



DIPARTIMENTO DI ADVERTISING AND GRAPHIC DESIGN

Il dipartimento di "Advertising and graphic design" dello IAAD, apre a Torino nel 1978 e negli anni amplia le proprie competenze avvicinandosi al mondo del web, del multimedia e dei new media in generale.

La formazione di pubblicitari creativi, capaci di produrre e trasmettere simboli, immagini e messaggi specializzati è l'obiettivo primario dei corsi.

La formazione mirata consentirà agli studenti di realizzarsi nel vasto campo della pubblicità suddiviso in settori specifici: advertising, below the line, packaging, corporate e brand identity, editoria, illustrazione, web design, grafica multimediale e in quelli della comunicazione strategica maggiormente orientati verso ruoli gestionali: account, responsabili comunicazione, responsabili sviluppo prodotto, media e strategic planner, web marketing.

I pubblicitari di nuova generazione sono figure professionali complesse in grado di muoversi all'interno dell'ampio mondo della comunicazione, padroneggiandone i ruoli principali, sia strategici sia operativi, in agenzie, aziende, centri media e relazioni pubbliche.

Il lavoro del pubblicitario è fortemente legato a dinamiche di marketing e strategie di comunicazione strutturate su target specifici, risultando pertanto lontano dal puro talento artistico e non vincolato alle esigenze del mondo professionale. La didattica prevede quindi l'apprendimento di discipline di carattere grafico, informatico, creativo, applicativo e approfondimenti su aspetti complementari come marketing communication e pianificazione media. Al fine di garantire una formazione di eccellenza e lo sviluppo di un modello didattico aggiornato e dinamico, i piani di studio individuano nella sperimentazione il principale atteggiamento metodologico e nella flessibilità lo strumento per garantire un costante aggiornamento dei profili professionali.

Il piani di studio si basano sul principio della progettazione avanzata e della ricerca, considerando centrale il tema della creatività etica, senza perdere di vista gli aspetti emozionali e di qualità del messaggio che caratterizzano da sempre la produzione italiana nel settore. In tal senso la rispondenza della progettazione rispetto allo scenario risulta determinante per la creazione di una figura professionale preparata, consapevole e responsabile.

Per progettare è importante conoscere e saper gestire aspetti teorici, potenzialità e mezzi espressivi indirizzandoli alla creazione di concetti innovativi. I piani di studio promuovono, quindi, una progettazione creativa, dove il processo progettuale parte da una ricerca allargata, si muove attraverso l'esplorazione degli scenari possibili e giunge alla sintesi dei contenuti mediante lo studio di campagne e messaggi, illustrati mediante tavole grafiche concettuali, story board, video, lay out e prototipi.

Grazie al supporto attivo delle realtà partner - concretizzato nella realizzazione di lezioni speciali, visite aziendali, workshop, seminari, stage, progetti e tesi - i piani di studio dispongono di supporti specifici costantemente aggiornati e orientati alla progettazione mirata nel settore dell'advertising, dei new media e della grafica tradizionale.

I piani di studio del dipartimento di "Advertising and graphic Design" dello IAAD hanno, quindi, l'obiettivo di formare giovani professionisti capaci di proporre soluzioni innovative credibili e di gestire il processo di sviluppo

istituto d'arte applicata e design



del progetto, utilizzando e controllando metodi e strumenti progettuali avanzati, spendibili nel mercato del lavoro.

Gli obiettivi formativi sono volti ad assicurare:

- un'elevata formazione di base nelle discipline che caratterizzano il contesto culturale e scientifico del settore di riferimento
- adeguate conoscenze delle metodologie e dei contenuti propri delle discipline caratterizzanti l'indirizzo formativo
- un'elevata padronanza delle tecniche e degli strumenti specifici della progettazione e realizzazione di prodotti innovativi con particolare attenzione agli aspetti etici della comunicazione
- lo sviluppo di una particolare sensibilità nei confronti dei linguaggi creativi contemporanei e un'attitudine all'aggiornamento continuo
- lo sviluppo di un'attitudine all'innovazione che consideri i cambiamenti sociali, le dinamiche di mercato, nonché le opportunità offerte dallo sviluppo tecnologico
- idonee conoscenze sulla gestione dell'attività professionale al fine di favorire un ingresso consapevole e qualificato nel mondo del lavoro.