

<p>Conoscenza e competenze da conseguire</p> <p>Alla fine del corso ogni studente/ssa avrà acquisito la capacità di analizzare e comprendere i significati e l'organizzazione visiva di un'immagine, acquisendo le competenze di base della cultura visuale, nonché alcuni elementi di semiotica visiva.</p> <p>In particolare, avrà acquisito la capacità di scomporre e analizzare varie tipologie di artefatti visivi: da una pubblicità stampa al lay-out di un sito web, dall'identità visiva di una marca, all'analisi di un logo.</p> <p>Sarà in grado, in questo modo, di valutare le differenti scelte strategiche e i valori generati da ogni singola comunicazione visiva.</p> <p>Inoltre, acquisirà gli strumenti per inquadrare le profonde trasformazioni in atto nelle modalità del vedere, nella circolazione delle immagini, nella diffusione degli schermi, e nelle relazioni sociali mediate dalle immagini stesse.</p> <p>Durante il corso ogni studente/ssa potrà esercitarsi e mettere alla prova le competenze acquisite, analizzando casi di studio concreti provenienti dalla comunicazione visiva aziendale e di marca, e dalla comunicazione dei media.</p>	<p>Learning outcomes</p> <p>At the end of the course each student will have acquired the ability to analyse and understand the meanings and visual organisation of an image, acquiring the basic skills of visual culture through semiotic methodology.</p> <p>In particular, he/she will have acquired the ability to break down and analyse various types of visual artefacts: from a press advertisement to the lay-out of a website, from the visual identity of a brand to the analysis of a logo.</p> <p>He/she will thus be able to assess the different strategic choices and values generated by each individual visual communication.</p> <p>Furthermore, he/she will acquire the tools to frame the profound transformations taking place in the ways of seeing, in the circulation of images, in the diffusion of screens, and in the social relations mediated by images themselves.</p> <p>During the course each student will be able to practise and test the skills acquired, analysing concrete case studies from corporate and brand visual communication, and from media communication.</p>
<p>Contenuti del corso</p> <p>Nel corso delle lezioni verranno affrontati argomenti che consentiranno allo/a studente/ssa di acquisire una competenza panoramica sul mondo delle immagini nella contemporaneità e, assieme, saranno svolte analisi di casi studio.</p> <p>Nel dettaglio, l'articolazione degli argomenti del corso è la seguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -modalità della comunicazione visiva: pittura, fotografia, manifesti e grafica, marchi e logo, web, audiovisivi. -elementi di semiotica visiva -identità visiva e brand image 	<p>Course content</p> <p>Topics will be addressed that will enable students to acquire an overview of the world of images in contemporary world; case study analyses will be carried out.</p> <p>In detail, topics articulation is as follows:</p> <ul style="list-style-type: none"> -visual communication: painting, photography, posters and graphics, brands and logos, web, audiovisuals -visual semiotics -visual identity and brand image
<p>*Prerequisiti</p>	<p>Prerequisites for access</p>

<p>Testi/Bibliografia di riferimento</p> <p>Le slide adoperate a lezione dal docente sono messe a disposizione come dispense.</p> <p>LIBRI E ARTICOLI</p> <p>Spaziante L. (2020), "#Spotcheresiste: advertising strategies and lockdown (Covid-19)", <i>Filosofi(e)Semiotiche</i>, Vol. 7, No. 1 (disponibile online)</p> <p>Barbieri, D. (2011), <i>La comunicazione visiva, dalla pittura alla tipografia</i>, Roma, Carocci.</p> <p>Marrone, G. (2007), <i>Il discorso di marca: modelli semiotici per il branding</i>, Roma, GLF editori, Laterza.</p> <p>Polidoro, Piero (2008), <i>Che cos'è la semiotica visiva</i>, Roma, Carocci.</p> <p>Aiello, G. - Parry, K. (2023) <i>La comunicazione visiva: identità, politica, consumo</i>, Bologna, Il mulino, 2023</p>	<p>Readings/Bibliography</p> <p>Slides are available as handouts.</p> <p>BOOKS AND ARTICLES</p> <p>Spaziante L. (2020), "#Spotcheresiste: advertising strategies and lockdown (Covid-19)", <i>Filosofi(e)Semiotiche</i>, Vol. 7, No. 1 (disponibile online)</p> <p>Barbieri, D. (2011), <i>La comunicazione visiva, dalla pittura alla tipografia</i>, Roma, Carocci.</p> <p>Marrone, G. (2007), <i>Il discorso di marca: modelli semiotici per il branding</i>, Roma, GLF editori, Laterza.</p> <p>Polidoro, Piero (2008), <i>Che cos'è la semiotica visiva</i>, Roma, Carocci.</p> <p>Aiello, G. - Parry, K. (2023) <i>La comunicazione visiva: identità, politica, consumo</i>, Bologna, Il mulino, 2023</p>
<p>Metodi e strumenti didattici</p> <p>Le spiegazioni del docente si alternano a esempi e a video online, oltre ad esercitazioni che possono poi essere discusse singolarmente o collettivamente.</p> <p>Nel corso delle lezioni saranno impiegate slide di presentazione, immagini fotografiche, materiali audiovisivi, siti web.</p>	<p>Teaching tools and methods</p> <p>Lecturer's explanations alternate with examples and online videos, as well as exercises individually or collectively discussed.</p> <p>TOOLS</p> <p>Slides, photographic images, audiovisual materials, websites</p>
<p>Modalità di verifica e valutazione dell'apprendimento</p> <p>1/2 della valutazione proviene dalla prova intermedia scritta, a domande aperte, che sarà svolta circa a metà del corso.</p> <p>1/2 della valutazione proviene da una prova finale scritta, a domande aperte, che sarà svolta al termine delle lezioni.</p> <p>Il voto finale tiene conto, inoltre, dell'assiduità nella frequenza e della partecipazione attiva durante le lezioni.</p>	<p>Assessment methods and criteria</p> <p>1/2 of the assessment comes from the written, open-question midterm, which will be taken approximately halfway through the course.</p> <p>1/2 of the assessment comes from a final written test, with open questions, which will be taken at the end of the course.</p> <p>The final grade also takes into account assiduity in attendance and active participation during the lectures.</p>

Modello Programma attività didattica

*Altre informazioni	Additional info
---------------------	-----------------

*I campi con asterisco non sono obbligatori