

REGOLAMENTO DEL CORSO DI STUDI



DIPLOMA ACCADEMICO DI SECONDO LIVELLO

IN

COMMUNICATION DESIGN– DASL06

INDICE

Art. 1 – Norme generali

Art.2 – Obiettivi formativi e sbocchi professionali

Art. 3 – Responsabilità del corso

Art. 4 – Requisiti di ammissione

Art.5 – Crediti formativi

Art. 6 - Piano di studi individuale

Art. 7 – Propedeuticità

Art. 8 – Tipologia delle forme didattiche e verifiche di profitto

Art. 9 – Obbligo di frequenza

Art. 10 – Regole comportamentali per utilizzo laboratori

ART. 1 – NORME GENERALI

1.1 Il presente Regolamento disciplina l'ordinamento didattico del corso di Diploma Accademico di Secondo livello in Communication Design (DASL06), nonché i criteri e le modalità di svolgimento delle attività formative ad esso connesse;

1.2 La struttura didattica competente è il Dipartimento di Progettazione e Arti Applicate;

1.3 La durata normale del corso di secondo livello è di due anni. Per conseguire il diploma accademico di Secondo livello in Communication Design, lo studente deve aver acquisito 120 CFA secondo le modalità previste dall'ordinamento didattico del corso di studio.

ART.2 - OBIETTIVI FORMATIVI E PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

2.1 OBIETTIVI FORMATIVI

Il percorso di studi del Diploma Accademico di Secondo livello in Communication Design si pone in ideale continuità con il Diploma Accademico di Primo livello in "Graphic Design per l'impresa", ampliandone l'ambito di azione alla formazione di figure professionali capaci di interagire nel complesso e multidisciplinare mondo della grafica contemporanea.

Il corso ha l'obiettivo di sviluppare una specifica metodologia basata sulla cultura del progetto che il diplomato potrà successivamente applicare nel concepire, progettare e realizzare iniziative di comunicazione efficaci nell'attuale e futuro mondo della comunicazione globale. Si pone perciò l'obiettivo di sviluppare competenze per l'elaborazione e la realizzazione di progetti nell'ambito della grafica multimediale, anche tenendo conto delle più recenti evoluzioni dei social network quali il metaverso e che prevedano l'utilizzo dell'intelligenza artificiale.

Il Diplomato sarà in grado di concepire, progettare e realizzare interventi di comunicazione d'impresa e di prodotto, che si avvalgano degli strumenti della comunicazione visiva in coerenza con messaggi originali ed accattivanti veicolati attraverso testi e le pratiche della comunicazione pubblicitaria. A ciò si affiancherà lo sviluppo di competenze trasversali quali la capacità di ascolto delle esigenze del cliente e di realizzazione di progetti di comunicazione complessi che sono diventate imprescindibili nell'attuale mondo delle professioni creative.

Il percorso di studi si articola in due indirizzi:

Art Direction: I diplomati di questo indirizzo svilupperanno le competenze necessarie per tradurre un *concept* in un progetto di comunicazione visiva, con un'immagine coordinata che si rispecchi nell'identità del brand dell'impresa, dell'Istituzione pubblica o dell'ente non profit cliente. Ci sarà la possibilità di maturare esperienze in diversi settori sia manifatturieri che nei servizi, sia tradizionali che emergenti, applicando diverse competenze che vanno dall'ideazione e lo sviluppo di un *concept* creativo alla progettazione, realizzazione e diffusione del progetto di comunicazione visiva anche su vasta scala ed utilizzando diversi media tradizionali e non.

Comunicazione Pubblicitaria: I diplomati che sceglieranno questo indirizzo avranno l'opportunità di sviluppare competenze funzionali all'ideazione, realizzazione e conduzione di una campagna di comunicazione pubblicitaria. Acquisiranno familiarità con i metodi e gli strumenti per l'ideazione e l'elaborazione di testi e di narrazioni, assicurandone la coerenza con il brand del cliente ed utilizzando diverse metodologie quali l'utilizzo di spin ed il *guerrilla marketing*. Sperimenteranno le tipicità di prodotti e servizi che si rivolgono a diversi pubblici target, dai prodotti per il consumo di massa a quelli rivolti ad un'utenza specialistica o di nicchia, adattando il

messaggio alle caratteristiche dei diversi media utilizzati ed utilizzando un'ampia gamma di pratiche tra cui il *product placement* e l'utilizzo degli influencer. Infine, avranno l'occasione di confrontarsi con le tecniche per sviluppare testi creativi e di sperimentare come integrare nella propria futura pratica professionali gli strumenti più avanzati di intelligenza artificiale.

2.2. PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI

I diplomati del corso troveranno occupazione nel settore della comunicazione d'impresa, sia come liberi professionisti che all'interno di studi di comunicazione, atelier, agenzie pubblicitarie, uffici comunicazione e marketing di imprese, enti pubblici ed istituzioni del terzo settore. Nella loro attività quotidiana si occuperanno dello sviluppo dell'immagine coordinata di un'azienda, della promozione dei prodotti e servizi, dell'ideazione e conduzione di campagne pubblicitarie, di iniziative di comunicazione per eventi e relative alla partecipazione a fiere di settore ed esposizioni.

ART. 3 – RESPONSABILITÀ DEL CORSO

Il corso viene effettuato sotto la Responsabilità del Direttore o di un suo delegato che assume il Titolo di Responsabile del Corso.

ART. 4 – CRITERI DI AMMISSIONE

REQUISITI DI ACCESSO

Possono iscriversi al corso di Diploma Accademico di Secondo livello tutti coloro che sono in possesso del diploma accademico di Primo livello o di laurea corrispondente ai requisiti richiesti dal corso, nonché altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo dall'Accademia nel rispetto della normativa vigente e degli accordi internazionali.

4.1 AMMISSIONE DIRETTA

Accedono con ammissione diretta, gli studenti in possesso di diploma accademico di primo livello in discipline affini al percorso di studi prescelto.

Sulla base della documentazione presentata in fase di domanda di ammissione, e verificati i requisiti, nonché i documenti comprovanti il percorso formativo del candidato, l'Ufficio Ammissioni predisporrà una lettera di ammissione con accesso diretto.

4.2 AMMISSIONE CON PROVA DI AMMISSIONE

Accedono con prova di ammissione, gli studenti in possesso di diploma di laurea o di diploma accademico di primo livello non affine al corso per cui si chiede l'iscrizione. La prova di ammissione è composta da un colloquio motivazionale e dalla valutazione di un portfolio di lavori originali del candidato. In casi eccezionali, può essere prevista una prova tecnica a sostituzione del portfolio.

4.3 AMMISSIONE CON RISERVA

Possono essere iscritti con riserva, al primo anno del biennio, gli studenti che conseguiranno il titolo di primo livello o laurea entro la sessione invernale di febbraio dell'a.a. successivo a quello per cui si richiede l'iscrizione. Qualora il titolo non sia conseguito e la riserva non venga sciolta, l'iscrizione decadrà.

ART. 5 – CREDITI FORMATIVI

L'ordinamento didattico del corso di Secondo livello in Communication Design–DASL06 determina la misura dei crediti corrispondenti alle varie attività previste per il conseguimento del titolo di studio.

In particolare, esso determina:

- a) La denominazione e gli obiettivi formativi del corso di studi
- b) Il quadro generale delle attività formative
- c) Gli insegnamenti curriculari
- d) I crediti assegnati a ciascuna delle attività curriculari

Tutte le attività formative del corso di Diploma Accademico di Secondo livello in Communication Design sono articolate negli insegnamenti riportati nella tabella A.

Tabella A – Tabella degli insegnamenti

DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE				
DASL06 - CORSO DI STUDI DI SECONDO LIVELLO IN COMMUNICATION DESIGN				
I ANNO	INSEGNAMENTO		ATTIVITA' FORMATIVA	CFA
I semestre	Copy writing		TP	6
	Comunicazione pubblicitaria		TP	10
	Modulo I	Comunicazione sociale		
	Modulo II	Pubblicità		
	Art Direction		TP	10
	Cultura del progetto		T	6
II semestre	Etica della comunicazione		T	6
	Tecniche di animazione digitale		TP	6
	Lettering		TP	6
	Brand Design		TP	6
	Inglese		TP	2
II ANNO	INSEGNAMENTO		ATTIVITA' FORMATIVA	CFA
I semestre	Etica della comunicazione		T	6
	Design per l'editoria		TP	8
	Art Direction		TP	8
	Tecnologie e applicazioni digitali		TP	6
II semestre	Web Design		TP	8
	Tecniche dei nuovi media integrati		TP	6
	Fenomenologia dei media		TP	6
	Stage-workshop			3
	Prova finale			9

* Per l'anno accademico 2024/2025, il piano di studi del primo anno del corso di Diploma accademico di Secondo livello in Communication Design segue l'ordinamento approvato con DM prot. n. 1766 del 11.11.2024 (cfr. Addendum allegato). Il secondo anno del corso, invece, adottano l'ordinamento approvato con DM prot.n. 615 del 12/03/2021.

Per l'a.a. 2024-2025 è previsto un secondo intake per il corso di diploma accademico di Secondo livello in Communication Design.

Gli insegnamenti previsti per il secondo intake riguardano i seguenti corsi:

DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE			
DASL06 - CORSO DI STUDI DI SECONDO LIVELLO IN COMMUNICATION DESIGN - II INTAKE			
I ANNO	INSEGNAMENTO	ATTIVITA' FORMATIVA	CFA
I semestre	Copy writing	TP	6
	Comunicazione pubblicitaria	TP	10
	Art Direction	TP	10
	Cultura del progetto	T	6

ART. 6 – PIANI DI STUDIO INDIVIDUALI

6.1 L'ordinamento del corso di Communication Design (DASL06) prevede una quantità di CFA attribuiti ad attività formative a scelta dello studente nella misura indicata nel decreto istitutivo. La scelta di tali attività sarà operata a cura di ogni studente e riportata nei piani di studio individuali.

6.2 È data facoltà allo studente di aggiungere al proprio Piano di studi individuale, ai sensi della propria esigenza di crescita professionale, altri insegnamenti attivi presso l'Accademia e, soddisfatti gli obblighi di frequenza, lo studente può sostenere il relativo esame. La votazione maturata nella valutazione finale di tali corsi concorre a determinare la media del punteggio di presentazione alla prova finale del Corso di studi.

ART. 7 – PROPEDEUTICITÀ

Per gli insegnamenti che si articolano in più annualità, lo studente può frequentare le annualità successive alla prima, negli anni accademici a seguire, anche nel caso in cui non abbia sostenuto con esito positivo l'esame previsto per le annualità precedenti. Per poter accedere alla verifica del profitto delle annualità successive alla prima, sarà, tuttavia, necessario che egli abbia sostenuto con esito positivo quella delle annualità precedenti.

ART. 8 – TIPOLOGIE DELLE FORME DIDATTICHE E VERIFICHE DI PROFITTO

La tipologia di svolgimento delle forme didattiche è convenzionale. Ciascuna attività formativa può comportare diverse modalità di svolgimento e di interazione fra Docenti e Studenti. In particolare, per gli insegnamenti del piano di studi di Communication Design -DASL06 possono essere previste lezioni frontali collettive, esercitazioni, laboratori, attività pratiche, a distanza e intensive, tirocini formativi, seminari, progetti, produzioni artistiche.

8.1 TIPOLOGIE DI INSEGNAMENTO

INSEGNAMENTI TEORICI: ai sensi del Regolamento Didattico dell'Accademia di Belle Arti di Udine, art.20, comma 4, all'interno del corso di studi, la frequenza è obbligatoria, ad esclusione degli insegnamenti teorici. È prevista, pertanto, la possibilità di erogare la didattica a distanza, in modalità sincrona, a condizione che sia verificabile la reale partecipazione dello studente alla lezione stessa.

INSEGNAMENTI TEORICO-PRATICI: Per tali insegnamenti, può essere prevista una didattica flessibile in modalità sincrona secondo strumenti informatici. Le procedure e le percentuali di frequenza online e in presenza sono deliberate dal Consiglio Accademico.

8.2 VERIFICHE DI PROFITTO

Gli esami di profitto possono essere sostenuti solo successivamente alla conclusione dei relativi insegnamenti rispettando la percentuale di frequenza stabilita nel Regolamento didattico.

Le modalità di verifica del profitto possono essere:

- Esame scritto
- Esame orale
- Valutazione elaborati finali
- Valutazione progetti

L'esame consiste in una prova individuale che mira ad accertare la maturità individuale dello studente, nonché il possesso delle conoscenze e abilità che caratterizzano la materia d'esame.

Le forme di verifica possono svolgersi individualmente o in gruppo, facendo salva in questo caso la riconoscibilità e valutabilità dell'apporto individuale.

Tali forme possono avere come oggetto la realizzazione di specifici progetti, determinati e assegnati dal docente responsabile dell'attività, o la partecipazione a esperienze di ricerca e sperimentazione, miranti in ogni caso all'acquisizione delle conoscenze e abilità che caratterizzano l'attività facente parte del curriculum.

8.3 PROVA FINALE

Per l'ammissione alla prova finale, lo studente deve avere conseguito il numero complessivo di crediti formativi previsti dall'ordinamento didattico, in coerenza con il Regolamento Didattico e con il piano di studio approvato.

Per le procedure di realizzazione della prova finale del corso di diploma accademico di secondo livello in Communication Design, è possibile consultare il Regolamento di Prova finale di riferimento presente sul sito ufficiale dell'Accademia.

ART. 9 – OBBLIGO DI FREQUENZA

La frequenza ai corsi e alle lezioni è obbligatoria. Ai fini dell'ammissione all'esame, lo studente deve aver frequentato almeno l'80% delle attività formative.

ART. 10 – REGOLE COMPORTAMENTALI PER UTILIZZO LABORATORI

In rif. all'art. 9 – Regole comportamentali per utilizzo laboratori si rimanda al regolamento sulle modalità d'uso dei laboratori pubblicato sul sito ufficiale dell'Accademia.

DIPLOMA ACCADEMICO DI SECONDO LIVELLO IN COMMUNICATION DESIGN

ADDENDUM | Approvato con DM prot. n. 1766 del 11.11.2024

DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE			
DASL06 - CORSO DI STUDI DI SECONDO LIVELLO IN COMMUNICATION DESIGN			
INDIRIZZO COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA			
I ANNO	INSEGNAMENTO	ATTIVITA' FORMATIVA	CFA
	Copy writing	TP	6
	Comunicazione pubblicitaria I	TP	10
	Art Direction	TP	10
	Cultura del progetto	T	6
	Etica della comunicazione	T	6
	Tecniche di animazione digitale	TP	6
	Lettering	TP	6
	Brand Design	TP	6
	Inglese	TP	2
	Attività a scelta dello studente	TP	2
II ANNO	INSEGNAMENTO	ATTIVITA' FORMATIVA	CFA
	Tecnologie e applicazioni digitali	TP	6
	Comunicazione pubblicitaria II	TP	10
	Tecniche dei nuovi media integrati	TP	6
	Gruppo opzionale di insegnamento*		6
	Fenomenologia dei media	T	6
	Scrittura creativa	T	6
	Attività a scelta dello studente		2
	Attività a scelta dello studente		6
	Prova finale		12

* **Gruppo opzionale di insegnamento:** Il gruppo di insegnamenti opzionali è l'insieme di campi disciplinari proposti dall'istituzione entro i quali lo studente può operare una scelta all'interno di regole definite dall'istituto stesso.

a) Gruppo 2A 2

Denominazione insegnamento	Tipologia	CFA
Elementi di comunicazione giornalistica	T	6
Design per l'editoria	TP	6
Digital video	TP	6

DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE			
DASL06 - CORSO DI STUDI DI SECONDO LIVELLO IN COMMUNICATION DESIGN			
INDIRIZZO ART DIRECTION			
I ANNO	INSEGNAMENTO	ATTIVITA' FORMATIVA	CFA
	Copy writing	TP	6
	Comunicazione pubblicitaria	TP	10
	Art Direction I	TP	10
	Cultura del progetto	T	6
	Etica della comunicazione	T	6
	Tecniche di animazione digitale	TP	6
	Lettering	TP	6
	Brand Design	TP	6
	Inglese	TP	2
	Attività a scelta dello studente	TP	2
II ANNO	INSEGNAMENTO	ATTIVITA' FORMATIVA	CFA
	Tecnologie e applicazioni digitali	TP	6
	Art Direction II	TP	10
	Tecniche dei nuovi media integrati	TP	6
	Gruppo opzionale di insegnamento*		6
	Fenomenologia dei media	T	6
	Web Design	TP	6
	Attività a scelta dello studente		2
	Attività a scelta dello studente		6
	Prova finale		12

* **Gruppo opzionale di insegnamento:** Il gruppo di insegnamenti opzionali è l'insieme di campi disciplinari proposti dall'istituzione entro i quali lo studente può operare una scelta all'interno di regole definite dall'istituto stesso.

a) Gruppo 2A 2

Denominazione insegnamento	Tipologia	CFA
Design per l'editoria	TP	6
Packaging	TP	6
Digital video	TP	6