una visione comprensiva della storia dell'arte italiana ed europea, nella quale si colloca il quadro di riferimenti culturali ed estetici che sono sottesi alla storia del design italiano e che forniscono significato alla disciplina dell'interior design contemporaneo.

DESIGN 2

L'insegnamento, nei due moduli di Interior design 2 e Design dell'arredo, è dedicato allo sviluppo di un progetto di spazi interni, con l'obiettivo di approfondire la comprensione dei significati e dei valori legati al progetto dello spazio pubblico, alle qualità relazionali dello spazio, al rapporto tra spazio, uomo e oggetti. Il modulo didattico integrato fornisce competenze tecniche specifiche nel campo della progettazione di prodotti di arredo e complemento.

BRAND DESIGN

Lo scopo dell'insegnamento è di investigare la relazione tra l'interior design e la costruzione del sistema di identità e di valori di un brand, un marchio, un'azienda, un'istituzione, nel progetto di spazi per attività commerciali e/o luoghi pubblici. Il modulo didattico integrato fornisce un approfondimento sugli strumenti e le tecniche tipiche del progetto esperienziale contemporaneo, nell'intersezione tra persone, spazi, servizi digitali, Intelligenza Artificiale e big data.

STORIA DEL DESIGN

L'insegnamento intende fornire una visione comprensiva del design italiano, attraverso il XX secolo e la contemporaneità, nel più ampio contesto della storia della modernità e post-modernità del mondo occidentale. Il corso è basato sull'individuazione delle relazioni e delle implicazioni tra il ruolo del design e lo sviluppo dei sistemi sociali, culturali e politici nella storia contemporanea di Europa e Stati Uniti.

SECONDO ANNO

DESIGN 3

L'insegnamento, nei due moduli Exhibition design e Cultura del progetto, è dedicato allo sviluppo di un progetto di allestimento temporaneo di spazi pubblici interni, basato sul tema del display design in ambito culturale (mostra, museo), commerciale (stand, padiglione espositivo) o in quello dei servizi alle comunità locali. Il modulo didattico integrato fornisce ulteriori competenze nel campo della ricerca applicata al progetto, rivolta all'esplorazione del rapporto tra design e arte, tra design e moda, all'analisi dei trend contemporanei, o alle strategie curatoriali nel campo dell'arte, della museografia e degli allestimenti interattivi.

LIGHT DESIGN

L'insegnamento si pone l'obiettivo di fornire le basi culturali, tecniche e illuminotecniche del design della luce, per sviluppare la capacità di definire l'atmosfera luminosa di uno spazio interno attraverso la corretta scelta e posizionamento delle sorgenti luminose.

DESIGN MANAGEMENT

Il corso si pone l'obiettivo di fornire una visione articolata delle diverse strategie operative che possono essere messe in atto per lo sviluppo di un progetto in differenti contesti professionali (studio individuale e/o strutture collettive) e di illustrare gli strumenti fondamentali per la comprensione di un approccio orientato al business design e al service design per il progetto degli spazi interni.

DESIGN 4

L'insegnamento consente di condurre a piena maturazione tutte le competenze necessarie a guidare un progetto di interior design per spazi pubblici complessi. Gli studenti acquisiscono la capacità di condurre l'intero processo del design, dall'ideazione del concept fino al design costruttivo, incluse le strategie per la presentazione del progetto nelle sue varie fasi. Il modulo didattico integrato, impostato nella forma di un Interior design research lab collettivo, fornisce un approfondimento su argomenti specifici di ricerca e progetto, da determinare in funzione del tema di progetto.

ART DIRECTION
PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE PER IL DESIGN

L'insegnamento intende fornire un contributo culturale e operativo al progetto di interni dal punto di vista del visual design, dell'espressione grafica e fotografica, della produzione di elaborati multimediali e della rappresentazione digitale degli spazi interni.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

biennio specialistico in

PRODUCT AND SERVICE DESIGN

AREA
Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Claudio Larcher

COURSE LEADER
Milano
Valentina Dalla Costa

La transizione del mondo moderno da una "società dei beni" a una "società dei servizi" e la ricerca di un rapporto sostenibile con l'ambiente offrono oggi la possibilità di esplorare più a fondo l'etica del design. Nel corso del Biennio in Product and Service Design (Diploma Accademico di Secondo Livello in Design), grazie alla continua interazione con docenti e professionisti, gli studenti diventano designer capaci di gestire tutte le fasi dello sviluppo di un prodotto, dall'ideazione fino alla produzione, attraverso la definizione della strategia di progettazione e prototipazione.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Product designer
- Service designer
- UX/UI designer
- Brand specialist
- Art director
- 3D modelling specialist
- Design manager
- Brand designer
- Responsabile di sviluppo prodotti

OBIETTIVI FORMATIVI

Analizzare e definire concept e scenari di riferimento grazie alla conoscenza dei modelli storici sviluppati dalla cultura del progetto

Interpretare i linguaggi dei materiali e delle tecnologie in una corretta prospettiva produttiva ed economica, decifrando le strategie estetiche dei prodotti e individuandone implicazioni storiche e antropologiche

Padroneggiare tecniche multimediali e strumenti tecnologici per la rappresentazione di progetti di prodotti, servizi e interazione, interpretando i modelli sociologici per l'individuazione dei nuovi target di consumo

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Design 1**	**12**
	Product design 1	8
	Visual design	4
I	**Metodologia della progettazione**	**12**
	Materiali e tecnologie	6
	Modellazione 3D e rendering	6
I	**Storia dell'arte**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		**30**
II	**Design 2**	**12**
	Product design 2	8
	Communication design	4
II	**Brand design**	**12**
	Brand strategy	8
	Experience design	4
II	**Storia del design**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		**60**

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Design 3**	**12**
	Product and service design lab 1	8
	Interface design	4
III	**Light design**	**6**
	2 attività a scelta dello studente:	
	Design management	**6**
	Attività formative ulteriori: erasmus	**6**
III	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	**6**
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	**6**
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		**30**
IV	**Design 4**	**12**
	Product and service design lab 2	8
	Data-driven design	4
IV	**Art direction - Progettazione multimediale per il design**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		**60**
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		**120**

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

DESIGN 1

Attraverso i moduli di Product design 1 e Visual design l'insegnamento si pone un duplice scopo: fornire un'ampia visione panoramica sul design di prodotto inteso come scambio con utenti e produttori e come processo creativo, attraverso la capacità di operare con i linguaggi delle "Qualità Soft", con le teorie del Design Primario e con la pratica del CMF (colore, materiale, finiture). Il modulo integrativo affronta il tema della ideazione di codici estetici grafici e fotografici a supporto del prodotto: l'immagine acquisisce significato funzionale alla divulgazione e narrazione del progetto.

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

L'insegnamento fornisce le conoscenze e competenze fondamentali del lavoro di un designer di prodotto: la pratica della modellazione virtuale e della rappresentazione fotorealistica; la conoscenza dei materiali e delle tecnologie al servizio del progetto. Il corso è diviso in due moduli didattici: uno rivolto a trasmettere un'ampia visione panoramica sui materiali e sulle tecnologie a disposizione del mondo del design contemporaneo, con particolare attenzione alle innovazioni più recenti; l'altro dedicato alle tecniche di modellazione e di rendering degli oggetti e degli oggetti all'interno di spazi.

STORIA DELL'ARTE

Partendo dalla storia dell'arte, in particolare da quella moderna e contemporanea, l'insegnamento identifica i punti di contatto fra il mondo dell'arte e la cultura del design fornendo spunti per la messa a fuoco di approcci personali e originali al tema del progetto.

DESIGN 2

L'insegnamento, composto dai due moduli di Product design 2 e Communication design, intende sviluppare il progetto completo e dettagliato di un prodotto o una collezione di prodotti, per produzione industriale o per serie limitate; conduce gli studenti ad acquisire le competenze necessarie allo sviluppo del concept, alla progettazione del prodotto, alla realizzazione di modelli e/o prototipi, all'affinamento degli strumenti di presentazione. Il modulo integrativo affronta tutte le questioni legate alla comunicazione del design di prodotto.

BRAND DESIGN

L'insegnamento indaga l'identità aziendale attraverso gli immaginari dei prodotti, attraverso le modalità di comunicazione e presentazione come espressione integrante della costruzione dei brand. Particolare attenzione viene posta al progetto di allestimento dei prodotti nelle diverse modalità fisica o virtuale e nei diversi ambiti, da quelli commerciali e culturali a quelli dei servizi.

STORIA DEL DESIGN

L'insegnamento offre una visione completa e profonda della storia del design italiano, in un racconto per immagini e relazioni che permette gli studenti di comprendere i valori intangibili espressi dalla cultura progettuale del design contemporaneo attraverso l'opera delle avanguardie e dei singoli autori.

SECONDO ANNO

DESIGN 3

L'insegnamento rappresenta un contenitore ampio di esperienze di formazione, ricerca e innovazione sui temi del design di prodotto e di servizio. Si affronta il tema dell'oggetto come terminale fisico e/o oggetto simbolico di un sistema a dimensioni multiple - fisiche e digitali - in grado di attivare servizi alla persona o alla collettività. L'insegnamento, impostato nella forma di un Product and service design lab collettivo, prevede anche un modulo dedicato all'Interface design, che approfondisce il tema del progetto dei dispositivi interattivi e del design dell'esperienza dell'utente attraverso le interfacce di controllo.

LIGHT DESIGN

Scopo dell'insegnamento è di fornire i fondamenti culturali e tecnici della disciplina illuminotecnica, per permettere di acquisire la capacità di controllare le estetiche, le caratteristiche performative e le tecniche dei corpi illuminanti all'interno delle classiche o innovative tipologie di prodotto.

DESIGN MANAGEMENT

Obiettivo formativo dell'insegnamento è di fornire una visione articolata delle diverse strategie operative che vengono messe in atto per lo sviluppo di un progetto in differenti situazioni professionali (studio individuale e/o strutture collettive e/o aziendali) e di illustrare gli strumenti fondamentali per la comprensione di un approccio orientato al mercato per il progetto di prodotti, spazi e servizi.

DESIGN 4

L'insegnamento è un contenitore ampio di esperienze di formazione, ricerca e innovazione, in continuità con il precedente Design 3. Scopo del corso è perfezionare le capacità di elaborazione di un progetto complesso, partendo dalla riflessione su idee, valori e temi della cultura contemporanea, per portare a compimento strategie di implementazione di sistemi di design e di produzione fisica o digitale. Impostato nella forma di un Product and service design lab collettivo, il corso prevede anche un modulo di Data-driven design, che esplora in forma sperimentale le nuove opportunità di progetto legate alla disponibilità contemporanea di enormi flussi di dati e informazioni.

ART DIRECTION
PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE PER IL DESIGN

L'insegnamento intende fornire gli strumenti culturali e strategici per poter affrontare la direzione artistica e creativa delle collezioni di prodotto di aziende design-oriented, sviluppando competenze che riguardano sia le scelte in fase di progettazione del prodotto che le scelte relative alla comunicazione attorno al prodotto.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

biennio specialistico in

SOCIAL DESIGN

AREA
Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Claudio Larcher

COURSE LEADER
Milano
Valentina Dalla Costa

Quando è orientato alla definizione di strategie di sviluppo sociale, il design è in grado di valorizzare le risorse umane e naturali, produrre innovazione sostenibile e promuovere dinamiche di evoluzione sociale ed economica a piccola o grande scala: il social design sta acquisendo un ruolo sempre più evidente nei progetti di aziende e amministrazioni pubbliche. Il Biennio in Social Design (Diploma Accademico di Secondo Livello in Design) consente agli studenti di acquisire le chiavi di accesso ai nuovi scenari della professione del designer globale nel mondo di oggi e di domani.

LINGUA
Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico
di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Responsabile di sviluppo progetti
- Communication designer
- Product designer
- Social designer
- Community designer
- Environmental designer
- Event designer
- Strategic planner
- Public policy manager
- Design consultant

OBIETTIVI FORMATIVI

Incrociare la metodologia di lavoro del design con la capacità di operare con competenza nell'ambito di iniziative a carattere sociale, culturale e politico

Sviluppare progetti orientati all'attivazione delle comunità sociali e alla riqualificazione dei contesti ambientali, urbani o naturali e misurarsi con casi-studio reali

Acquisire la capacità di interpretare le dinamiche sociali e culturali contemporanee e prefigurarne possibili evoluzioni future, per individuare strategie di design innovative finalizzate allo sviluppo sostenibile della società umana

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
	Design 1	**12**
I	Community design	8
	Antropologia e sociologia	4
	Metodologia della progettazione	**12**
I	Product design	6
	Communication design	6
I	**Storia dell'arte**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		**30**
	Design 2	**12**
II	Design ambientale	8
	Ecologia ed economia	4
	Brand design	**12**
II	Brand strategy	8
	International cooperation	4
II	**Storia del design**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		**60**

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
	Design 3	**12**
III	Social design lab 1	8
	Project management	4
III	**Light design**	**6**
	2 attività a scelta dello studente:	
	Design management	**6**
	Attività formative ulteriori: erasmus	**6**
III	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	**6**
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	**6**
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		**30**
	Design 4	**12**
IV	Social design lab 2	8
	Progettazione partecipata e politiche pubbliche	4
IV	**Art direction - Progettazione multimediale per il design**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		**60**
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		**120**

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

DESIGN 1

L'insegnamento, attraverso i moduli didattici integrati Community design e Antropologia e sociologia, affronta il tema del design di comunità, ovvero dedicato allo sviluppo di un progetto per un prodotto, uno spazio, un evento o un servizio per la comunità, basato sull'acquisizione di efficaci strumenti metodologici di ricerca e implementazione del progetto e sull'esplorazione dei differenti approcci al progetto derivati dallo studio antropologico della collettività. Attraverso il modulo didattico integrato si fornisce un approfondimento delle conoscenze nel campo della progettazione per la comunità e dell'antropologia.

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

Lo scopo dell'insegnamento è di fornire agli studenti le basi metodologiche nei campi più rilevanti della pratica del design: la progettazione di oggetti fisici e di sistemi di comunicazione. Gli studenti vengono esposti a temi progettuali articolati che possano permettere, a chi già possiede queste competenze, di sviluppare elaborazioni di elevata complessità. Obiettivo del corso è quello di generare la capacità di adattarsi a differenti condizioni di progetto e sviluppare un ampio repertorio di strumenti culturali, teorici e tecnici.

STORIA DELL'ARTE

L'insegnamento intende fornire una visione comprensiva della storia dell'arte italiana ed europea, nella quale si colloca il quadro di riferimenti culturali ed estetici che sono sottesi alla storia del design italiano e che forniscono significato alla disciplina del social design, con particolare attenzione verso le pratiche della public art.

DESIGN 2

Attraverso i due moduli dedicati, l'insegnamento affronta il tema del design ambientale, di spazi urbani o naturali, con un forte approccio multidisciplinare. Inoltre, fornisce competenze nel campo della ricerca sull'ecologia in rapporto al sistema economico locale e globale, sulla relazione tra design e sostenibilità, sulle strategie necessarie per poter progettare consapevolmente all'interno del contesto culturale e sociale.

BRAND DESIGN

L'insegnamento affronta il tema della responsabilità sociale applicato all'identità di un brand, di un'azienda o di un'istituzione pubblica, sia dal punto di vista delle pratiche operative che dal punto di vista della comunicazione pubblica. Un primo modulo didattico è dedicato alle strategie di attivazione di reti sociali e culturali mediante lo sviluppo di progetti. Il secondo approfondisce gli aspetti etici, normativi e operativi tipici del settore della cooperazione internazionale no-profit.

STORIA DEL DESIGN

L'insegnamento intende fornire una visione comprensiva del design italiano, attraverso il XX secolo e la contemporaneità, nel più ampio contesto della storia della modernità e post-modernità del mondo occidentale, con attenzione particolare alle pratiche di co-design e all'impatto sociale del design. Il corso è basato sull'individuazione delle relazioni e delle implicazioni tra il ruolo del design e lo sviluppo dei sistemi sociali, culturali e politici nella storia contemporanea.

SECONDO ANNO

DESIGN 3

L'insegnamento, impostato nella forma di un Social design lab collettivo, è dedicato allo sviluppo di uno o più progetti di social design declinato in ambito culturale o imprenditoriale oppure nell'ambito dei servizi alle comunità locali. I temi di progetto intendono definire un vero e proprio laboratorio di ricerca e innovazione nel campo del social design. L'insegnamento è integrato dal modulo di Project management che focalizza l'attenzione sugli aspetti teorici e strategici riferiti alla gestione del progetto.

LIGHT DESIGN

L'insegnamento si pone l'obiettivo di fornire le basi culturali, tecniche e illuminotecniche del design della luce, per sviluppare la capacità di definire l'atmosfera di uno spazio attraverso la corretta scelta e posizionamento delle sorgenti luminose. In particolare, l'insegnamento affronta il tema dell'illuminazione di spazi o eventi pubblici.

DESIGN MANAGEMENT

L'insegnamento si pone l'obiettivo di fornire una visione articolata delle diverse strategie operative che possono essere messe in atto per lo sviluppo di un progetto in differenti contesti professionali (studio individuale e/o strutture collettive) e di illustrare gli strumenti fondamentali per la comprensione di un approccio consapevole della dimensione finanziaria, imprenditoriale e operativa di un progetto.

DESIGN 4

L'insegnamento, impostato nella forma di un Social design lab collettivo, è dedicato allo sviluppo di progetti di social design complessi e consente di condurre a piena maturazione tutte le competenze necessarie. I temi di progetto intendono definire un vero e proprio laboratorio di ricerca e innovazione, fornendo agli studenti la capacità di condurre l'intero processo del design, dall'analisi e lo studio del contesto sino all'ideazione del progetto e alle strategie per la sua presentazione e condivisione. L'insegnamento è integrato dal modulo di Progettazione partecipata e politiche pubbliche, che approfondisce le politiche sociali e rende complesso e completo il progetto.

ART DIRECTION
PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE PER IL DESIGN

L'insegnamento intende fornire un contributo culturale e operativo al progetto di social design dal punto di vista del visual design, dell'espressione grafica e fotografica, della produzione di elaborati multimediali e della rappresentazione digitale.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

master accademico in

ITALIAN DESIGN

AREA
Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Claudio Larcher

COURSE LEADER
Milano
Massimo Martignoni

Il Master Accademico si configura come itinerario di esperienze di ricerca e progetto sulle peculiarità dell'Italian Design. Un programma intensivo che integra teoria, conoscenze e metodologie, workshop e incontri con i protagonisti del settore, per esplorare le frontiere più avanzate dell'approccio italiano al progetto. Il Master intende formare figure professionali capaci di intercettare e guidare i trend emergenti a livello internazionale, contribuendo sia ai processi di innovazione della produzione industriale sia all'elaborazione di nuove visioni estetiche e valori culturali.

LINGUA
Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Product designer
- Furniture designer
- Light designer
- Household appliances design consultant

OBIETTIVI FORMATIVI

Acquisire il know-how dell'Italian Design attraverso lo studio delle peculiarità funzionali ed espressive che ne sono alla base, per lo sviluppo di un proprio linguaggio espressivo e professionale

Sviluppare la capacità di integrare le scelte di progetto in una più ampia visione dei processi di management e di impresa

Attivare una predisposizione dinamica al nesso "problem setting/problem solving", per formare un'autonoma metodologia di elaborazione critica e operativa

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Design	8
Cultura del progetto - L'evoluzione del design: i linguaggi, la materia, la tecnologia	8
Metodologia della progettazione - Il progetto italian design: la ricerca, la strategia, la comunicazione	8
Design system - Socioeconomia previsionale, scenari della sostenibilità, innovazioni di marketing	8
Storia del design	6
Storia dell'arte contemporanea - Espressioni del creare	6
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	10
Prova finale	6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

DESIGN

L'insegnamento spinge a esplorare le diverse sfaccettature della produzione e innovazione di beni di consumo e delle tematiche correlate: i valori del brand, il luogo di vendita, i servizi e la comunicazione. I temi di indagine sono: l'evoluzione dei comportamenti quotidiani, impatto delle tecnologie e della ricerca sui nuovi materiali, la relazione tra imprenditorialità consapevole ed efficienza manageriale.

CULTURA DEL PROGETTO
L'EVOLUZIONE DEL DESIGN: I LINGUAGGI, LA MATERIA, LA TECNOLOGIA

L'insegnamento fornisce una visione articolata dei programmi e dei linguaggi che hanno caratterizzato l'Italian Design, con una particolare attenzione agli scenari emersi a partire dal XXI secolo. Elemento strategico è l'analisi di diverse case history - riferite all'unicità del sistema produttivo italiano - mediante incontri diretti e confronti con realtà chiave del settore.

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE
IL PROGETTO ITALIAN DESIGN: LA RICERCA, LA STRATEGIA, LA COMUNICAZIONE

L'insegnamento prevede l'approfondimento di tre pilastri operativi dell'Italian Design: ricerca, strategia e comunicazione. La ricerca riguarda l'elaborazione di scenari e concept di prodotto mirati alla definizione di guideline estetiche. La strategia, il confronto elastico e flessibile con le problematiche afferenti a distribuzione e conquista di aree di mercato. La comunicazione, una valorizzazione aggiornata e non nostalgica dell'heritage storico, condiviso trasversalmente tra progettisti e sistema produttivo.

DESIGN SYSTEM
SOCIOECONOMIA PREVISIONALE, SCENARI DELLA SOSTENIBILITÀ, INNOVAZIONI DI MARKETING

Lo scopo dell'insegnamento è di esaminare gli scenari e i mutamenti socio-economici che trasformano i modelli comportamentali e di consumo, attraverso una lettura ampia delle interazioni tra prodotti e ambiente, al fine di tracciare un orientamento produttivo sostenibile. Sono inoltre forniti gli strumenti per comprendere linguaggi e tematiche ricorrenti nell'attività di marketing.

STORIA DEL DESIGN

L'insegnamento intende leggere la fisionomia del design contemporaneo attraverso un approccio critico multidisciplinare, volto a interpretare la complessità culturale odierna. Il riferimento ai principali episodi evolutivi che hanno accompagnato lo sviluppo del design nel corso del XX secolo fino a oggi sono così occasione per interrogarsi sulle prospettive del presente e del domani.

STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA
ESPRESSIONI DEL CREARE

L'insegnamento introduce lo studente ai diversi ambiti della creatività con particolare attenzione alle tendenze artistiche attuali. Attraverso visite a mostre e gallerie e incontri con artisti del panorama contemporaneo, lo studente si confronterà con una pluralità di pratiche creative e progettuali, dal disegno alle video-ambientazioni.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e discussione di un Progetto finale giudicato da una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale consiste in un elaborato progettuale nell'ambito del design e viene sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni della faculty di riferimento.

master accademico in

NEW URBAN DESIGN

AREA
Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Claudio Larcher

COURSE LEADER
Milano
Claudio Larcher

Il Master Accademico offre una nuova prospettiva sul ruolo dell'urban designer e consente agli studenti di approfondire un'esperienza di lettura, interpretazione e progettazione della città che si misuri con la nuova complessità della realtà urbana, integrandola con azioni pratiche e generando relazioni con partner locali e internazionali. Attraverso la ricerca di una nuova forma di conoscenza della città, il corso sviluppa le competenze specifiche necessarie per lo sviluppo di progetti di new urban design, con particolare attenzione al design dei servizi.

LINGUA
Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

Urban designer

Consulente per le amministrazioni pubbliche

Consulente per aziende municipalizzate e multiutility

City brand designer

Collaboratore in studi di architettura/ ingegneria, società di progettazione urbana

OBIETTIVI FORMATIVI

Leggere la città nelle sue diverse scale e dimensioni (città fisica, città sociale, città politica) per sviluppare progetti di urban design con particolare attenzione al re-design dei servizi (fisici, sociali, politici)

Acquisire un approccio metodologico per gestire la progettazione e la pianificazione per la rivitalizzazione di quartieri o intere aree metropolitane, attività ed eventi temporanei per la comunità, interconnessioni tra edifici, sistemi di trasporto, reti sociali, ambiente naturale e cura delle comunità locali

Acquisire la capacità di confrontarsi con i principali interlocutori del settore: istituzioni, associazioni, aziende, studi di architetti, sociologi, antropologi e cittadini

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Urban design	10
Ecodesign	8
Metodologia della progettazione	6
Culture digitali	8
Storia dell'architettura e dell'urbanistica	6
Antropologia culturale	6
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	10
Prova finale	6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

URBAN DESIGN

L'insegnamento fornisce agli studenti una formazione culturale e progettuale relativa alle nozioni storiche, artistiche, tecniche e progettuali attinenti allo spazio urbano.

ECODESIGN

L'insegnamento prevede una serie di percorsi progettuali legati a diverse scale di intervento, unendo all'aspetto teorico e metodologico una prassi estesa alle differenti specificità del settore. Si porrà l'accento sui processi di sviluppo attenti ai vincoli economici, tecnologici, merceologici, commerciali e distributivi della committenza, considerando il progetto sia dal punto di vista produttivo che da quello etico e artistico.

METODOLOGIA DELLA PROGETTAZIONE

L'insegnamento ha l'obiettivo di formare delle competenze specifiche per sviluppare un progetto di urban design. Il corso punta a fornire agli studenti un approccio metodologico atto a gestire l'analisi, lo sviluppo e l'esecuzione di un intervento, oltre alla presentazione del processo nelle sue varie fasi. Particolare attenzione è indirizzata a sviluppare capacità di elaborare strategie, partendo da riflessioni e considerazioni su concetti, valori e temi di attualità legati alle città contemporanee.

CULTURE DIGITALI

L'insegnamento è incentrato sul complesso delle relazioni che definiscono il campo della cultura digitale, con particolare riferimento agli aspetti informatici e mediali, affrontati secondo una prospettiva teorica, metodologica e critica. Inoltre, ci si riferisce all'evoluzione storica e alle implicazioni di carattere sociologico, antropologico e scientifico delle ricerche artistiche e progettuali in ambito digitale.

STORIA DELL'ARCHITETTURA E DELL'URBANISTICA

L'insegnamento presenta un excursus sulla storia e sulla prassi dell'architettura, con particolare attenzione al progetto nei suoi aspetti metodologici, nel suo sviluppo storico e nella sua processualità. L'obiettivo è di riportare l'architettura in tutte le sue dimensioni all'interno della formazione e della ricerca.

ANTROPOLOGIA CULTURALE

L'insegnamento ha come oggetto la riflessione sulle dinamiche simboliche e sociali delle culture, con riferimento a quelle materiali ed estetiche, alla creatività dell'immaginario e dello spirito umano, esplorati nelle molteplici varianti geografiche e storiche e nel prodursi di relazioni sempre mutevoli tra le comunità umane e la natura, dal tribale al globale.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e nella discussione del Progetto finale di fronte a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale avrà come obiettivo di non trovare una risposta definita e chiusa ma di aprire verso una visione flessibile, in divenire e al contempo concreta delle nuove realtà urbane, e sarà sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni della faculty di riferimento.

biennio specialistico in

FASHION AND COSTUME DESIGN

AREA
Fashion Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Colomba Leddi

COURSE LEADER
Roma
Clara Tosi Pamphili

Il Biennio in Fashion and Costume Design (Diploma Accademico di Secondo Livello in Fashion and Textile Design) consente agli studenti di acquisire le capacità necessarie per affrontare progettazioni sperimentali, laboratoriali e culturali legate al design della moda e del costume. Il corso vuole indagare il tema della narrazione e della messa in scena degli abiti creati per un determinato evento e per un determinato corpo, affrontando il tema degli archivi e dei repertori come heritage e come punto di partenza per la progettazione.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Roma

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Costume designer
- Fashion designer
- Designer indipendente
- Creative director
- Celebrity stylist
- Fashion stylist
- Trend forecaster
- Curatore di archivi
- Haute couture designer

OBIETTIVI FORMATIVI

Analizzare le informazioni pratiche, teoriche e artistiche legate ai fenomeni moda e costume

Utilizzare metodologie complesse per creare soluzioni articolate a progetti multiformi, fino alla realizzazione di collezioni di abbigliamento, alta moda e costume per lo spettacolo

Sviluppare un alto grado di professionalità supportato da imprenditorialità, creatività, motivazione, autogestione, abilità comunicativa

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Fashion design 1**	**12**
	Fashion and costume 1	6
	Modellistica storica	6
I	**Design del tessuto**	**12**
	Design del tessuto	6
	Archivi 1	6
I	**Stile, storia dell'arte e del costume**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		30
II	**Fashion design 2**	**12**
	Fashion and costume 2	6
	Archivi 2	6
II	**Modellistica**	**12**
	Complementi del costume	6
	Styling	6
II	**Fenomenologia degli stili**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		60

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Fashion design 3**	**12**
	Fashion and costume 3	6
	Laboratorio sartoriale 1	6
III	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva**	**6**
III	2 attività a scelta dello studente:	
	Linguaggi multimediali	**6**
	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	**6**
	Inglese per la comunicazione artistica	**4**
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	**6**
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		30*
IV	**Fashion design 4**	**12**
	Fashion and costume 4	6
	Laboratorio sartoriale 2	6
IV	**Cultura dei materiali di moda**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		60
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		120

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

FASHION DESIGN 1

L'insegnamento introduce lo studente alla progettazione di costumi per un determinato evento o performance, partendo da un tema e un testo. Lo studente è chiamato a esprimere il proprio punto di vista attraverso la sperimentazione e la creazione di elaborati fisici e visuali che definiscano l'identità del progetto in termini di concetti, narrazioni, forme, lavorazioni, scelta dei materiali e disegni tecnici. Con il modulo di Modellistica storica verrà affrontato il tema del costume storico e delle sue costruzioni.

DESIGN DEL TESSUTO

L'insegnamento ha l'obiettivo di introdurre lo studente al mondo del tessuto come elemento primario nel design, formando la consapevolezza che la creatività nella moda e nel costume è legata a una consolidata comprensione dei materiali tessili e dei loro migliori utilizzi finali, in termini funzionali e decorativi. Il tema degli archivi offrirà la possibilità di un'approfondita ricerca in ambito moda e costume.

STILE, STORIA DELL'ARTE E DEL COSTUME

L'insegnamento permette di conoscere e comprendere la lettura di diversi codici estetici storici e contemporanei, mediante l'ibridazione di elementi di antropologia e semiotica. Il corso esamina le intersezioni tra arte, identità, politica, economia e storia, dall'antichità a oggi, con particolare attenzione all'evoluzione di capi, accessori, scarpe e altri ornamenti corporei attraverso la lente dei cambiamenti storici, artistici e sociali. Attraverso la scoperta di archivi, del costume e della moda, lo studente ha la possibilità di aprire la propria visione a diversi riferimenti utili alla ricerca e definizione della propria ispirazione.

FASHION DESIGN 2

Partendo dallo studio sviluppato nel primo semestre, nel modulo di Fashion and costume 2 lo studente ha modo di sviluppare un progetto per il cinema, definendo la metodologia di ricerca e definizione del concept, le fonti, le ambientazioni e i personaggi, i contesti visivi e la narrazione, con una particolare attenzione alla relazione tra cinema e moda. Attraverso lo studio degli archivi di moda, lo studente comprenderà l'idea identitaria di un brand o di un *couturier* nel suo tempo e le potenziali sinergie con la moda contemporanea.

MODELLISTICA

L'insegnamento si propone di indagare come i modelli estetici legati all'iconografia storica e contemporanea siano leggibili e interpretabili nella moda e nel costume. Il modulo di Complementi del costume ripercorre lo studio e la messa in opera di quelli che sono gli elementi fondamentali e caratterizzanti del costume, oltre alla loro specificità come le tecniche artistico-artigianali. Il modulo di Styling approfondirà i temi legati alla costruzione del look in relazione a una narrazione e interpretazione.

FENOMENOLOGIA DEGLI STILI

L'insegnamento guida lo studente nell'individuazione degli elementi utili alla costruzione di una narrazione personale. Partendo da un'analisi storica ed estetica nell'ambito della comunicazione di moda, lo studente indaga, attraverso l'esplorazione dei fenomeni, il flusso dei cambiamenti e delle contaminazioni che compongono il linguaggio contemporaneo della moda e del costume e i suoi intrecci con altri media.

SECONDO ANNO

FASHION DESIGN 3

Nell'ambito di questo insegnamento lo studente è portato, attraverso un rafforzamento del proprio linguaggio creativo, a sviluppare un progetto in ambito costume e moda completo, che rappresenti e sottolinei la propria visione in termini di stile, narrazione, forme, tecniche e materiali. Fondamentale sarà la ricerca legata al progetto, che vuole esprimere un linguaggio originale in un determinato ambito o nella fusione tra costume e moda.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

L'insegnamento ha il fine di formare una capacità di analisi critica in relazione a elementi e processi che definiscono un progetto sperimentale nella comunicazione di moda. Attraverso lo studio di formule estetiche e visive, lo studente è chiamato a interrogarsi sulle dinamiche della società post-contemporanea, per individuare strategie e approcci alle nuove interfacce di comunicazione. Obiettivo del corso è la conoscenza delle modalità di comunicazione legate al mondo della moda e del costume e l'apprendimento di un sistema progettuale finalizzato alla realizzazione di strategie di comunicazione per gli archivi, la moda e il costume.

LINGUAGGI MULTIMEDIALI

Il corso si propone di fornire agli studenti le tecniche che permettono loro di approfondire i nuovi strumenti digitali introdotti nelle professioni di moda. Attraverso numerose esercitazioni e tutorial su software digitali, gli studenti familiarizzano con le tecniche di elaborazione e creazione digitale di immagini, compositing e rendering.

FASHION DESIGN 4

L'insegnamento rappresenta il momento in cui lo studente ha l'occasione di dare massima applicazione a quanto appreso nel percorso biennale. Partendo dagli elementi di progettazione identificati nel corso di Fashion design 3, lo studente gestisce tutte le fasi del processo di produzione che, completandosi con la realizzazione di prototipi e di tutti gli elementi legati alla narrazione visiva, permette di ottenere un risultato che lo rappresenti in termini di personalità e professionalità.

CULTURA DEI MATERIALI DI MODA

L'insegnamento ha l'obiettivo di fornire una serie di conoscenze indispensabili legate allo sviluppo della professionalità nel mondo della moda e del costume. Attraverso una serie di incontri individuali sulla composizione della rappresentazione visiva dei progetti, lo studente avrà modo di definire un book come strumento determinante per la comunicazione dell'immaginario e delle proprie competenze. Tramite una serie di incontri dedicati, lo studente potrà inoltre entrare in contatto con diverse realtà del settore così da apprenderne le specifiche dinamiche.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel percorso di studi. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti dovranno affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente sarà seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

*Qualora lo studente scelga, tra le opzioni, "Inglese per la comunicazione artistica" (4 CFA) dovrà inoltre aggiungere attività per ulteriori 2 CFA per raggiungere i crediti totali del semestre. Si segnala che nel Campus di Roma l'opportunità Erasmus+ è disponibile ma non contribuisce all'ottenimento di CFA per attività formative ulteriori.

biennio specialistico in

FASHION DESIGN

AREA
Fashion Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Colomba Leddi

COURSE LEADER
Milano
Luca Belotti

Il Biennio in Fashion Design (Diploma Accademico di Secondo Livello in Fashion and Textile Design) forma figure in grado di gestire i processi creativi legati alla progettazione moda, dalla ricerca alla prototipazione. Contenuti laboratoriali e culturali, innovativi e sostenibili permettono allo studente di comprendere gli elementi del linguaggio moda dedicati alla realizzazione di una collezione di abbigliamento. Docenti professionisti del settore guidano lo studente nella ricerca di una propria visione che trova espressione in un portfolio estremamente personale.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Fashion designer
- Innovative fashion designer
- Sustainable fashion designer
- Brand director
- Direttore creativo
- Merchandiser
- Fashion visual merchandiser
- Ricercatore e sviluppatore di tendenze
- Consulente d'immagine
- Costumista

OBIETTIVI FORMATIVI

Valutare il fenomeno moda come linguaggio visivo articolato, con una forte consapevolezza delle proprie capacità e del proprio stile, interpretando e traducendo le idee in progetti dall'alto profilo qualitativo

Impiegare metodologie complesse che dimostrino la capacità di creare soluzioni applicate a progetti multiformi a partire dalla ricerca e analisi, fino al processo di design e alla sua rappresentazione e comunicazione

Realizzare e gestire tutte le fasi del processo di produzione in maniera professionale, dimostrando padronanza di una vasta gamma di applicazioni, conoscenze e capacità

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Fashion design 1**	**12**
	Fashion design 1	6
	Draping 1	6
I	**Design del tessuto**	**12**
	Textile lab 1	6
	Textile culture	6
I	**Stile, storia dell'arte e del costume**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		30
II	**Fashion design 2**	**12**
	Fashion design 2	6
	Pattern making and sewing	6
II	**Modellistica**	**12**
	Textile lab 2	6
	Draping 2	6
II	**Fenomenologia degli stili**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		60

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Fashion design 3**	**12**
	Fashion design 3	6
	Textile lab 3	6
III	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva**	**6**
III	2 attività a scelta dello studente:	
	Linguaggi multimediali	**6**
	Attività formative ulteriori: erasmus	6
	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	6
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	6
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		30
IV	**Fashion design 4**	**12**
IV	**Cultura dei materiali di moda**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		60
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		120

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

FASHION DESIGN 1

L'insegnamento introduce alla progettazione di una collezione di abbigliamento dal carattere personale, riflettendo sul ruolo contemporaneo della moda. Con il modulo di Fashion design 1, lo studente è chiamato a esprimersi attraverso la sperimentazione e la creazione di elaborati fisici e visuali che definiscano la propria identità in termini di concetti, narrazioni, forme, lavorazioni, scelta dei materiali e disegni tecnici. Con il modulo di Draping 1 lo studente inoltre conosce e utilizza la tecnica del drappeggio a supporto della prototipazione moda, per studiare e comprendere lo sviluppo di forme e modelli lavorando sulla tridimensionalità del corpo umano.

DESIGN DEL TESSUTO

L'insegnamento introduce lo studente al mondo del tessuto come elemento primario nel design di una collezione, formando la consapevolezza che la creatività è legata a una consolidata comprensione dei materiali tessili e dei loro migliori utilizzi. Attraverso il modulo di Textile culture, il corso favorisce sia la conoscenza di fibre e tessuti che la scoperta del sistema della filiera tessile italiana con un approccio innovativo e sostenibile. Le esperienze laboratoriali del modulo Textile lab 1 permettono allo studente di esplorare differenti tecniche legate alla struttura e alla manipolazione della materia tessile quali tessitura, ricamo, tintura e cartelle colore.

STILE, STORIA DELL'ARTE E DEL COSTUME

L'insegnamento permette di conoscere e comprendere la lettura di diversi codici estetici contemporanei, mediante l'ibridazione di elementi di antropologia e semiotica. Attraverso una serie di lezioni monografiche dedicate a singole personalità o tematiche nel campo della cultura, dell'arte e della moda, lo studente ha la possibilità di aprire la propria visione a diversi riferimenti utili alla ricerca e definizione della propria ispirazione.

FASHION DESIGN 2

Il corso si pone l'obiettivo di completare la prima collezione personale dello studente attraverso la definizione di tutte le fasi metodologiche: dal racconto del concept alla scelta dei materiali fino alla progettazione e realizzazione dei modelli. Partendo dallo studio sviluppato nel primo semestre, nel modulo di Fashion design 2 lo studente ha modo di definire i propri capi in termini di stile e categorizzazione, nonché in termini di realizzazione modellistica e sartoriale nel modulo Pattern making and sewing, così da comporre una serie di look rappresentativi del proprio percorso annuale.

MODELLISTICA

L'insegnamento approfondisce quanto appreso nei moduli Textile lab 1 e Draping 1, per definire e costruire modelli e prototipi tridimensionali per il tessile e l'abbigliamento. Attraverso il modulo Textile lab 2, lo studente impara tecniche di manipolazione e decorazione della superficie tessile, come stampa tradizionale e digitale, per creare elaborati tessili personali e sperimentali da applicare nella propria collezione. Il modulo Draping 2 rende lo studente autonomo nella creazione di capi di abbigliamento elaborati e per la sua collezione, favorendo anche la comprensione del passaggio dalla lavorazione a manichino alla modellistica piana (industriale).

FENOMENOLOGIA DEGLI STILI

L'insegnamento guida lo studente nell'individuazione degli elementi utili alla costruzione di una narrazione personale. Partendo da un'analisi storica ed estetica nell'ambito della comunicazione di moda, lo studente indaga, attraverso l'esplorazione dei fenomeni, il flusso dei cambiamenti e delle contaminazioni che compongono il linguaggio contemporaneo della moda.

SECONDO ANNO

FASHION DESIGN 3

Rafforzando il proprio linguaggio creativo, lo studente progetta una collezione di abbigliamento completa, che rappresenti e sottolinei la propria visione in termini di stile e materiali. Partendo da un tema personale, nel modulo di Fashion design 3 lo studente sviluppa le proprie attitudini nell'ispirazione, sintesi e definizione della collezione, attraverso la ricerca e il racconto di linguaggi originali, sperimentali e contemporanei. Il modulo di Textile lab 3 permette di applicare le stesse ispirazioni nell'invenzione, nel disegno e nella realizzazione di campioni e strutture tessili effettivamente spendibili nell'elaborazione del progetto finale.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

L'insegnamento ha il fine di formare una capacità di analisi critica in relazione a elementi e processi che definiscono un progetto nella comunicazione di moda. Attraverso lo studio di formule estetiche e visive, lo studente affronta il tema dell'Intelligenza Artificiale e della modellazione con nuove tecnologie, interrogandosi sulle dinamiche della società post-contemporanea per individuare strategie e approcci alle nuove interfacce di comunicazione. Obiettivo del corso è la conoscenza delle modalità di comunicazione legate al mondo della moda, la trasmissione di linee guida etiche rispetto all'utilizzo dell'Intelligenza Artificiale e l'apprendimento di un sistema progettuale finalizzato alla realizzazione di strategie di comunicazione per la promozione del prodotto moda.

LINGUAGGI MULTIMEDIALI

L'insegnamento si propone di fornire allo studente le tecniche per approfondire i nuovi strumenti digitali introdotti nelle professioni di moda. Attraverso numerose esercitazioni e tutorial su software digitali, lo studente familiarizza con le tecniche di elaborazione e creazione digitale di immagini, compositing e rendering.

FASHION DESIGN 4

L'insegnamento rappresenta il momento in cui lo studente ha l'occasione di dare massima applicazione a quanto appreso nel percorso biennale. Partendo dagli elementi di progettazione identificati nel corso di Fashion design 3, lo studente gestisce tutte le fasi del processo di produzione che, completandosi con la realizzazione di prototipi e confezionamento dei capi, permetta di ottenere un risultato che lo rappresenti in termini di personalità e professionalità.

CULTURA DEI MATERIALI DI MODA

L'insegnamento ha l'obiettivo di fornire una serie di conoscenze indispensabili legate allo sviluppo della professionalità nel mondo della moda. Attraverso una serie di incontri individuali sulla composizione della rappresentazione visiva della collezione, lo studente avrà modo di definire un fashion book come strumento determinante per la comunicazione dell'immaginario e delle proprie competenze. Attraverso una serie di incontri dedicati, lo studente potrà inoltre entrare in contatto con diverse realtà del settore così da apprenderne le specifiche dinamiche.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare è discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel percorso di studi. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti dovranno affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente sarà seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

biennio specialistico in

TEXTILE DESIGN

AREA
Fashion Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Colomba Leddi

COURSE LEADER
Milano
Luca Belotti

Il Biennio in Textile Design (Diploma Accademico di Secondo Livello in Fashion and Textile Design) forma figure in grado di gestire i processi creativi della progettazione tessile e maglieria. Avvalendosi di collaborazioni con aziende del sistema italiano, il corso propone contenuti laboratoriali e culturali, innovativi e sostenibili che permettono di conoscere la materia e la sua espressione nell'industria della moda e nell'arte. Docenti professionisti del settore guidano lo studente nella ricerca di una propria visione che trova espressione in un portfolio estremamente personale.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Textile designer
- Knitwear designer
- Innovative textile designer
- Sustainable textile designer
- Fibre e textile researcher
- Brand director
- Direttore creativo
- Merchandiser
- Fabric visual merchandiser
- Ricercatore e sviluppatore di tendenze
- Fibre e textile artist

OBIETTIVI FORMATIVI

Analizzare il tessile e la maglieria come linguaggi visivi articolati, interpretando e traducendo le proprie idee in progetti responsabili, sostenibili e innovativi

Impiegare metodologie specifiche sia nel processo di design che nella sua rappresentazione e comunicazione, dimostrando professionalità conoscitive e applicative

Acquisire un approccio integrato al mondo tessile, indagando valori e bisogni della nuova umanità globale in maniera consapevole e responsabile

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Fashion design 1**	**12**
	Knitwear 1	6
	Draping 1	6
I	**Design del tessuto**	**12**
	Textile lab 1	6
	Textile culture	6
I	**Stile, storia dell'arte e del costume**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		30
II	**Fashion design 2**	**12**
	Knitwear 2	6
	Draping 2	6
II	**Modellistica**	**12**
	Textile lab 2	6
	Digital printing	6
II	**Fenomenologia degli stili**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		60

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Fashion design 3**	**12**
	Knitwear 3	6
	Textile lab 3	6
III	**Metodologia progettuale della comunicazione visiva**	**6**
	2 attività a scelta dello studente:	
	Linguaggi multimediali	**6**
	Attività formative ulteriori: erasmus	6
III	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	6
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	6
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		30
IV	**Fashion design 4**	**12**
	Knitwear 4	6
	Textile lab 4	6
IV	**Cultura dei materiali di moda**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		60
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		120

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

FASHION DESIGN 1

L'insegnamento introduce lo studente al mondo della maglia attraverso l'apprendimento delle tecniche basilari di maglieria a mano e la realizzazione di manufatti con ferri e uncinetto nel modulo di Knitwear 1. Una volta appreso il comportamento e la costruzione della maglia lo studente è in grado di variarne la struttura al fine di favorire un approccio unico e originale nello sviluppo dei propri campioni. Nel modulo di Draping 1 lo studente ha modo di apprendere e utilizzare la tecnica del drappeggio sulla tridimensionalità del corpo umano, studiando e comprendendo il comportamento del tessuto nello sviluppo di forme e modelli.

DESIGN DEL TESSUTO

L'insegnamento introduce lo studente al mondo del tessuto come elemento primario nel fashion e textile design e alla consapevolezza del legame tra la creatività e una solida comprensione dei materiali e dei loro utilizzi finali, sviluppando una sensibilità consapevole e responsabile. Attraverso il modulo di Textile culture, il corso favorisce sia la conoscenza di fibre e tessuti che approfondimenti legati alla filiera tessile, al valore del know-how manifatturiero italiano e alla ricerca in termini innovativi e sostenibili. Il modulo di Textile lab 1 permette allo studente di esplorare differenti tecniche per la struttura e la manipolazione della materia tessile.

STILE, STORIA DELL'ARTE E DEL COSTUME

L'insegnamento studia ed esamina il tessuto in termini di geografia culturale, rintracciando nella storia e nei viaggi dei tessuti quella che viene definita "la trama del mondo", approfondendo le intersezioni arte, costume e moda, e i cambiamenti storici, politici, economici e socio-culturali. Attraverso queste esplorazioni, lo studente ha la possibilità di aprire la propria visione a diversi riferimenti utili alla ricerca e definizione della propria ispirazione anche in termini di innovazione, tecnologia e sostenibilità.

FASHION DESIGN 2

L'insegnamento completa ed evolve le competenze apprese nel semestre precedente nel settore della maglieria. Con il modulo di Knitwear 2 lo studente viene introdotto alla progettazione di maglieria, applicando metodologie tipiche del settore, verificando le istruzioni d'uso e i criteri di fattibilità e confrontandosi con il mercato e le aziende di riferimento. Il modulo di Draping 2 introduce alle tecniche della maglieria industriale, esplorando l'applicazione del filato e la costruzione della maglia con l'utilizzo di macchine professionali e la sperimentazione con nuove tecnologie industriali, anche attraverso progetti mirati con le aziende.

MODELLISTICA

L'insegnamento punta alla definizione e costruzione di modelli tessili tridimensionali e alla scoperta dei processi industriali attraverso progetti mirati con le aziende. Attraverso il modulo di Textile lab 2, lo studente impara le tecniche di manipolazione e decorazione della superficie tessile per progetti tessili personali e sperimentali attraverso l'elaborazione dell'immagine, del disegno, delle metodologie e delle tecniche di stampa tessile. Nel modulo di Digital printing lo studente viene guidato nella realizzazione di una collezione di stampe digitali per un settore specifico, declinando temi personali in stampe piazzate, modulari e relative varianti.

FENOMENOLOGIA DEGLI STILI

L'insegnamento guida lo studente nell'individuazione degli elementi utili alla costruzione di una narrazione personale. Partendo da un'analisi storica ed estetica nell'ambito della comunicazione di moda e della fibre e textile art, lo studente indaga, attraverso l'esplorazione dei fenomeni, il flusso dei cambiamenti e delle contaminazioni che compongono il linguaggio contemporaneo della moda, dell'arte tessile e i suoi intrecci con altri media.

SECONDO ANNO

FASHION DESIGN 3

Rafforzando il proprio linguaggio creativo, lo studente progetta una collezione di tessuti e di maglieria che rappresenti la sua visione in termini di stile e materiali. Il modulo di Textile lab 3 permette di inventare, disegnare e impostare una collezione di campionature tessili personale, originale e applicabile in termini di progettazione moda, ovvero in termini di pura espressione estetica e artistica nella fibre e textile art. Il modulo di Knitwear 3 è dedicato alla progettazione di una collezione di maglieria sperimentale e tricot-couture, attraverso l'applicazione delle competenze apprese in termini tecnici e manuali (disegno punti, uso dei ferri, uncinetto, macchine manuali e industriali) e collaborazioni mirate con le aziende del settore.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

L'insegnamento forma la capacità di analisi critica di elementi e processi che definiscono la rappresentazione del tessuto e della maglia in termini di comunicazione tradizionale e digitale. Attraverso lo studio di formule estetiche e visive, lo studente indaga le dinamiche della società post-contemporanea per individuare originali strategie e approcci alle nuove interfacce di comunicazione. Obiettivo del corso è la conoscenza delle modalità di comunicazione legate al mondo del tessuto e della maglia e l'apprendimento di un sistema progettuale finalizzato alla realizzazione di strategie di comunicazione per la promozione del prodotto tessile.

LINGUAGGI MULTIMEDIALI

L'insegnamento si propone di fornire allo studente le tecniche per approfondire i nuovi strumenti digitali introdotti nelle professioni di moda. Attraverso esercitazioni e tutorial su software digitali, lo studente familiarizza con le tecniche di elaborazione e creazione digitale di immagini, compositing e rendering tessili.

FASHION DESIGN 4

Applicando quanto appreso nel percorso biennale e partendo dagli elementi di progettazione del corso di Fashion design 3, lo studente gestisce tutte le fasi del processo di realizzazione per un risultato che lo rappresenti in termini di personalità e professionalità. Il modulo di Textile lab 4 guida nella creazione di una campionatura tessile per il mondo dell'industria, con forme e prototipi applicabili sulla tridimensionalità del corpo umano e nella costruzione di un immaginario e di un'ambientazione che esplori i linguaggi della fibre e textile art. Il modulo di Knitwear 4 concretizza la collezione maglieria progettata nel semestre precedente in termini di prototipazione, esecuzione e rappresentazione, con un approccio intuitivo, manuale e industriale.

CULTURA DEI MATERIALI DI MODA

L'insegnamento ha l'obiettivo di fornire una serie di conoscenze indispensabili legate allo sviluppo della professionalità nel mondo del tessuto e della maglieria. Attraverso una serie di incontri individuali sulla composizione della rappresentazione visiva del progetto, lo studente avrà modo di definire un visual book come strumento determinante per la comunicazione dell'immaginario e delle proprie competenze. Attraverso una serie di incontri dedicati, lo studente potrà inoltre entrare in contatto con diverse realtà del settore così da apprendere le specifiche dinamiche della filiera tessile.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale e costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed e volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel percorso di studi. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti dovranno affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente sarà seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

master accademico in

FASHION DIGITAL MARKETING

AREA
Fashion Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Colomba Leddi

COURSE LEADER
Milano
Luca Belotti

Il Master Accademico è un percorso di studi intensivo che analizza gli sviluppi del sistema moda contemporaneo in termini di marketing, di comunicazione e di cultura, con l'obiettivo di formare professionisti nel campo del digital marketing, capaci di creare contenuti e strategie specifici per brand di moda e lifestyle. Con lo studio di tecnologie, strumenti e media digitali e nell'ambito di corsi teorico-pratici, in cui alle lezioni frontali seguono seminari e workshop tematici, lo studente ha la possibilità di sviluppare un approccio autonomo, innovativo e critico.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

Disponibile anche nella formula HYBRID PART TIME

Modalità di frequenza flessibile per coniugare lo studio con il proprio percorso professionale.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Digital marketing manager
- Digital project manager e strategist
- Digital content creator
- Community manager
- Web e social marketing manager
- Digital PR
- E-commerce manager
- Analytics manager

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere i contenuti, i linguaggi espressivi e gli strumenti del digital marketing in ambito fashion e lifestyle

Acquisire competenze nella progettazione, pianificazione e attuazione di strategie dedicate al sistema fashion e digital

Sviluppare l'attitudine al lavoro di gruppo e alla gestione di varie situazioni in autonomia, imparando a confrontarsi con i professionisti e le realtà di settore

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Fenomenologia degli stili	6
Teoria e metodo dei mass media	6
Fondamenti di marketing culturale	8
Tecnologie e applicazioni digitali	8
Brand design	8
Metodologia progettuale della comunicazione visiva	8
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	10
Prova finale	6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

FENOMENOLOGIA DEGLI STILI

L'insegnamento guida gli studenti nell'individuazione degli elementi utili alla costruzione di una narrazione moda. Partendo da un'analisi storica ed estetica della comunicazione di moda e dei suoi fenomeni, si indaga il flusso dei cambiamenti e delle contaminazioni che compongono il linguaggio contemporaneo della moda, con approfondimenti critici su responsabilità e consapevolezza e sul ruolo dell'Intelligenza Artificiale nei linguaggi della moda.

TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA

L'insegnamento esplora gli elementi fenomenico-culturali che costituiscono il linguaggio dei media digitali e le loro criticità nel contemporaneo, permettendo agli studenti di identificare e analizzare un particolare settore di riferimento, sviluppando conoscenze interdisciplinari in termini di sociologia culturale, semiologia e storia del web.

FONDAMENTI DI MARKETING CULTURALE

L'insegnamento analizza il modo in cui la funzione marketing si sviluppa negli ambiti moda digitale del merchandising, della comunicazione e del commerciale. Esplora e studia le informazioni e gli strumenti a supporto del ruolo dell'agenzia di comunicazione contemporanea nell'estensione digitale.

TECNOLOGIE E APPLICAZIONI DIGITALI

L'insegnamento permette allo studente di conoscere, sviluppare e applicare gli strumenti e le tecnologie specifici del fashion digital marketing, nonché di comprendere, analizzare e interpretare il flusso dei dati, accrescendo consapevolezza sugli obiettivi di target e sul ventaglio di applicazioni.

BRAND DESIGN

L'insegnamento permette allo studente di conoscere, sviluppare e applicare gli strumenti specifici del fashion digital marketing per la fondazione, la comunicazione e la commercializzazione di un brand, lavorando sulla creazione e definizione di un'immagine coordinata efficace nel mondo digitale.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

L'insegnamento affronta elementi di comunicazione che permettono di comprendere la metodologia del racconto contemporaneo di moda per mettere in atto la creazione, la narrazione e la diffusione di contenuti digitali che rafforzino l'immagine del brand in termini di affiliazione, community e sviluppo e-commerce.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e nella discussione del Progetto finale di fronte a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale è un elaborato progettuale di marketing digitale negli ambiti della cultura, del management o della comunicazione di moda, che viene sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni della faculty di riferimento.

master accademico in

SNEAKER DESIGN NEW!

AREA
Fashion Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Colomba Leddi

COURSE LEADER
Milano
Luca Belotti

Il Master (Diploma di Master Accademico di Primo Livello in Footwear Design) forma professionisti nel campo del design e della calzatura, in particolare streetwear, attraverso un approccio che combina una solida base teorica a esperienze laboratoriali e a collaborazioni con realtà di settore. Gli studenti avranno modo di acquisire conoscenze specifiche e sviluppare competenze nella progettazione e prototipazione di prodotti artigianali e industriali, con una particolare attenzione all'innovazione, alle tendenze di mercato e alla produzione sostenibile.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Sneaker designer
- Footwear designer
- Modellista calzature
- Ricercatore e sviluppatore di materiali e tendenze
- Consulente di moda e stile per l'accessorio
- Merchandising manager
- Designer indipendente
- Product developer

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere le competenze base della professione attraverso il vocabolario, i concetti e gli strumenti del design e della calzatura, in particolare del settore streetwear

Progettare, prototipare e realizzare collezioni di impronta industriale e artigianale legate alla calzatura

Sviluppare l'attitudine al lavoro di gruppo e alla gestione di progetti in autonomia, sapendosi confrontare con i professionisti e le realtà di settore

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Storia della moda	6
Fenomenologia degli stili	6
Design dell'accessorio	8
Cultura dei materiali di moda	8
Modellistica	8
Brand design	8
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	10
Prova finale	6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

STORIA DELLA MODA

L'insegnamento introduce alla lettura di codici estetici storici e contemporanei mediante elementi di antropologia e semiotica, con particolare attenzione all'evoluzione di accessori, scarpe e altri ornamenti corporei. Attraverso lo studio di singole personalità o tematiche, lo studente può ampliare la propria visione a nuovi e diversi riferimenti e ispirazioni.

FENOMENOLOGIA DEGLI STILI

L'insegnamento guida lo studente nell'individuazione degli elementi utili alla costruzione di una narrazione moda nell'ambito della calzatura. Partendo da un'analisi storica ed estetica, lo studente indaga cambiamenti e contaminazioni del linguaggio contemporaneo e il ruolo della calzatura, nei suoi intrecci con altri media e ambiti culturali.

DESIGN DELL'ACCESSORIO

L'insegnamento introduce alla progettazione di una collezione di accessorio dal carattere personale, riflettendo sui processi artigianali e industriali e realizzando elaborati fisici e visuali. L'obiettivo del corso è far comprendere e applicare tutte le fasi metodologiche della progettazione: dal racconto del concept alla scelta di materiali e colori, fino alla progettazione e realizzazione di schede tecniche e modelli.

CULTURA DEI MATERIALI DI MODA

Con un approccio teorico e pratico, l'insegnamento introduce lo studente al mondo dei materiali tradizionali e innovativi come elemento primario nel design di una collezione di calzature. Il corso guida anche alla scoperta del sistema della produzione manufatturiera italiana, con una visione innovativa e sostenibile, e, attraverso i laboratori, delle tecniche di manipolazione della materia.

MODELLISTICA

L'insegnamento ha come obiettivo la definizione di modelli e prototipi tridimensionali per l'accessorio contemporaneo. Attraverso la pratica laboratoriale, lo studente apprende tecniche di costruzione tradizionale e di manipolazione e decorazione della superficie. Le numerose esercitazioni su software digitali permettono agli studenti di familiarizzare con le tecniche di creazione digitale di immagini, modelli, compositing e rendering.

BRAND DESIGN

Partendo da un tema personale, lo studente progetta una collezione di calzature completa, che rappresenti la sua visione in termini di stile e materiali. Le stesse ispirazioni contribuiranno all'invenzione, disegno e realizzazione di campioni per un progetto finale completo in termini di comunicazione e commercializzazione del prodotto.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e nella discussione del Progetto finale di fronte a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale consiste in un elaborato progettuale di sneaker design negli ambiti della cultura, della progettazione e realizzazione o della comunicazione di moda, che viene sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni della faculty di riferimento.

master in

BUSINESS LAW FOR THE FASHION SYSTEM

Una collaborazione tra NABA e UNINETTUNO University

AREA
Fashion Design

AREA LEADER
Milano | Roma
Colomba Leddi

COURSE LEADER
Milano | Online
Luca Belotti - NABA
Francesca Maschio - UNINETTUNO

LINGUA
Inglese (con traduzione simultanea)

MODALITÀ
Online + 1 settimana in presenza nel Campus NABA di Milano

TITOLO
Master Universitario* di Primo Livello

CREDITI
60 CFU

DURATA
Un anno

Il Master universitario di Primo Livello si pone l'obiettivo di formare figure professionali in grado di gestire in modo sistematico e multidisciplinare le dinamiche giuridiche, economiche, tecnologiche e di marketing afferenti al sistema della moda e del tessile, sia a livello nazionale che internazionale, ponendo attenzione agli aspetti legati alla sostenibilità (ambientale, economica e socioculturale) e alla digitalizzazione. Il Master comprende lezioni online - on demand e live - sulla piattaforma e-learning di UNINETTUNO e una settimana in presenza presso il campus NABA di Milano.

*Accreditato da Università Telematica Internazionale UNINETTUNO.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Fashion legal consultant
- International trade specialist
- Sustainable regulation specialist
- Digital regulation specialist
- IP regulation specialist
- Talent acquisition specialist

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere linguaggi e strumenti delle discipline che ruotano intorno al sistema moda: dall'economia al diritto, dall'e-commerce alle nuove tecnologie

Gestire dinamiche e problematiche di business e management legale del sistema moda nazionale e internazionale

Sviluppare un'attitudine alla gestione di casi studio nei contesti della sostenibilità, del digitale e delle nuove opportunità del settore

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFU
The textile and fashion system	8
Law in act for the fashion system	8
Intellectual property in the fashion system	8
Digital law in the fashion system	8
Sustainability in the fashion system	8
International law and digital solutions for the fashion system	8
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	48
Workshop	4
Prova finale	8
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	12
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

THE TEXTILE AND FASHION SYSTEM

Il modulo offre una panoramica sulle dinamiche, la composizione e la geografia del sistema moda e tessile, con contenuti volti alla conoscenza dei distretti, della storia della creazione del prodotto (dal filato al retail), del ruolo delle associazioni di categoria (Sistema Moda Italia e Camera Nazionale della Moda Italiana), della scoperta di profili professionali all'interno del settore e della struttura delle aziende moda e tessili dal punto di vista aziendale (organigramma) e commerciale (punti vendita). Completa il corso un approfondimento sulle relazioni internazionali tra l'Italia e i principali player asiatici (Cina, India) e mediorientali (Emirati Arabi).

LAW IN ACT FOR THE FASHION SYSTEM

Il modulo offre con metodo interdisciplinare la formazione avanzata per i professionisti corporate-legal-management del sistema moda e tessile e dei settori connessi: contratti commerciali (M&A, co-branding, licensing, franchising, merchandising, sponsorizzazioni), contratti di fornitura e distribuzione (contratti d'agenzia, antitrust, distribuzione selettiva), leggi doganali e di trasporto, diritto del lavoro.

INTELLECTUAL PROPERTY IN THE FASHION SYSTEM

Il modulo affronta i temi dell'unicità, dell'originalità e tutela della creatività in ambito moda attraverso la Proprietà Intellettuale, a partire dai fondamenti che definiscono Brand Identity e Brand Value nel mondo della moda e del tessile, con un approfondimento specifico sui diversi IP asset rilevanti per la strategia fashion. Il modulo analizza in dettaglio copyright, marchi, design, brevetti, geographical indication, dalla registrazione nel sistema nazionale, EUIPO e WIPO, all'enforcement e alla tutela dalla contraffazione. Ogni lezione offre case-study e soluzioni strategiche sui più rinomati brand fashion.

DIGITAL LAW IN THE FASHION SYSTEM

Il modulo affronta il tema delle opportunità commerciali e relativa disciplina giuridica nel cyberspazio, in prospettiva di uno sviluppo del fashion 4.0. Partendo dalla conoscenza delle dinamiche di marketplace digitali, blockchain e smart contract, il corso si concentra sugli aspetti legali dello sviluppo ed evoluzione dell'e-commerce.

SUSTAINABILITY IN THE FASHION SYSTEM

Il modulo affronta lo sviluppo della tutela legale e delle sue possibili applicazioni in termini di sostenibilità ambientale (pianeta), economica (profitto) e socioculturale (persone). Dall'evoluzione della sostenibilità nella moda e nel settore tessile in termini di economia circolare relativamente all'ambiente fino alla filiera produttiva, toccando dispute e implicazioni legali relative a identità e appropriazione culturale.

INTERNATIONAL LAW AND DIGITAL SOLUTIONS FOR THE FASHION SYSTEM

Il modulo analizza i cambiamenti a 360° in corso nell'industria della moda come risultato del crescente impiego della tecnologia e il loro impatto. La trasformazione digitale è il mezzo a disposizione dei brand per proteggere la propria reputazione in un ambiente incerto e complesso. Big data, Intelligenza Artificiale, intelligenza artificiale, metaverso e analytic possono essere usati strategicamente dalle aziende di moda per personalizzare la consumer experience, dare nuova forma al processo di distribuzione e lasciare che sia il consumatore a indicare la direzione. La sfida più attuale per le aziende di moda è portare la trasformazione digitale in ogni ambito della loro organizzazione e cultura. L'insegnamento presenta inoltre i modelli più efficaci e un'ampia gamma di soluzioni software specifiche per il mondo della moda in termini di cybersecurity, logistica, produzione, retail, sostenibilità. L'obiettivo è acquisire conoscenze e professionalità altamente desiderabili nella moda, per massimizzare i benefici della trasformazione digitale.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e nella discussione del Progetto finale di fronte a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale è un elaborato di ricerca e/o di progettazione sviluppato negli ambiti culturali, gestionali e comunicativi del fashion law, che viene sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni della faculty di riferimento.

biennio specialistico in

CREATIVE MEDIA PRODUCTION

AREA
Media Design
and New Technologies

AREA LEADER
Milano | Roma
Vincenzo Cuccia

COURSE LEADER
Milano
Michele Aquila

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico
di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

Il Biennio in Creative Media Production (Diploma Accademico di Secondo Livello in Nuove Tecnologie dell'Arte) esplora la complessità di un mondo, fisico e digitale, interpretato e narrativizzato tramite videocamere, microfoni, sensori, database, data visualisation, attraverso le possibilità creative offerte dai media audiovisivi tradizionali e sperimentali e dalle nuove tecnologie. Il programma pone le basi pratiche e teoriche per innovative modalità artistico-espressive di restituzione della realtà nella produzione audiovisiva lineare e non, rese possibili dall'uso di creative coding, human-computer interaction, x-reality, Intelligenza Artificiale e sound design generativo.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Technical e Concept artist
- Creative coder
- Creative technologist
- Produttore creativo
- Narratore interattivo
- Esperto di VR e MR
- Regista di documentari cinematografici
- Sceneggiatore
- AI researcher

OBIETTIVI FORMATIVI

Identificare i linguaggi delle nuove tecnologie e comprendere dove e come applicarli al meglio

Comprendere i processi creativi innescati dalle nuove tecnologie e gestire progetti complessi in cui tecnologia e creatività si alimentano l'un l'altra

Implementare una proposta creativa su media diversi

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Progettazione multimediale 1**	12
	Sistemi interattivi	6
	Linguaggi multimediali	6
I	**Scrittura creativa**	12
	Scrittura cinematografica	6
	Ideazione e sviluppo audiovisivi	6
I	**Culture digitali 1**	6
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		30
II	**Progettazione multimediale 2**	12
	Installazioni interattive	8
	Ambienti virtuali	4
II	**Audiovisivi lineari**	12
II	**Culture digitali 2**	6
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		60

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Progettazione multimediale 3**	12
III	**Applicazioni digitali per l'arte**	6
III	**Cultura del progetto**	6
III	1 attività a scelta dello studente:	
	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	6
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	6
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		30
IV	1 insegnamento a scelta dello studente:	
	Progettazione multimediale 4 - Documentario	12
	Progettazione multimediale 4 - Creative coding	
IV	**Estetica dei nuovi media**	6
IV	**Tesi**	12
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		30
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		60
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		120

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 1

L'insegnamento intende formare lo studente sulle narrative non lineari e gli ambienti interattivi. Una parte del corso è basata sulla progettazione digitale e si focalizza sull'interattività: cultura, estetiche, dinamiche. Una parte del corso è invece dedicata alle installazioni multimediali, estendendo la progettazione via codice all'interaction design e alle interfacce analogico-digitali con riferimento specifico al suono.

SCRITTURA CREATIVA

L'insegnamento intende formare lo studente sulle forme di scrittura creativa contemporanea nella produzione audiovisiva. In ragione dei brief selezionati di anno in anno, l'insegnamento ha come ambiti di intervento la scrittura cinematografica e lo sviluppo di progetti audiovisivi. Dando per già acquisite le basi narratologiche e tecniche dello scriptwriting, lo studente - singolarmente o in gruppo - viene guidato allo sviluppo di soggetti e sceneggiature secondo le canoniche fasi di lavoro: logline, soggetto, trattamento, script.

CULTURE DIGITALI 1

L'insegnamento ha lo scopo di introdurre lo studente alla cultura digitale contemporanea, con un particolare focus sull'intelligenza artificiale generativa. Il corso esplora, dal punto di vista scientifico, estetico e critico, nuove modalità creative e produttive realizzate in collaborazione con le macchine.

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 2

L'insegnamento intende approfondire la formazione dello studente sulle narrative non lineari e interattive, con una particolare attenzione agli spazi virtuali e al suono. Alle lezioni progettuali si affianca un laboratorio finalizzato all'acquisizione e utilizzo dei principali software e piattaforme per lo sviluppo di soluzioni interattive.

AUDIOVISIVI LINEARI

L'insegnamento ha l'obiettivo di guidare gli studenti alla realizzazione di un progetto audiovisivo, secondo una metodologia di lavoro basata su esercitazioni progressive. Nell'insegnamento si affrontano la preproduzione, la produzione e la postproduzione di più progetti audiovisivi completi. Un laboratorio a supporto del progetto fornisce agli studenti le abilità tecniche per la resa migliore possibile della ripresa.

CULTURE DIGITALI 2

L'insegnamento ha lo scopo di introdurre lo studente alla cultura digitale contemporanea secondo un approccio artistico, intendendo per cultura digitale l'infrastruttura contemporanea basata sui bit, i relativi usi artistici, le intersezioni fra creatività e tecnologie digitali.

SECONDO ANNO

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 3

L'insegnamento ha lo scopo di creare narrazioni audiovisive interattive. Gli studenti, divisi in gruppi di lavoro in ragione della loro metodologia progettuale (immagine/suono e creative coding), lavorano a un progetto comune nell'ambito dell'extended reality, virtual reality, Intelligenza Artificiale generativa.

APPLICAZIONI DIGITALI PER L'ARTE

L'insegnamento ha un taglio fortemente laboratoriale e ha l'obiettivo di lavorare su forme video contemporanee fuori formato con particolare accento sulla postproduzione.

CULTURA DEL PROGETTO

L'insegnamento ha lo scopo di introdurre lo studente al tema dell'innovazione digitale, con particolare attenzione agli aspetti sistemici e di mercato. Dopo aver inquadrato la prassi del designer multimediale nei sistemi di produzione e distribuzione attuali, il corso propone esercitazioni finalizzate alla comprensione della relazione fra operato dello studente, innovazione e mercato.

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 4

L'insegnamento ha carattere fortemente sperimentale ed è associato allo sviluppo del progetto di tesi. Gli studenti sono guidati, singolarmente o in gruppo, a una comprensione approfondita degli scenari contemporanei e a sviluppare secondo i due indirizzi del corso di documentario e creative coding tutta la preproduzione del proprio progetto di tesi.

ESTETICA DEI NUOVI MEDIA

L'insegnamento ha carattere seminariale e ha lo scopo di guidare lo studente alla scrittura accademica. Propedeutico alla tesi, esso illustra modalità di scrittura accademica contemporanee applicate nell'ambito di pertinenza, attraverso una selezione di contenuti che intendono argomentare il circolo virtuoso fra produzione mediale e innovazione estetica.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

biennio specialistico in

DIGITAL AND LIVE PERFORMANCE

AREA
Media Design
and New Technologies

AREA LEADER
Milano | Roma
Vincenzo Cuccia

COURSE LEADER
Milano
Michele Aquila

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Diploma Accademico
di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

Il Biennio in Digital and Live Performance (Diploma Accademico di Secondo Livello in Nuove Tecnologie per l'Arte) è un percorso di studi interdisciplinare e di eccellenza che coinvolge diversi ambiti quali la drammaturgia contemporanea, il corpo e il movimento, le new technologies, l'interaction e il sound design. Unico in Italia, si propone di tracciare una serie di linee metodologiche volte alla ricerca di linguaggi innovativi, alla creazione e progettazione di performance artistiche multidisciplinari per formare professionalità in grado di dialogare e confrontarsi con la produzione internazionale.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Performer
- Digital performer
- Autore, curatore e critico di progetti performativi
- Drammaturgo multimediale
- Creative technologist
- Perfoming arts producer

OBIETTIVI FORMATIVI

Consolidare l'identità creativa e autoriale degli studenti sostenendo ricerca, progettualità e produzione di performing arts nella scena contemporanea

Realizzare progetti innovativi e favorire l'emergere di produzioni e talenti che possano accreditarsi nel circuito della produzione artistico-creativa nazionale e internazionale

Promuovere il consolidamento di un ecosistema culturale e artistico che unisca ricerca, produzione, offerta e distribuzione

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Progettazione multimediale 1**	**12**
	Sistemi interattivi	6
	Linguaggi multimediali	6
I	**Scrittura creativa**	**12**
	Scrittura per la scena	6
	Ideazione e sviluppo progetti performativi	6
I	**Culture digitali 1**	**6**
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		**30**
II	**Progettazione multimediale 2**	**12**
	Installazioni interattive	8
	Tecniche performative	4
II	**Audiovisivi lineari - Videodanza**	**12**
II	**Culture digitali 2**	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		**60**

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Progettazione multimediale 3**	**12**
III	**Applicazioni digitali per l'arte - Digital performance**	**6**
III	**Cultura del progetto**	**6**
III	1 attività a scelta dello studente:	
	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	**6**
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	**6**
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		**30**
IV	**Progettazione multimediale 4 - Performance**	**12**
IV	**Estetica dei nuovi media**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		**60**
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		**120**

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 1

L'insegnamento intende formare lo studente sulle narrative non lineari e gli ambienti interattivi. Una parte del corso è basata sulla progettazione digitale e si focalizza sull'interattività: cultura, estetiche, dinamiche. Una parte del corso è invece dedicata alle installazioni multimediali, estendendo la progettazione via codice all'interaction design e alle interfacce analogico-digitali con riferimento specifico al suono.

SCRITTURA CREATIVA

L'insegnamento è concepito per la formazione di autori che siano in grado di rispondere alle richieste culturali e professionali della scena contemporanea delle performing arts. Attraverso un lavoro preparatorio critico e di ricerca, permette di approcciare, anche con stili differenti, la scrittura della drammaturgia e della pratica scenica. Il corso si compone di due moduli, uno per la scrittura per la scena volto alla traduzione della scena performativa in una visione e un altro per l'ideazione e lo sviluppo di progetti performativi, dalla progettazione digitale all'interazione scenica con i contenuti audiovisivi.

CULTURE DIGITALI 1

L'insegnamento ha lo scopo di introdurre lo studente alla cultura digitale contemporanea secondo un approccio scientifico, estetico ed etico, intendendo per cultura digitale l'infrastruttura contemporanea basata sui bit, i relativi usi sociali, ambiti applicativi con previsioni di sviluppo sull'immediato futuro.

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 2

Il corso consente l'apprendimento della progettazione multimediale, anche ibrida, dove alle tecniche dei nuovi media si sovrappongono le pratiche del corpo e della creazione live. Nel modulo di Installazioni interattive lo studente esplora gli ambienti installativi della scena contemporanea mentre in quello di Tecniche performative per le arti visive l'alternanza di lezioni teoriche e pratiche fornisce gli elementi per completare la propria ricerca estetico/espressiva insieme al sistema delle nuove tecnologie. L'obiettivo è di dare strumenti concreti di produzione culturale contemporanea multimediale e interdisciplinare.

AUDIOVISIVI LINEARI
VIDEODANZA

L'insegnamento ha l'obiettivo di guidare gli studenti alla realizzazione di più prodotti audiovisivi, secondo una metodologia di lavoro basata su esercitazioni progressive e trasformative. Nell'insegnamento si affrontano la preproduzione, la produzione e la postproduzione di più progetti audiovisivi completi. Il programma del corso è concepito come un laboratorio pratico indirizzato all'utilizzo del video nelle arti performative, alla creazione di progetti di videodanza o di installazioni multimediali per le performance digitali o a supporto di progetti ibridi e nell'interazione con le performance live.

CULTURE DIGITALI 2

L'insegnamento ha lo scopo di introdurre lo studente alla cultura digitale contemporanea secondo un approccio artistico, intendendo per cultura digitale l'infrastruttura contemporanea basata sui bit, i relativi usi artistici, le intersezioni fra creatività e tecnologie digitali.

SECONDO ANNO

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 3

L'insegnamento ha lo scopo di creare narrazioni audiovisive interattive. Gli studenti, divisi in gruppi di lavoro in ragione della loro metodologia di progettazione (immagine/suono e creative coding), lavorano a un progetto comune nell'ambito di extended reality, augmented reality, virtual reality.

APPLICAZIONI DIGITALI PER L'ARTE
DIGITAL PERFORMANCE

L'insegnamento ha un taglio fortemente laboratoriale e ha l'obiettivo di lavorare sull'acquisizione di tecniche e metodologie digitali con particolare enfasi sulle produzioni tecnologiche e multimediali e su sistemi virtuali e interattivi.

CULTURA DEL PROGETTO

L'insegnamento ha lo scopo di introdurre lo studente alla drammaturgia contemporanea con particolare attenzione agli aspetti di innovazione, di mercato e alla comprensione della relazione tra artista e mondo del lavoro. Dopo aver inquadrato le pratiche del designer multimediale nei sistemi di produzione performativa nazionale e internazionale, il corso propone una serie di esercitazioni pratiche che aiutano a finalizzare gli specifici progetti.

PROGETTAZIONE MULTIMEDIALE 4
PERFORMANCE

L'insegnamento ha carattere fortemente sperimentale ed è associato allo sviluppo del progetto di tesi. Gli studenti sono guidati, singolarmente o in gruppo, a una comprensione profonda degli scenari del contemporaneo e a sviluppare progetti di digital e live performance nel proprio progetto di tesi.

ESTETICA DEI NUOVI MEDIA

L'insegnamento ha carattere seminariale e ha lo scopo di guidare lo studente alla scrittura accademica. Propedeutico alla tesi, esso illustra modalità di scrittura accademica contemporanee applicate nell'ambito di pertinenza, attraverso una selezione di contenuti che intendono argomentare il circolo virtuoso fra produzione mediale e innovazione estetica.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

master accademico in

SCREENWRITING FOR SERIES

AREA
Media Design
and New Technologies

AREA LEADER
Milano | Roma
Vincenzo Cuccia

COURSE LEADER
Roma
Francesca Staasch

Attraverso un programma intensivo che integra teorie, metodi e pratiche progettuali sviluppando competenze cross-disciplinari di analisi e codifica culturale dei linguaggi contemporanei, il Master Accademico intende formare figure professionali nell'ambito della scrittura per l'audiovisivo, capaci di intercettare tematiche e narrazioni di un mondo in continua evoluzione, per lo sviluppo di progetti seriali di rilevanza nazionale e internazionale.

LINGUA
Inglese

CAMPUS
Roma

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Screenwriter
- Story editor
- Script consultant
- Showrunner
- Creative producer
- Head of development
- Producer

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere e codificare i temi della contemporaneità e valorizzarli traducendoli in solidi elementi narrativi audiovisivi

Analizzare in modo critico la scrittura nelle produzioni nazionali e internazionali per produrre sceneggiature seriali

Operare con autonomia nella stesura di sceneggiature e gestire il lavoro in team nelle writers' room per realizzare progetti secondo standard professionali

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Culture digitali	6
Drammaturgia multimediale	12
Narratologia	6
Sceneggiatura	6
Regia	4
Elementi di produzione	6
Progettazione della professionalità	4
Scrittura creativa - Sceneggiatura seriale	12
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	10
Prova finale	6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

CULTURE DIGITALI

Come sono cambiati i media e i new media negli ultimi venti anni e come si evolveranno? Il corso indaga le strutture culturali alla base della costruzione di un mondo narrativo attraverso una rassegna critica degli orientamenti teorico-metodologici intrapresi dalla disciplina antropologica negli ultimi anni. Saranno inoltre sviluppati specifici ambiti orientati alla ricerca sul terreno, all'analisi delle fonti visuali e all'elaborazione di scritti tra osservazione e partecipazione.

DRAMMATURGIA MULTIMEDIALE

Il corso esplora le differenze e le contaminazioni tra letteratura, cinema e serialità televisiva, ripercorrendone gli esempi più significativi in un'ottica comparata, e lo sviluppo delle forme espressive fino alla creazione di diversi modelli narrativi. Attraverso il modulo di Sceneggiatura si approfondiranno, inoltre, le tecniche e le metodologie alla base della scrittura professionale per lo schermo.

REGIA

Il corso propone riflessioni, esplorazioni e pratiche relativi alle tecniche di messa in scena dal punto di vista della regia cinematografica. Dal linguaggio audiovisivo alle scelte di trattamento visivo, attraverso autorialità e convenzioni di genere cinematografico, per una conoscenza e applicazione delle scelte visive in relazione alla scrittura seriale.

ELEMENTI DI PRODUZIONE

L'insegnamento è finalizzato a conoscere il contesto produttivo della produzione seriale audiovisiva, le scelte che portano allo sviluppo di un progetto di serie e le operazioni editoriali che ne conseguono dal punto di vista di fattibilità, target ed esigenze di case di produzione, broadcaster e piattaforme.

PROGETTAZIONE DELLA PROFESSIONALITÀ

Il corso sviluppa negli studenti consapevolezza sulle competenze richieste nelle writers' room e nelle case di produzione cinematografiche e seriali. L'obiettivo è di fornire loro le capacità di presentazione del proprio progetto e della propria figura professionale, consapevole anche delle implicazioni di natura etica (sostenibilità, relazioni aziendali, sviluppo di comunità e sostegno di arte e cultura) e della tutela dei diritti d'autore e delle associazioni di categoria.

SCRITTURA CREATIVA
SCENEGGIATURA SERIALE

Il laboratorio di scrittura è un percorso pratico finalizzato allo sviluppo di una serie in cui gli studenti sono guidati da professionisti della sceneggiatura lungo tutto il processo realizzativo.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e nella discussione del Progetto finale di fronte a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale avrà come obiettivo di presentare un pitch del proprio progetto originale di serie televisiva e sarà sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni della faculty di riferimento.

biennio specialistico in

ARTI VISIVE E STUDI CURATORIALI

AREA
Visual Arts

COURSE LEADER
Milano
Marco Scotini

COURSE LEADER
Roma
Caterina Iaquinta

Fondato nel 2006, il Biennio coniuga una solida formazione nel campo della produzione artistica con una pratica curatoriale altamente specializzata. Il corso di studi, guidato da artisti, curatori, critici e intellettuali di fama mondiale, esplora la relazione dell'arte con la cultura visiva, l'estetica e le dinamiche sociali, concentrandosi sulle principali metodologie di ricerca e teoria applicate all'arte contemporanea e consente agli studenti di svolgere una serie di attività interdisciplinari al fine di produrre nuovi modelli formativi e operativi per il sistema dell'arte internazionale.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano - Roma

TITOLO
Diploma Accademico di Secondo Livello

CREDITI
120 CFA

DURATA
Due anni

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Artista
- Curatore
- Editor di riviste specializzate e di libri
- Critico d'arte
- Direttore di musei e gallerie d'arte
- Exhibition designer
- Consulente per case d'asta
- Gallerista
- Direttore di istituzioni pubbliche

OBIETTIVI FORMATIVI

Sviluppare una conoscenza approfondita degli strumenti pratici e teorici per progetti artistici, curatoriali, editoriali, allestitivi, storico-critici

Acquisire una conoscenza delle principali metodologie teoriche e di ricerca dell'arte contemporanea e dei lessici estetici e visivi per operare con le immagini

Produrre ed esporre opere d'arte e progetti curatoriali a livello professionale e internazionale

PIANO DI STUDI

PRIMO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
I	**Fenomenologia delle arti contemporanee**	**6**
I	**Arti visive 1**	**12**
	Arti visive 1	9
	Curatela	3
I	**Allestimento 1**	**12**
	Allestimento 1	6
	Design per l'editoria 1	6
CREDITI TOTALI I SEMESTRE		**30**
II	**Curatela 1**	**12**
	Curatela 1	5
	Curatela del cinema esposto*	3
	Critical writing 1	4
II	**Fotografia**	**6**
II	2 attività a scelta dello studente:	
	Museologia	**6**
	Attività formative ulteriori: erasmus**	**6**
	Attività formative ulteriori: tirocinio/stage	**6**
	Attività formative ulteriori: workshop interdisciplinari, progetti individuali, seminari e conferenze	**6**
CREDITI TOTALI II SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI PRIMO ANNO		**60**

SECONDO ANNO

SEMESTRE	INSEGNAMENTI	CFA
III	**Storia dell'arte contemporanea**	**6**
III	**Curatela 2**	**12**
	Curatela 2	5
	Economia dell'arte	3
	Critical writing 2	4
III	**Allestimento 2**	**12**
	Allestimento 2	6
	Design per l'editoria 2	6
CREDITI TOTALI III SEMESTRE		**30**
IV	**Arti visive 2**	**12**
	Arti visive 2	9
	Curatela 3	3
IV	**Antropologia visuale**	**6**
IV	**Tesi**	**12**
CREDITI TOTALI IV SEMESTRE		**30**
CREDITI TOTALI SECONDO ANNO		**60**
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL BIENNIO		**120**

INSEGNAMENTI

PRIMO ANNO

FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE

L'insegnamento si propone di analizzare, attraverso alcune parole chiave riferite agli autori indicati nel progetto, l'agire creativo e i processi di singolarizzazione che vi sono connessi, nell'ambito della considerazione ambientale e dunque dell'ecosofia. L'ambiente è il luogo in cui le singolarità si declinano promuovendo intersezioni, flussi che predispongono l'esprimersi dell'atto di creazione nel senso indicato da Gilles Deleuze e Félix Guattari.

ARTI VISIVE 1

L'insegnamento riflette su un momento essenziale dell'attività dell'artista e del curatore: la produzione di lavori artistici che faranno parte di un contesto critico ed espositivo, il loro "essere in pubblico". Gli studenti approfondiscono il percorso di indagine individuale, mettendo a confronto la propria opera con differenti pratiche sperimentali e contesti culturali. Sono anche incentivati progetti collaborativi attraverso vari media - pittura, fotografia, scultura, incisione, video, performance, installazione e media digitali - e l'attitudine critica degli studenti nell'esposizione e comunicazione del proprio lavoro, nella consapevolezza della complessità del sistema dell'arte globale.

ALLESTIMENTO 1

L'insegnamento, nei due moduli di Allestimento 1 e Design per l'editoria 1, è incentrato verso l'esplorazione delle possibilità di progettazione espositiva ed editoriale, ovvero delle ricerche teoriche e pratiche intorno al concetto di expanded display e di art publishing (dove anche il libro è concepito come spazio espositivo).

CURATELA 1

Lo spazio dell'arte è comune ad artisti e curatori, che interagiscono e ridefiniscono di volta in volta ruoli e modi in cui l'arte contemporanea ha luogo, in un processo sempre aperto. L'insegnamento, articolato nei tre moduli didattici, introduce alla pratica curatoriale e alla scrittura critica esaminando i temi della produzione di modelli espositivi (anche media based) da un punto di vista estetico, sociale, economico e filosofico. L'insegnamento, attraverso ricerche individuali e di gruppo, è teso all'acquisizione di una coscienza critica degli spazi, delle narrative, dell'audience e delle strutture istituzionali che influiscono sui processi espositivi contemporanei.

FOTOGRAFIA

L'insegnamento muove dallo studio della fotografia quale mezzo espressivo privilegiato per la comprensione dell'immaginario contemporaneo e la ricerca antropologica e sociale. Gli studenti sono quindi invitati a realizzare progetti personali o di gruppo, sperimentando tecniche fotografiche e video.

MUSEOLOGIA

A partire dall'analisi dell'origine ed evoluzione degli spazi museali, l'insegnamento riflette sull'eredità storicistica e coloniale delle istituzioni e i loro presupposti culturali, eurocentrici e patriarcali, per interrogare e decostruire modelli espositivi e canoni storiografici da una prospettiva decoloniale.

SECONDO ANNO

STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA

L'insegnamento esplora le connessioni esistenti fra i differenti movimenti e contesti culturali del Novecento, offrendo una serie di riscoperte originali dell'arte contemporanea. Attraverso concetti chiave e strumenti di indagine innovativa, il corso invita a decostruire le narrative egemoniche e i modelli canonici occidentali che ci sono stati consegnati dalla storia dell'arte ufficiale. L'obiettivo dell'insegnamento è teso alla riscrittura di storie complesse, intrecciate e situate localmente, alla luce della trasformazione policentrica della produzione artistica attuale.

CURATELA 2

L'insegnamento, articolato in tre moduli didattici, muove dalle analisi condotte il primo anno su modelli espositivi e concetti curatoriali, portando lo studente a fare esperienza diretta della realizzazione di un progetto espositivo e in contatto con il sistema delle riviste di settore, delle gallerie, degli spazi istituzionali. Lo studente è guidato da curatori internazionali nella selezione di un tema culturale, nella creazione di narrative object-based e nella progettazione di un formato espositivo originale. Ambiti privilegiati di ricerca - l'archivio, il genere, l'ecologia - possono essere presentati sotto forma di esposizione, ma anche di screening programs, cicli performativi, spazi discorsivi di dibattito pubblico.

ALLESTIMENTO 2

L'insegnamento, nei due moduli di Allestimento 2 e Design per l'editoria 2, è incentrato verso l'esplorazione delle possibilità di progettazione espositiva ed editoriale, ovvero delle ricerche teoriche e pratiche intorno al concetto di expanded display e di art publishing (dove anche il libro è concepito come spazio espositivo).

ARTI VISIVE 2

L'insegnamento esplora le pratiche artistiche contemporanee, frutto di un lavoro individuale o di un progetto collettivo. Attraverso workshop progettuali, investigazioni di tecniche e materiali, incontri con artisti internazionali, gli studenti approfondiscono la propria ricerca espressiva e sperimentano il lavoro di gruppo nella ricerca e produzione di progetti artistici cross-disciplinari. Incontri con differenti attori del sistema dell'arte contemporanea (galleristi, curatori, esperti di marketing, direttori di istituzioni) forniscono conoscenze e strumenti pratici per l'inserimento nella vita professionale. Una mostra finale completa l'insegnamento.

ANTROPOLOGIA VISUALE

L'insegnamento di antropologia visuale esamina le influenze fra uomo e immagine, partendo dalla problematizzazione dello statuto dell'immagine nel sistema contemporaneo, per indagarne il ruolo e la funzione nella realtà quotidiana.

TESI

Il culmine del percorso didattico è la prova finale di Diploma, nella quale gli studenti devono presentare e discutere la propria Tesi di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento. La Tesi dell'ordinamento biennale ha la forma di un'approfondita ricerca finalizzata alla realizzazione di un progetto. Il documento finale è costituito dalla presentazione della ricerca e dagli elaborati progettuali finali ed è volto a dimostrare in modo integrato le competenze critiche, progettuali e realizzative acquisite dallo studente nel corso del Biennio. Lo sviluppo della Tesi è un'attività che gli studenti devono affrontare in modo fortemente autonomo e indipendente. Nello sviluppo della Tesi, ogni studente è seguito da almeno un docente di riferimento ("Relatore"), a cui spetta di approvare la proposta di progetto, guidare lo studente nello sviluppo della ricerca e infine concedere l'autorizzazione alla discussione dell'elaborato finale di Tesi. La prova finale è individuale. Previa autorizzazione del Course Leader, la ricerca può essere impostata a partire da un lavoro collettivo sviluppato da un gruppo di studenti, fino a un massimo di 4 partecipanti. La parte della presentazione del progetto finale dovrà costituire un documento personale e dovranno essere definiti fin dalla fase di approvazione della proposta di progetto i ruoli attribuiti a ciascuno studente.

*Per il Campus di Roma il modulo sarà declinato in "Archivi esposti".
**Per il Campus di Roma sarà sostituito da "Inglese per la comunicazione artistica" corrispondente a 4 CFA; qualora lo studente effettui questa scelta, dovrà inoltre aggiungere attività per ulteriori 2 CFA per raggiungere i crediti totali del semestre. L'opportunità Erasmus+ resta disponibile ma non contribuisce all'ottenimento di CFA per attività formative ulteriori.

master accademico in

ART AND ECOLOGY

AREA
Visual Arts

COURSE LEADER
Milano
Gabriele Sassone

Il Master Accademico consente allo studente di acquisire un approccio metodologico interdisciplinare e gli strumenti tecnici necessari per rispondere alle questioni più urgenti in rapporto alle materie di paesaggio, salvaguardia della natura, biodiversità e sostenibilità, connettendo creatività artistica, progettualità e sapere scientifico. Attraverso seminari teorici, laboratori sperimentali e ricerche sul campo, si approfondiscono le dinamiche e le stratificazioni che definiscono un ecosistema (naturale e sociale).

LINGUA
Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Artista e curatore
- Land art curator
- Environment e sustainability consultant
- Public art researcher e advisor
- Public art artist
- Direttore ed editor di riviste specializzate

OBIETTIVI FORMATIVI

Comprendere le dinamiche e le stratificazioni che definiscono un ecosistema (naturale e sociale)

Gestire i processi di monitoraggio, di intervento e di progettazione artistica del paesaggio

Acquisire competenze legate allo sviluppo di pratiche ed economie sostenibili e di progetti di arte pubblica, di agroecologia e di modelli culturali aperti alle trasformazioni del paesaggio

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Arte pubblica e progettazione partecipata	8
Ecosofia	6
Nuovi linguaggi per la rappresentazione del paesaggio	8
Fenomenologia dei dispositivi cartografici	6
Metodologia per l'arte e l'ecologia	8
Antropologia delle società complesse	8
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	10
Prova finale	6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

ARTE PUBBLICA E PROGETTAZIONE PARTECIPATA

All'interno dell'insegnamento progettuale il rapporto tra spazio pubblico e pratiche artistiche è sviluppato direttamente "on site", attraverso nuovi strumenti d'indagine sul territorio e approcci trasversali alla dimensione estetica, sociale, scientifica e ambientale. Nel tentativo di articolare nuove soluzioni a problemi complessi, l'idea di "participatory design" propone un modello d'intervento in cui la conoscenza è condivisa e una pluralità di discipline sono messe al servizio di una nuova cultura della vita.

ECOSOFIA

L'evoluzione del concetto moderno di paesaggio è indagata attraverso analisi del pensiero teorico, tecnologico e delle pratiche artistiche nelle differenti forme di rappresentazione. Il paesaggio è inteso come l'ambiente in cui gli esseri viventi (in tutte le differenti accezioni) si declinano promuovendo flussi, intersezioni, mutue interdipendenze e dove storia e geografia ridiscutono i loro rispettivi confini.

NUOVI LINGUAGGI PER LA RAPPRESENTAZIONE DEL PAESAGGIO

L'insegnamento di natura teorica e a carattere interdisciplinare intende analizzare il complesso rapporto tra immagine, tecnologia e società che ha condotto all'idea contemporanea di ambiente. In particolare, il programma affronta il limite storico e teorico occidentale di concepire la natura cercando, in parallelo, di sviluppare un processo di decolonizzazione del rapporto tra esseri umani ed extra-umani.

FENOMENOLOGIA DEI DISPOSITIVI CARTOGRAFICI

Temi come il cambiamento climatico, le geo-scienze e la biodiversità sono al centro dell'insegnamento che cerca di offrire un orientamento teorico e pratico, insieme a una qualificazione professionale nella progettazione, nella gestione e conservazione degli ecosistemi. Particolare enfasi viene data a un nuovo paradigma, come quello di "cosmotecniche", a partire da una messa in discussione del modello della tecnologia occidentale.

METODOLOGIA PER L'ARTE E L'ECOLOGIA

Al confine tra urbanistica, architettura e arte, la progettazione del paesaggio è concepita in questo corso come una trasformazione delle modalità di cartografare, fotografare e intervenire sull'ambiente quale spazio di una nuova cultura dell'abitare: non solo inteso come spazio urbano ma anche come contesto rurale, oceanico, forestale, non-antropico. Attraverso laboratori sperimentali condotti da esperti internazionalmente noti, l'insegnamento approfondisce tematiche quali confini, geografie, habitat, esseri viventi, inter-specie, risorse alternative, "commons".

ANTROPOLOGIA DELLE SOCIETÀ COMPLESSE

Il corso coniuga pratiche espressive con le conoscenze teoriche e metodologiche avanzate connesse agli sviluppi più recenti dell'antropologia, comunicazione, informatizzazione dell'ambiente.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico consiste nella presentazione e nella discussione del Progetto finale di fronte a una Commissione composta dai membri del corpo docente del Master. Il Progetto finale è un progetto artistico, critico o curatoriale, che viene sviluppato in modo autonomo e indipendente, secondo le indicazioni della faculty di riferimento.

master accademico in

CONTEMPORARY ART MARKETS

AREA
Visual Arts

COURSE LEADER
Milano
Cristina Masturzo

Il Master Accademico è un percorso di studi intensivo volto a fornire strumenti efficaci per interpretare le dinamiche del mercato dell'arte con particolare attenzione per i linguaggi contemporanei. La prima parte del programma è dedicata ad attività d'aula, workshop, visite a gallerie, fondazioni, musei, collezioni private e corporate. La seconda prevede un periodo di stage, che consente agli studenti di entrare in contatto con le diverse professionalità del sistema dell'arte, e la preparazione del progetto finale. Il programma include inoltre viaggi studio ad appuntamenti cardine del mercato come Artissima e Art Basel.

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

Disponibile anche nella formula HYBRID PART TIME

Modalità di frequenza flessibile per coniugare lo studio con il proprio percorso professionale.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

- Project manager per gallerie, musei e fondazioni
- Specialista in case d'asta
- Curatore di collezioni private e aziendali
- Responsabile di fondi e archivi d'artista
- Art dealer
- Responsabile della comunicazione e giornalista
- Art advisor
- Consulente di servizi finanziari e legali per l'arte

OBIETTIVI FORMATIVI

- Comprendere le dinamiche del mercato dell'arte e dei suoi diversi attori
- Acquisire una solida preparazione culturale, giuridica ed economica relativa al mercato dell'arte
- Sviluppare progetti e acquisire capacità di analisi storico-critica e di comunicazione specialistica insieme a competenze pratiche e gestionali

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Legislazione del mercato dell'arte	6
Storia dell'arte contemporanea	6
Management per l'arte	8
Economia e mercato dell'arte	8
Museologia e storia del collezionismo	8
Comunicazione e valorizzazione delle collezioni museali	8
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	44
Stage	10
Prova finale	6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	16
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

LEGISLAZIONE DEL MERCATO DELL'ARTE

L'insegnamento fornisce un'approfondita indagine sugli istituti implicati nella regolamentazione del mercato dell'arte, un settore che abbraccia trasversalmente molteplici ambiti del diritto. Analizzando un mercato a vocazione globale, il corso presenta una comparazione tra ordinamenti italiani ed esteri e tra le specificità dei sistemi di civil law e di common law, con particolare attenzione per la circolazione internazionale, la fiscalità del settore, la tutela e lo statuto dell'opera d'arte e i diritti degli artisti.

STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA

L'insegnamento introduce gli studenti all'approfondimento dei linguaggi artistici dagli inizi del '900 alla contemporaneità, permettendo loro di costruire solidi riferimenti culturali, storici e critici, attraverso l'indagine sulle connessioni tra i differenti movimenti e contesti culturali del Novecento e una serie di riscoperte originali dell'arte contemporanea.

MANAGEMENT PER L'ARTE

Attraverso case history ed esercitazioni pratiche, l'insegnamento consente la comprensione critica della dimensione economica del mondo artistico. Analizzando le tendenze e le pratiche di gestione più rilevanti per gli attori del mercato dell'arte internazionale, il corso si concentra sulle interazioni tra artisti, collezionisti, musei, case d'asta, fiere e gallerie, nonché sul trattamento dell'arte come investimento e sui relativi strumenti finanziari specifici.

ECONOMIA E MERCATO DELL'ARTE

Attraverso i diversi moduli, l'insegnamento analizza la storia e la teoria economica, con particolare attenzione per lo scenario contemporaneo e approfondisce i differenti ruoli, professionalità, strutture e interazioni dei principali attori del mercato dell'arte. Gli studenti apprendono così le dinamiche che hanno caratterizzato lo sviluppo del mercato dell'arte e imparano a riconoscerne i mutamenti più significativi per il presente dalla globalizzazione alla finanziarizzazione, con il progressivo avvicinarsi delle sfere culturali e commerciali.

MUSEOLOGIA E STORIA DEL COLLEZIONISMO

L'insegnamento affronta la storia del museo e del collezionismo contemporaneo, dal secondo Dopoguerra a oggi, delineando i principali profili, protagonisti e raccolte artistiche. Attraverso lezioni, incontri con collezionisti in aula e visite guidate esterne, il corso approfondisce il ruolo e le sfide del museo contemporaneo e analizza il collezionismo come fenomeno socio-culturale, punto di snodo decisivo del mercato dell'arte e della rete di relazioni con enti e istituzioni.

COMUNICAZIONE E VALORIZZAZIONE DELLE COLLEZIONI MUSEALI

Attraverso lezioni in aula, workshop pratici e visite esterne guidate, il corso analizza le strategie di valorizzazione delle collezioni d'arte contemporanea italiane e straniere, dal management ai progetti culturali e di comunicazione. Delle diverse tipologie di collezioni – pubbliche, private, aziendali – si approfondiscono storia, caratteristiche e finalità, dedicando un'attenzione particolare alle istituzioni della città di Milano.

PROVA FINALE

Il culmine del percorso didattico è la Prova finale, nella quale gli studenti presentano e discutono in modo individuale il proprio progetto di tesi (Portfolio), sviluppato con il supporto del Course Leader e/o di un docente di riferimento nell'ambito di un apposito percorso previsto nel secondo ciclo didattico. Il progetto di tesi per la Prova finale ha la forma del Portfolio, costituito da elaborati e progetti realizzati durante il primo ciclo didattico e/o da nuovi contenuti approntati dallo studente. Il Portfolio ha l'obiettivo di dimostrare e mettere in luce le conoscenze e le competenze acquisite dallo studente e valorizzare, al contempo, interessi di ricerca personali e originali, coerentemente con il percorso didattico compiuto.

master accademico in

PHOTOGRAPHY AND VISUAL DESIGN

AREA
Visual Arts

COURSE LEADER
Milano
Francesco Zanot

LINGUA
Italiano - Inglese

CAMPUS
Milano

TITOLO
Master Accademico
di Primo Livello

CREDITI
60 CFA

DURATA
Un anno

Il Master Accademico unisce studi teorici a workshop e progetti pratici, integrati da visite guidate in centri di ricerca e spazi espositivi, strutture di produzione audiovisiva, teatri, atelier, gallerie. La seconda parte del corso prevede un periodo di stage presso studi di fotografi, aziende o istituzioni quali agenzie e archivi fotografici, musei, case editrici. La combinazione di questi aspetti e approcci rappresenta l'insieme degli strumenti attraverso cui il Master prepara professionisti a entrare nel mondo della fotografia, dell'arte e della comunicazione nazionale e internazionale.

OPPORTUNITÀ PROFESSIONALI

Fotografo nei settori della pubblicità, moda, architettura e arte

Curatore, operatore culturale, event manager per mostre, fiere e festival fotografici

Photo editor e consulente d'immagine per aziende e case editrici

Specialista nella ricerca iconografica e archivista di banche immagini

OBIETTIVI FORMATIVI

Acquisire solide basi di conoscenza storica e culturale

Sviluppare capacità tecniche e pratiche necessarie al successo sui mercati nazionali e internazionali

Apprendere una serie di metodi professionali e di tecniche di presentazione che risulteranno utili nell'ambiente di lavoro

PIANO DI STUDI

INSEGNAMENTI	CFA
Progettazione di allestimenti	6
Fotografia - Magazine	8
Metodologia progettuale della comunicazione visiva	6
Storia della fotografia	6
Documentazione fotografica - Sistema della fotografia	8
Fenomenologia dell'immagine	2
Computer graphic	4
Fotografia digitale	6
Portfolio	4
CREDITI TOTALI INSEGNAMENTI	50
Stage	10
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE	10
CREDITI TOTALI PREVISTI NEL MASTER	60

INSEGNAMENTI

PROGETTAZIONE DI ALLESTIMENTI

A partire dall'analisi del contesto storico e teorico, l'insegnamento conduce alla realizzazione di un evento espositivo in uno spazio della città in tutte le fasi della sua preparazione: dalla stesura del concept alla produzione delle opere, al loro allestimento e alla composizione dei necessari apparati di comunicazione. Oltre a mettere in pratica le competenze acquisite, gli studenti hanno la possibilità di confrontarsi immediatamente con un pubblico reale. Oltre ai docenti di riferimento, l'insegnamento prevede l'intervento di curatori, artisti e allestitori per l'approfondimento di argomenti specifici e l'analisi di case history.

FOTOGRAFIA
MAGAZINE

L'insegnamento è finalizzato alla realizzazione di lavori degli studenti per un magazine progettato e sviluppato dalla classe. Distribuito in tutta Italia presso istituzioni pubbliche e private, il magazine offre agli studenti l'opportunità di diffondere il proprio lavoro e confrontarsi con un'audience reale. Tutti gli step per la realizzazione del magazine sono discussi in un percorso che trasforma la classe in una redazione, con approfondimenti teorici (dalla grammatica editoriale al soggetto del magazine) e tecnico-pratici. Una sezione monografica dedicata al rapporto tra fotografia e architettura affronta la rappresentazione fotografica della relazione tra uomo e natura, dell'abitare e della città.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

L'insegnamento approfondisce tre specifiche declinazioni della ricerca artistica attraverso il linguaggio fotografico: l'utilizzo degli archivi per progetti artistici – dalla "found photography" a internet; fotografia e parola – relazioni tra media, dalla didascalia al diario; fotografia e viaggio – l'immagine come strumento di scoperta e definizione di nuove geografie. Intrecciando teoria, produzione di nuove immagini e prelievo di fotografie preesistenti, l'indagine sui diversi ambiti mette in discussione la nozione stessa di autorialità, mentre si mettono in campo le competenze associate a figure diverse: artista, curatore, editor, publisher.

STORIA DELLA FOTOGRAFIA

L'insegnamento introduce a protagonisti, correnti e periodi della storia della fotografia. Con un'articolazione cronologica e tematica, le lezioni approfondiscono l'itinerario tecnico, semantico, sociale e artistico del linguaggio fotografico, dall'invenzione del mezzo fino alle ultime tendenze della scena artistica internazionale. Il lavoro di alcune figure chiave e pratiche fotografiche specifiche (street-photography, reportage, concettuale) sono oggetto di approfondimenti dedicati, insieme ai principali studi teorici sulla grammatica, la semiotica, la struttura e il funzionamento del linguaggio fotografico, affrontati da un punto di vista storico e filosofico.

DOCUMENTAZIONE FOTOGRAFICA
SISTEMA DELLA FOTOGRAFIA

L'insegnamento è dedicato a tre argomenti. Il primo è il rapporto tra fotografia ed editoria, dalle riviste ai libri. A partire da uno studio del sistema editoriale, si analizzano le peculiarità del lavoro del fotografo, del curatore e dell'editore, con particolare attenzione al self-publishing e al libro d'artista, esaminandone storia, produzione, finanziamento e distribuzione. Il secondo argomento è il rapporto tra fotografia e web. Oltre allo studio di case history, vengono analizzate strategie e modalità di lavoro sulla rete, dai siti web ai social network. La terza parte dell'insegnamento è dedicata al diritto della fotografia, approfondendo normative italiane e internazionali, copyright e diritto d'autore.

FENOMENOLOGIA DELL'IMMAGINE

L'insegnamento approfondisce l'utilizzo della fotografia per progetti di arte pubblica. Il linguaggio fotografico, sempre più trasversale e contaminato, è oggi capace di includere istanze diverse. Residenze e progettazione culturale mettono in gioco la permeabilità tra il lavoro del fotografo e i contesti, mentre le esperienze di arte pubblica dimostrano come i cittadini possano essere coinvolti in processi di rappresentazione e attivazione del territorio. Il workshop investiga le forme di interazione tra autore e pubblico per progetti condivisi. Una parte dell'insegnamento è dedicata alla committenza pubblica e agli strumenti per la partecipazione a bandi di supporto e finanziamento.

COMPUTER GRAPHIC

L'insegnamento è suddiviso in due parti complementari. La prima fornisce competenze avanzate per i software di fotoritocco, calibratura del colore (Photoshop, Bridge) e i plug-in per la rielaborazione digitale delle immagini. Partendo dall'analisi di autori di fine Novecento, si giunge alle più aggiornate declinazioni della ricerca contemporanea, combinando analisi teorica, tecnica e pratica in un'aula appositamente attrezzata. La seconda parte è dedicata alla stampa fotografica digitale, dalla preparazione dei file alla traduzione su carta, sperimentando in laboratorio tecniche e materiali. Particolare importanza è riservata al colore, dalle questioni ottico-fisiche ai significati che veicola.

FOTOGRAFIA DIGITALE

L'insegnamento fornisce consapevolezza nella realizzazione e lettura delle immagini fotografiche come contenitori di significati. Spaziando dalla pratica della fotografia documentaria alla generazione di immagini attraverso l'intelligenza artificiale, il corso approfondisce il ruolo e le funzioni della fotografia contemporanea, capace di fornire prove di realtà così come di metterla radicalmente in discussione. A partire da esempi tratti dalla fotografia del territorio (dalla sua mappatura alla sua trasformazione) e di reportage (inteso come strumento di indagine sociale e presa di posizione individuale), l'insegnamento mette a confronto l'esperienza e la tradizione della produzione analogica con l'attuale universo digitale.

PORTFOLIO

L'insegnamento è suddiviso in due parti fondamentali. La prima parte è dedicata all'apprendimento della tecnica fotografica, partendo dalle nozioni di base (la macchina fotografica, tempi, diaframmi, obiettivi, esposizione, pellicole, sensori digitali) fino alle competenze specialistiche e professionali. Oltre all'utilizzo dei più comuni apparecchi di piccolo formato, si approfondiscono le peculiarità di attrezzature specifiche, di medio e grande formato (banchi ottici). Si affronta inoltre l'ambiente dello studio fotografico, imparando a conoscerne le attrezzature per sviluppare skill di ripresa sul set. La seconda parte si concentra sulla realizzazione di un portfolio di immagini, a partire dall'acquisizione delle capacità di autovalutazione necessarie per la selezione delle immagini più rappresentative di un autore e un progetto. Completano questa parte competenze di sequencing, narrazione per immagini, messa in pagina, utili a costruire un dispositivo indispensabile per la presentazione del lavoro di ogni fotografo. L'insegnamento mira all'acquisizione di maggiore consapevolezza nella realizzazione e nella lettura delle immagini fotografiche. Il culmine del percorso didattico è la discussione finale, durante la quale gli studenti devono presentare e discutere il proprio Portfolio di fronte a una Commissione costituita dai docenti e dal Course Leader di riferimento.

Galileo Global Education™

NABA, Nuova Accademia di Belle Arti è parte di Galileo Global Education, uno dei principali player internazionali nella formazione superiore privata, con un'offerta che spazia dalle arti applicate, alla moda, al design, al digital/web, fino all'economia e alla medicina. Attraverso il suo network di 54 scuole, il gruppo è presente con oltre 91 campus in 13 paesi del mondo e conta oltre 200.000 studenti iscritti. Galileo è la più grande realtà nella formazione superiore in Europa, sia in termini di diffusione geografica che per varietà dell'offerta dei corsi. La sua ambizione è quella di essere leader mondiale nella formazione per quel che riguarda l'innovazione, la creatività, l'arte e la cultura - grazie a fattori quali il tasso di occupazione, la flessibilità del sistema educativo e il suo impatto sugli studenti.

www.ggeedu.com

Network istituzionali

Cumulus Association

ELIA

New European Bauhaus
beautiful | sustainable | together

ADCI
Art Directors Club Italiano

ADIMEMBER

Piattaforma
SISTEMA FORMATIVO MODA

CSQ ISO 9001 CSQ ISO 14001 IQNet
UNI EN ISO 9001:2015 – 14001:2015

Per la realizzazione di questo stampato, è stata utilizzata carta FSC MIX prodotta con cellulosa proveniente da foreste controllate - prodotto riciclabile.

FSC FSC™ C015022 PEFC PEFC/07-32-76 ECF ISO 50001

NABA,
Nuova Accademia
di Belle Arti

CAMPUS DI MILANO
Via C. Darwin 20
20143 Milano

CAMPUS DI ROMA
Via Ostiense 92
00154 Roma

Orientamento Italia
T 02 97372106
E orientamento@naba.it

www.naba.it

MADE IN NABA® MADE IN NABA® MADE IN NABA® MAD