Syllabus

Descrizione corso

Titolo insegnamento	Progetto Comunicazione Visiva 2.d
Codice insegnamento	97159
Titolo aggiuntivo	Alive in Photos: Gina Klaber Thusek
Settore Scientifico-Disciplinare	NN
Lingua	Italiano; Inglese; Tedesco
Corso di Studio	Corso di laurea in Design e Arti - Curriculum in Design
Altri Corsi di Studio (mutuati)	
Docenti	prof. Christian Upmeier, CUpmeier@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/5343 prof. dr. Stephan August Schmidt-Wulffen, Stephan.SchmidtWulffen@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/32104 dott. Giulia Faccin, Giulia.Faccin@student.unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/34902
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
Anno/i di corso	2nd & 3rd
CFU	19
Ore didattica frontale	90
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	295
Ore di ricevimento previste	60
Sintesi contenuti	Il corso mira a trasmettere agli studenti e alle studentesse conoscenze e competenze sugli aspetti approcci operativi del

	progetto, i metodi e le teorie della comunicazione visiva per i vari campi di applicazione funzionali e sperimentali con una particolare attenzione al ruolo dei media digitali.
Argomenti dell'insegnamento	Il brand design comprende tutti gli aspetti del design comunicativo, dal concept alla denominazione, passando per diverse forme espressive creative, tutti i media e i compiti grafici. Pertanto, in diversi workshop ci occupiamo di tipografia, layout, manifesti e animazione, sviluppo di concetti e idee ed esposizione, al fine di creare un piccolo evento culturale. A tal fine, ci dedichiamo a un compito di progettazione concreto e collaboriamo con un partner esterno che ci supporta dal punto di vista contenutistico e pratico.
Parole chiave	Branding culturale, Mostra fotografica, Sviluppo del concept, Motion Design, Fotogrammetria
Prerequisiti	
Insegnamenti propedeutici	
Modalità di insegnamento	Workshop, lezioni, seminari, apprendimento cooperativo, feedback
Obbligo di frequenza	non obbligatorio, ma consigliato
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi	Conoscenza e comprensione aver acquisito una metodologia progettuale nel campo della comunicazione visiva dalla fase di ideazione alla fase di realizzazione del progetto. aver acquisito le conoscenze di base necessarie alla realizzazione di un progetto nel campo della comunicazione visiva aver acquisito le conoscenze di base per esercitare uno sguardo critico rispetto al proprio lavoro e per confrontarsi con la complessità contemporanea aver acquisito le conoscenze di base relative sia alla cultura di progetto in tutti le sue componenti, ma anche alle discipline di carattere teorico per proseguire il proprio corso di studi con una laurea magistrale. Capacità di applicare conoscenza e comprensione ideare, sviluppare, realizzare un progetto nel campo della comunicazione visiva finalizzare la realizzazione di un progetto compiuto nel campo della comunicazione visiva grazie alle conoscenze di base acquisite in campo tecnico, scientifico e teorico. cogliere i principali fenomeni che caratterizzano la società attuale,

	saperli osservare criticamente anche in una prospettiva etica e sociale ed elaborare soluzioni adeguate sul piano della proposta/risposta progettuale. mettere a frutto e sviluppare quanto appreso nel corso di studi nell'eventuale proseguimento della propria formazione con la laurea magistrale nell'ambito della comunicazione visiva. Autonomia di giudizio essere in grado di sviluppare una buona autonomia di giudizio finalizzata allo sviluppo della propria capacità progettuale e all'insieme di decisioni necessarie per portare un progetto a compimento. essere in grado di sviluppare una buona autonomia di giudizio sia nella valutazione critica del proprio lavoro, sia nella capacità di utilizzare corretti strumenti interpretativi rispetto ai contesti dove andranno ad applicare la propria pratica progettuale e/o a proseguire i propri studi valutandone anche aspetti di carattere etico e sociale. Abilità comunicative presentare ad un livello professionale un proprio progetto realizzato nel campo della comunicazione visiva in forma di installazione, oralmente e per scritto. comunicare e argomentare ad un livello professionale le ragioni delle proprie scelte e motivarle dal punto di vista formale, tecnico, scientifico e teorico. comunicare e presentare ad un livello professionale un proprio progetto in un'altra lingua oltre alla propria e in maniera corretta in una terza lingua. Capacità di apprendimento apprendere ad un livello professionale una metodologia progettuale intesa come capacità di individuare, sviluppare e realizzare soluzioni a problemi progettuali di carattere complesso applicando le conoscenze acquisite in campo tecnico, scientifico e teorico necessarie per poter avviare un'attività professionale e/o proseguire il proprio corso di studi con la laurea magistrale. sviluppare un'attitudine creativa e appreso le modalità per incrementarla e valorizzarla secondo le proprie inclinazioni. acquisire una conoscenza di base di discipline di carattere teorico,

	scientifico e tecnico unita ad una metodologia di studio adeguata a proseguire il proprio percorso di studi con la laurea magistrale.
Obiettivi formativi specifici e risultati di apprendimento attesi (ulteriori info.)	
Modalità di esame	• Studenti frequentanti — Presentazione finale/Colloquio: [VK] 1) Esposizione del progetto di gruppo e relativa documentazione presso il GOG, 2) Progetto individuale sull'identità dell'evento alla data dell'esame: la presentazione di 5 minuti illustra il concetto/ragionamento e il design in una «presentazione al cliente» (PDF). [DM] 3) Una raccolta di esercizi guidati ma sviluppati e completati in modo indipendente, basati sui processi e sugli strumenti dei media digitali introdotti durante il corso. 4) [VC] Partecipazione, lettura di testi, scrittura di testi — Documentazione: [VK] 1) Una "presentazione al cliente" (PDF) del design dell'identità dell'evento individuale, contenente la ricerca, la strategia e il design (mock-up, immagini dei prototipi). 2) [VK/DM] In secondo luogo, una documentazione completa di testi, dati e immagini ad alta risoluzione sul server del progetto in TEAMS. [DM] 4 Esercizi documentati in un PDF. — Progetto finale/prototipi del progetto finale: [VK] applicazione del design dell'identità dell'evento individuale sotto forma di poster espositivo (50 x 70 cm), [DM] 4 esercizi presentati nell'atelier. • Studenti non frequentanti — È necessaria una discussione preliminare per definire un piano di lavoro individuale. Gli studenti possono richiedere un feedback online se necessario; in caso contrario, sono tenuti a lavorare in modo indipendente fino alla fine del semestre.
Criteri di valutazione	La valutazione finale si basa sugli esercizi svolti in tutti e tre i moduli. È prevista un'unica valutazione del progetto. In tutti i moduli, la valutazione è ponderata in base al carico di lavoro, con crediti formativi (VK 50%, DM 33%, VC 27%). — La sufficienza sarà assegnata se tutti i compiti in classe saranno completati e consegnati. — Saranno assegnati voti più alti in base alla capacità dello studente di lavorare con determinazione, identificare e affrontare i

	problemi e fornire risultati chiari, definiti e di alta qualità. — La lode sarà assegnata agli studenti che dimostrano un'eccezionale e progressiva indipendenza nel processo decisionale e nella riflessione critica, il cui lavoro è guidato dalla propria curiosità e iniziativa.
Bibliografia obbligatoria	R.Krauss: Cindy Sherman: Untitled, Munich etc. 1993 J. Ault, The Subject is Exhibition, in: Wolfgang Tillmans, Yale 2006 Lockemann, B., Thinking the Photobook, Berlin 2022 Vilem Flusser “Towards a Philosophy of Photography" + “Into the Universe of Technical Images” Maurice Merleau-Ponty “Phenomenology of Perception” Oliver Grau – “Virtual Art: From Illusion to Immersion” Giuliana Bruno - “Atlas of Emotions” Jacques Derrida - “Archive Fever: A Freudian Impression” Walter Benjamin - “The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction” Susan Sonntag - “On Photography” John Berger - “Ways of Seeing” + “Understanding a Photograph” Hito Steyerl - “The Wretched of the Screen” (in particular “In Defence of the Poor Image”) Ariela Azouley “Unlearning Decisive Moments of Photography” + “Potential History: Unlearning Imperialism” Edward W. Soja — “Communicating in the Third Space” Whitelaw, Matthew — Digital Humanities Quarterly, Vol. 9, No. 1 https://eu.alma.exlibrisgroup.com/leganto/public/39UBZ_INST/lists/2451316338
Bibliografia facoltativa	
Altre informazioni	
Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDGs)	Parità di genere, Istruzione di qualità

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	Comunicazione visiva
Codice insegnamento	97159A
Settore Scientifico-Disciplinare	CEAR-08/D
Lingua	Tedesco
Docenti	prof. Christian Upmeier, CUpmeier@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/5343
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
CFU	8
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	90
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	75
Ore di ricevimento previste	60
Sintesi contenuti	The course should provide fundamentals, skills, working methods, theories and practices of Visual communication in diverse functional and experimental scopes.
Argomenti dell'insegnamento	As part of the project, we are working together with the Museum Palais Mamming in Merano on the curatorial concept, branding, and communication for a small exhibition on the photographic estate of artist Gina Klaber Thusek. To this end, we are dividing the semester into three sections. While the first few weeks are devoted to concept development and personal designs, we use the second part of the semester to work together as a project team, divided into working groups, on branding, printed materials (including digital and animated), the exhibition structure, and the presentation of the photographs until the opening at the end of April. We will devote the third part of the semester to editing and designing a book about the artist's photographic estate. We will design, publish, and exhibit.

Modalità di insegnamento	Workshops, lectures, cooperative Learning, seminars and feedbacks
Bibliografia obbligatoria	https://eu.alma.exlibrisgroup.com/leganto/public/39UBZ_INST/lists/2451316338
Bibliografia facoltativa	

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	Digital media
Codice insegnamento	97159B
Settore Scientifico-Disciplinare	CEAR-08/D
Lingua	Italiano
Docenti	dott. Giulia Faccin, Giulia.Faccin@student.unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/34902
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
CFU	6
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	60
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	90
Ore di ricevimento previste	18
Sintesi contenuti	Il corso mira a trasmettere basi, metodi, teorie e tecniche della materia oggetto del bando per diverse forme di comunicazione in ambito digitale e del social media marketing.
Argomenti dell'insegnamento	Il corso di Digital Media si concentra sullo sviluppo degli interessi individuali degli studenti, promuovendo al contempo la crescita personale e critica. La comunicazione visiva viene esplorata attraverso una lente digitale. Il tema del progetto viene affrontato sia da prospettive digitali che critiche, incoraggiando gli studenti a sperimentare forme ibride di

	produzione e narrazione. Le lezioni supportano la riflessione sul ruolo dei media digitali nel design e nella società, sia a livello concettuale che pratico. La metodologia didattica combina lezioni frontali, tutorial, discussioni, revisioni collettive ed esercizi esplorativi pensati per introdurre gli studenti agli strumenti e alle tecnologie digitali. Gli studenti saranno esposti a diverse estetiche visive che possono discostarsi dagli standard commerciali, al fine di arricchire e sfumare la narrazione. Acquisiranno esperienza pratica con strumenti come fotogrammetria, VR/AR e animazione, esplorandone potenzialità, impatti, limiti e relazione con ambienti fisici o stampati. Al termine del corso, gli studenti avranno sviluppato indipendenza pratica e concettuale nell'uso degli strumenti digitali introdotti in classe, applicandoli con consapevolezza critica, conducendo ricerche autonome e affrontando i problemi con un approccio proattivo e orientato alla soluzione.
Modalità di insegnamento	Workshop, lezioni, revisioni, compiti, screenings
Bibliografia obbligatoria	Verrà distribuito durante il corso.
Bibliografia facoltativa	*Vilem Flusser "Towards a Philosophy of Photography" + "Into the Universe of Technical Images"* *Maurice Merleau-Ponty "Phenomenology of Perception"* *Oliver Grau – "Virtual Art: From Illusion to Immersion"* *Giuliana Bruno - "Atlas of Emotions"* *Jacques Derrida - "Archive Fever: A Freudian Impression"* *Walter Benjamin - "The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction"* *Susan Sonntag - "On Photography"* *John Berger - "Ways of Seeing" + "Understanding a Photograph"* *Hito Steyerl - "The Wretched of the Screen" (in particular "In Defence of the Poor Image")*

	Ariela Azouley "Unlearning Decisive Moments of Photography" + "Potential History: Unlearning Imperialism" *Edward W. Soja — "Communicating in the Third Space"* *Whitelaw, Matthew — Digital Humanities Quarterly, Vol. 9, No. 1*

Modulo del corso

Titolo della parte costituente del corso	Teorie e linguaggi della comunicazione visiva
Codice insegnamento	97159C
Settore Scientifico-Disciplinare	PHIL-04/B
Lingua	Inglese
Docenti	prof. dr. Stephan August Schmidt-Wulffen, Stephan.SchmidtWulffen@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/32104
Assistente	
Semestre	Secondo semestre
CFU	5
Docente responsabile	
Ore didattica frontale	30
Ore di laboratorio	0
Ore di studio individuale	95
Ore di ricevimento previste	15
Sintesi contenuti	The integrated theoretical module provides fundamental overview about scientific methods of contemporary semiology and communication theory.
Argomenti dell'insegnamento	The module is devided in three parts: The first part deals with the exhibition as a tool of visual communication. How do I speak with pictures, ordered in space? The discussion will connect the abstract question with the practical task to describe the life of the protagonist, Gina Klaber Thusek, using her own photo-visualisations and -collections.

	The second part of the module deals with similar questions, however, referred to book design. How to narrate a visual story in a book? Here, questions like the relation of picture and text turn up. A journey through the history of famous photo books will be the basis of the discussion. Finally (you will be busy preparing the GOG) I will give some general, theoretical remarks concerning the practical issues of the semester and its role for contemporary practice of design: Does today's understanding of photography as a medium of power relations concern design? How do we imagine ‚history' today, and how does this concern strategies of visualisation? How do we imagine the identity of the customer/client, and in which sense is ‚constructivism' relevant in designerly practice?
Modalità di insegnamento	Seminar, lectures, workshop
Bibliografia obbligatoria	R.Krauss: Cindy Sherman: Untitled, Munich etc. 1993 J. Ault, The Subject is Exhibition, in: Wolfgang Tillmans, Yale 2006 Lockemann, B., Thinking the Photobook, Berlin 2022
Bibliografia facoltativa	Tudor, Andre, ‚Situating Subjects', in: Decoding Culture. Theory and Method in Cultural Studies, London 1999, Chapt. 4 Burgin, Victor, Looking at Photographs; in: Burgin, Victor, Thinking Photography, London 1982, pp. 142-153