

-> Syllabus in deutscher Sprache
 -> Syllabus in lingua italiana

Syllabus Course description

Course title	Project VC – C2 Designing for democracy
Course code	97090
Scientific sector and area	Module 1: ICAR/13 disegno industriale Module 2: ICAR/13 disegno industriale Module 3: M-FIL/05 filosofia e teoria dei linguaggi
Degree	Bachelor in Design and Art (L-4) – Major in Design
Semester	Summer semester 2020/21
Year	2 nd , 3 rd
Credits	19 (Module 1: 8 CP, Module 2: 6 CP, Module 3: 5 CP)
Modular	Yes

Teaching language	Module 1: German Module 2: Italian Module 3: English
Total lecturing hours	180 (Module 1: 90, Module 2: 60, Module 3: 30)
Total hours of self-study and / or other individual educational activities	295 (Module 1: about 125, Module 2: about 93, Module 3: about 77)
Prerequisites	<i>From the 3rd semester onward to have passed the project wup and all wup courses</i>
Attendance	not compulsory but recommended

Project description and specific educational objectives	<p><i>The course belongs to the class "caratterizzante" (module 1 and module 2) and "di base" (module 3) in the curriculum in Design.</i></p> <p>PROJECT DESCRIPTION Course description module 1 – Visual Communication: The project deals with visual graphic identities and visual communication in general for institutions. Which features characterize 'corporate design'? In which sense does brand development and branding differentiate from it? What are the conceptual and visual criteria for the development of trademarks? A 'visual identity' design aims to express the significance and the image of an institution, thus making it recognizable in different media. This requires a graphic translation, which strives to be simple as well as adaptable. The relevance of the visual outcome is determined by the amount of flexibility attained despite the required uniformity.</p> <p>In the project we will work on different aspects of trade</p>
--	---

mark design, visual communication and visual storytelling together with the provincial parliament. Our task: Have young people engage with and learn about parliamentary politics. Accompanied by thematic introductions and workshops, small teams will conceptionally and visually develop their ideas to a stage ready to be presented.

The course is designed for acquiring professional skills and knowledge.

Educational objectives Module 1 –

Visual Communication:

- the acquisition of a design methodology in the field of visual communication
- the development of an independent and rigorous study pathway
- the acquisition of the essential basic knowledge to be able to carry out a project in the field of visual communication
- the acquisition of the knowledge and understanding of design processes for corporate image and corporate design
- the acquisition of the knowledge and understanding of design processes for multimedia in visual communication
- the acquisition of the basic knowledge concerning the culture of design in all its aspects

Course description module 2 –

Graphic Design:

A series of lectures and exercises with themes and topics directly related to the main subject of the visual communication project. We will research and make critical investigations, developing concepts and discovering principles and elements of graphic design.

Furthermore, the course aims at exploring the narrative potential of cultural and graphic objects and their storytelling function. Any object, if analyzed in detail together with the surrounding context, noting its material and meaning, is able to tell a story, becoming a pretext for research and a narrative vector: visual storytelling techniques will be employed in order to achieve the project results.

Finally, particular attention will be given to the development of an individual design methodology.

Educational objectives module 2 –

Graphic Design:

- the acquisition of the basic knowledge concerning the culture of design in all its aspects
- the acquisition of the essential basic knowledge to be

	<p>able to carry out a project in the field of visual communication</p> <ul style="list-style-type: none"> the acquisition of the basic knowledge concerning the technical and scientific subjects such as: communication design, editorial design, layout and typography, branding, visual identity, photography and digital post-production. <p>Course description module 3 – Theory and Languages of Visual Communication:</p> <p>The lecture serves to provide general and fundamental overview about scientific methods of design theory and communication theory, as well as contemporary fundamental discourses and content of both disciplines. The course accompanies and supports modules one and two of the project by providing the most important means of expression of visual communication. Furthermore it gives general philosophical and culture-scientific contents to the general topic of the project. The lecture presents theories about different means of expression of signs of all kind. It provides the most important facts about communication theories. The lecture gives an introduction to basic contemporary theories about historical and up-to-date media. A special focus is given to interrelations between political messages resp. political informations and the different ways to design them in respect to target-group oriented communication.</p> <p>Educational objectives Module 3 – Theory and Languages of Visual Communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> the acquisition of a design methodology in the field of visual communication the acquisition of the basic knowledge so as to be able to look critically at their own work and to deal with the complexities of contemporary society the acquisition of the basic knowledge concerning Media Theories the acquisition of the basic knowledge concerning the theories of signs and semiotics The acquisition of the basic knowledge concerning scientific research for design practices The acquisition about the narratology of visual messages the acquisition of the basic knowledge concerning the culture of design in all its aspects
--	--

Module 1	Visual Communication
Lecturer	Christian Upmeier office F3.05.a, e-mail christian.upmeier@unibz.it, tel. +39 0471 015213,

	webpage https://www.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/5343-christian-upmeier
Scientific sector of the lecturer	ICAR/13
Teaching language	German
Teaching hours and days	Monday, 14:00–17:00; Tuesday, 9:00–12:00
Assistance/Office hours	Tuesday, 14:00–17:00 (during the days of the project)
List of topics covered	Design for trademarks, corporate design, concept, advertising, information design and typography
Teaching format	workshops, lectures, projects and reviews

Module 2	Graphic Design
Lecturer	Gianluca Camillini office F3.05.b, e-mail gianluca.camillini@unibz.it , tel. +39 0471 015249, webpage https://www.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/33908-gianluca-camillini
Teaching language	Italian
Teaching hours	Wednesday, 9:00–13:00
Assistance/Office hours	Tuesday: 9:00–13:00 and 14:00–18:00 (during the days of the project) Wednesday: 14:00–18:00 (during the days of the project)
List of topics covered	Design history, design research, design methodology, typography, branding, graphic design.
Teaching format	frontal lectures, workshops, exercises and reviews (individual and collective).

Module 3	Theory and Languages of Visual Communication
Lecturer	Gerhard Glüher office F1.05, e-mail gerhard.glueher@unibz.it , tel. +39 0471 015140, webpage https://www.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/889-gerhard-glueher
Scientific sector of the lecturer	M-FIL/05
Teaching language	English
Teaching hours	Wednesday, 14:00–16:00
Assistance/Office hours	Tuesday 11–13; Wednesday 9–11.
List of topics covered	- Media theories of the 20th century and present time - Phenomenology of the mass-media - Communication theory – especially communication with images and signs - Theories about visual culture and political messages
Teaching format	Frontal lectures and seminars.

Learning outcomes	Learning outcomes for Module 1 – Visual Communication: <ul style="list-style-type: none"> to have the ability to design, develop and implement a project in the field of visual communication
--------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • know how to analyse, design and develop projects in visual communication with traditional (analogical) graphics • knowledge of the technical and scientific aspects of the design of corporate identity • know how to analyse, design and prototyp multi-media visual communication projects • present at a professional level their own project realized in the field of visual communication in the form of an installation, both oral and written • communicate at a professional level and argue the reasons for their choices and justify them from a formal, technical point of view <p>Learning outcomes for module 2 – Graphic Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> • to have the ability to finalize the implementation of a project in the field of graphic design with the basic knowledge acquired in the technical and scientific subjects • knowledge of the technical and scientific aspects of the design for publishing • knowledge of the technical aspects of visual communication and graphic design disciplines, either with traditional and digital media (typography, lettering, layout, illustration techniques, information design, photography, imaging and photo retouching, video, motion graphics, social media managing) • communicate at a professional level, claiming the reasons for their choices <p>Learning outcomes for module 3 – Theory and Languages of Visual Communication:</p> <ul style="list-style-type: none"> • To have the ability to finalize the implementation of a project undertaken in the field of visual communication with the basic knowledge acquired in the scientific subjects: Media theory, communication theory and “material culture” • to have the ability to grasp the main phenomena that characterize today’s society and to know how to look at these critically, also from a social and ethical perspective, and to develop appropriate solutions in terms of the proposal/response of the project • knowledge of the historical and theoretical foundations of design • knowledge of the important sociological, semiotic and anthropological aspects • know how to present critical and planning analysis orally • know how to present written critical and planning analysis
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> • know how to apply the research methods and results in the project to the various areas of the project itself • develop a good independent judgment, both in the critical evaluation of their work and in the ability to use the appropriate interpretive tools with respect to the contexts where they are going to apply their own design practice and/or to continue their studies, assessing also the social and ethical aspects • communicate at a professional level and argue the reasons for their choices and justify them from a theoretical point of view
--	---

<p>Assessment</p>	<p>Assessment details for Module 1 – Visual Communication:</p> <p>— Final Presentation/Colloquium: The 10-minute public presentation covers the detailed explanation and verbal illustration of the final projects (in groups or individually). Furthermore, it analyzes the task and the process of the project from start to finish, defines the aims to be communicated and gives the reasons for the concepts and the final project.</p> <p>— Documentation: Consists of a complete documentation of texts, data and high-resolution images onto the project server of the university/Teams.</p> <p>— Final project/final project-prototypes: The prepared design of all tasks treated in the project individually and in groups. Generally the prototypes include: brand-icon and three <interventions> in a political context,; a vector animated explainer video (~1 min), an article with images on a political or societal topic (~3000 strokes), an ambient intervention.</p> <p>Assessment details for module 2 – Graphic Design: Oral and laboratory assessment. Oral assessment: Final exam consists of a presentation with which the student has to illustrate the research and the design process carried out during the semester. Laboratory assessment: Students are expected to deliver one copy of each artefact realized during the course.</p> <p>Assessment details for module 3 – Theory and Languages of Visual Communication:</p> <p>Intermediate exam / colloquium:.... 10-minute public presentation with two parts: Part one: it is compulsory to examine a profound investigation about a political contemporary topic (the student must propose the topic individually). The result of</p>
--------------------------	---

	<p>this research must be summed up in an essay which fulfills the standard requirements of a scientific essay.</p> <p>Part two: in a second step it is compulsory to find and develop minimum three ideas / concepts via methods of creativity, which transform the information of this political topic into suitable means and media of visual communication.</p> <p>Final exam: It is compulsory to create a story with images. The protagonist of this story is an object which represents political power. A three-dimensional installation on a table must be created, and this installation must convey the historical and cultural context of the protagonist. It is compulsory to use historical or / and contemporary photographs. It is not allowed to use typography. It is possible to use other media, but the student must explain in a logical way, why it was necessary to use this medium. The student must give an oral explanation about: idea, concept, message and the used media.</p>
Assessment language	The same as the teaching language
Evaluation criteria and criteria for awarding marks	<p><i>The evaluation of the single modules does not result in three separate marks, but will add up to the overall project evaluation. There is only one final overall mark for the project which is agreed by the three professors, who evaluate the project according to the following criteria:</i></p> <p>Evaluation criteria and criteria for awarding marks for Module 1 – Visual Communication: <i>Final exam (70%)</i> — (10 % of the final grade) Presentation/Colloquium: Clarity of the presentation and argumentation, vividness of the presentation tools, answering of questions — (90 % of the final grade) Final project/final project-prototypes/documentation: Clarity of the analysis and concept on the basis of prerequisites and research; level of the design quality of the project outcomes in relation to their complexity, originality, technical execution and the semester in which the project has been realized. It results from the average of 30% video; 20% installation; 20% article; 20% trademark.</p> <p>Evaluation criteria and criteria for awarding marks for module 2 – Graphic Design: · Final presentation of the projects/prototypes and documentation realized by the students during the course of graphic design and within the project of Visual Communication: evaluation of each assignment given during</p>

	<p>the semester (clarity, complexity, originality, technical execution). (55%).</p> <ul style="list-style-type: none"> · Evaluation of the GOG presentation (10%). <p>The remaining percentage of the final marks comes from the following criteria:</p> <ul style="list-style-type: none"> · Evaluation of the whole process and methodology developed by the student during the semester (15%) · Evaluation of participation and involvement of the student (team-working, ability of developing and claiming his/her own ideas, personal growth) (10%) · Intermediate presentation(s) of the exercises given during the semester will be taken into consideration for the final mark of the student (10%). <p>Evaluation criteria and criteria for awarding marks for module 3 – Theory and Languages of Visual Communication:</p> <p>Intermediate exam:.(40% of the final grade)... Recherche and essay:</p> <ul style="list-style-type: none"> - correctness of the analysis of the used sources - a logical structure of the text and a correct use of language – reference is the standard of a scientific essay. <p>Concerning the second part: degree of creativity and innovation of the ideas.</p> <p>Final exam:.(60% of the final grade). Concerning the installation will be examined:</p> <ul style="list-style-type: none"> - technical quality, which should be compareable with a professional praxis of a designer or artist. - Traceability of the story. - the research about the object, concept and installation must be argued in a logical way.
--	--

<p>Required readings</p>	<p>Module 1 – Visual Communication: https://login.unibz.it/cas/login?service=https%3A%2F%2Feu.alma.exlibrisgroup.com%2Finfra%2FcasRedirect?ctx=/leganto</p> <p>Module 2 – Graphic Design: Gilbert, A. 2016. <i>Publishing as Artistic Practice</i>. Berlin: Sternberg Press. Rawsthorn, A. 2017. <i>Design as an Attitude</i>. Zurich: Jrp Ringier Kunstverlag Daston, L. 2004. <i>Things That Talk: Object Lessons from Art and Science</i>. New York: Zone Books. Munari, B. 1992. <i>Da Cosa Nasce Cosa</i>. Bari: Laterza</p> <p>Module 3 – Theory and Languages of Visual Communication <i>Kloock, Daniela ; Spahr, Angela: Medientheorien. Eine</i></p>
---------------------------------	--

	<p>Einführung, München (W.Fink Vlg.) 2000 Helmes, Günter und Werner Köster (Hg.): Texte zur Medientheorie, Stuttgart 2002 (Reclam Vlg.) Mitchell, W.J.T.: Das Leben der Bilder, München 2008 (Verlag C.H.Beck) Luhman, Niklas: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1996 (Westdeutscher Verlag) Watzlawick, Paul: Man kann nicht nicht kommunizieren. Das Lesebuch, Bern 2016 (Hogrefe Verlag)</p>
<p>Supplementary readings</p>	<p>Module 1 – Visual Communication: Will be handed out during the course</p> <p>Module 2 – Graphic Design: Further readings will be provided during the course. Students will be expected to read, review and discuss short texts at the beginning or end of every lecture, and to participate and debate about the topics presented.</p> <p>Module 3 – Theory and Languages of Visual Communication: Marshall McLuhan: Die magischen Kanäle – Understanding Media, Basel (Verlag der Kunst - Fundus) 1995 - Maar, Christa; Burda, Hubert (Hg.): Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder, Köln (DuMont Vlg.) 2004</p> <p>additional readings will be offered in the reserve collection or as handouts in the seminar debates, if necessary</p>

Syllabus

Beschreibung der Lehrveranstaltung

Titel der Lehrveranstaltung	Projekt VK – C2 Designing for democracy
Code der Lehrveranstaltung	97090
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich der Lehrveranstaltung	Module 1: ICAR/13 disegno industriale Module 2: ICAR/13 disegno industriale Module 3: M-FIL/05 filosofia e teoria dei linguaggi
Studiengang	Bachelor in Design und Künste (L-4)
Semester	Sommersemester 2019/20
Studienjahr	2., 3.
Kreditpunkte	19 (Modul 1: 8 KP, Modul 2: 6 KP, Modul 3: 5 KP)
Modular	Ja

Gesamtanzahl der Vorlesungsstunden	180 (Modul 1: 90, Modul 2: 60, Modul 3: 30)
Gesamtanzahl der Stunden für das Eigenstudium und andere individuelle Bildungstätigkeiten	295 (Modul 1: ca. 125, Modul 2: ca. 93, Module 3: ca. 77)
Anwesenheit	nicht verpflichtend, aber empfohlen
Voraussetzungen	<i>Ab dem 3. Semester das Wup-Projekt und alle Wup-Kurse bestanden zu haben</i>

Kursbeschreibung und spezifische Bildungsziele: Modul 1 – Visuelle Kommunikation und Modul 3 – Theorien und Ausdrucksformen der VK	<p><i>Die Lehrveranstaltung zählt zum Bildungsbereich der kennzeichnenden Fächer (Modul 1 und Modul 2) sowie der Grundfächer (Modul 3) und ist Teil des Studienzweigs Design.</i></p> <p>KURSBESCHREIBUNG Kursbeschreibung Modul 1 – Visuelle Kommunikation: Das Projekt beschäftigt sich mit den Anforderungen an grafische Erscheinungsbilder und generell Visuelle Kommunikation für Institutionen. Welche Merkmale prägen ein >Corporate Design<? Wie verhält es sich gegenüber Markenentwicklung und >Branding<? Was sind die visuellen Kriterien für die Entwicklung von Zeichen? Was bestimmt einen Bildstil? In der >Visual Identity< strebt das Design an, Bedeutung und Selbstverständnis einer Institution sichtbar, damit in verschiedenen Medien wiedererkennbar zu machen. Erforderlich dafür ist eine grafische Übersetzung, die immer vereinfachend aber auch wandelbar ist. Das Designergebnis ist überzeugend, wenn darin der Wandel trotz der Einheitlichkeit gelingt.</p> <p>Im Projekt bearbeiten wir verschiedene Aspekte von</p>
---	---

	<p>Markengestaltung, visueller Kommunikation und >visual storytelling< zusammen mit dem Südtiroler Landtag. Unsere Aufgabe: Parlamentarische Demokratie für Jugendliche verständlich machen. Begleitet von thematischen Einführungen und praktischen Übungen entwickeln kleine Teams einen Entwurf argumentativ und gestalterisch bis zur Präsentationsreife.</p> <p>Die Lehrveranstaltung dient dem Erwerb von spezifischen beruflichen Kompetenzen.</p> <p>Bildungsziele Modul 1 – Visuelle Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erwerb einer Projektmethodologie im Bereich der Visuellen Kommunikation, von der Ideenfindung bis zur Realisierung des Projekts • Entwicklung einer individuellen und eigenständigen Arbeitsweise in den Projekten • Erwerb von Fachwissen und Fertigkeiten für das Design im Corporate Design/Branding • Erwerb von Fachwissen und Fertigkeiten für das Design in multimedialer Visueller Kommunikation • Erwerb von Grundkenntnissen einer Projektkultur im Design in allen ihren Teilen
--	--

Modul 1	Visuelle Kommunikation
Dozent	Christian Upmeier Büro F3.05.a, E-mail christian.upmeier@unibz.it, Tel. +39 0471 015213, Webseite https://www.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/5343-christian-upmeier
Wissenschaftlich disziplinärer Bereich des Dozenten	ICAR/13
Unterrichtssprache	Deutsch
Assistenz/Sprechzeiten	Dienstag, 14–17 Uhr (während der Projektstage)
Unterrichtszeiten und -tage	Montag, 14–17 Uhr; Dienstag, 9–12 Uhr
Auflistung der behandelten Themen	Gestaltung von Markenzeichen, Corporate Design, Konzeption, Werbung und Typografie
Unterrichtsform	Workshops, Vorlesungen, Projektarbeit und Zwischenpräsentationen

Modul 2	-> siehe Syllabus in englischer und italienischer Sprache
----------------	---

Modul 3	Theorien und Ausdrucksformen der VK
Dozent	Gerhard Glüher Büro F1.05 E-mail gerhard.glueher@unibz.it, Tel. +39 0471 015140,

	Webseite https://www.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/889-gerhard-glueher
Wissenschaftlich disziplinärer Bereich des Dozenten	M-FIL/05
Unterrichtssprache	Deutsch
Assistenz/Sprechzeiten	Montag von 14.00–16.00 Uhr; Donnerstag 09.00–11.00 Uhr und nach den Vorlesungen
Auflistung der behandelten Themen	- Medientheorien des 20. Jahrhunderts und der Gegenwart - Das Phänomen der Massenmedien - Kommunikationstheorie, insbesondere Bildkommunikation - Theorien zur visuellen Kultur der politischen Botschaft
Unterrichtsform	Vorlesungen, Übungen, Seminare

Erwartete Lernergebnisse	<p>Erwartete Lernergebnisse für Modul 1 – Visuelle Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> • In der Lage zu sein, ein Projekt im Bereich Visuelle Kommunikation zu konzipieren, zu entwickeln und auszuführen • In der Lage zu sein, Projekte im Bereich der Visuellen Kommunikation und der herkömmlichen Grafik (analog) analysieren, konzipieren und entwickeln zu können • In der Lage zu sein, Projekte im Bereich des Corporate Design/Branding analysieren, konzipieren und entwickeln zu können • Kenntnisse der technischen-wissenschaftlichen Aspekte des Designs im Corporate Design/Branding • In der Lage zu sein, Projekte im Bereich multimediale Visuelle Kommunikation analysieren, konzipieren und entwickeln zu können • In professioneller Weise ein eigenes Projekt im Bereich der Visuellen Kommunikation in Form einer räumlichen Installation, sowie mündlich und schriftlich vorstellen zu können • In professioneller Weise die Gründe der eigenen Entscheidungen kommunizieren und argumentieren und sie unter formellen, technischem Gesichtspunkt begründen zu können <p>Erwartete Lernergebnisse für Modul 3 – Theorien und Ausdrucksformen der VK:</p> <ul style="list-style-type: none"> • In der Lage zu sein, das erworbene theoretische Grundwissen in die Ausführung eines zu realisierenden Projekts im Bereich der Visuellen Kommunikation einzubringen mit besonderen Bezügen zu den wissenschaftlichen Bereichen Medientheorie, Kommunikationstheorie und Medienpolitik.
---------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> • In der Lage zu sein, die wichtigsten Phänomene der gegenwärtigen Gesellschaftsentwicklung wahrzunehmen, sie unter ethischen und sozialen Gesichtspunkt kritisch zu bewerten und geeignete Lösungen im Sinne einer projektbezogenen Antwort/Lösung zu finden • Kenntnisse der historischen und theoretischen Grundlagen des Designs • Kenntnisse wesentlicher soziologischer, semiotischer und anthropologischer Aspekte • Kritische und programmatische schriftliche Arbeiten mündlich vortragen können • Kritische und programmatische Arbeiten in schriftlicher Form abfassen zu können • Methoden und Forschungsergebnisse für das Entwerfen im Design auf den verschiedenen Ebenen der Projektkultur anwenden zu können • Eine gute persönliche Urteilsfähigkeit entwickelt zu haben, sowohl bei der kritischen Bewertung der eigenen Arbeit, wie auch bei der angemessenen Interpretation ihrer Anwendungsfähigkeit für den vorgesehenen Gebrauchszweck/Kontext und/oder das weiterführende Studium, unter der Berücksichtigung ethischer und soziale Gesichtspunkte • In professioneller Weise die Gründe der eigenen Entscheidungen kommunizieren und argumentieren und sie unter theoretischem Gesichtspunkt begründen zu können
--	---

<p>Art der Prüfung</p>	<p>Art der Prüfung – Modul 1 – Visuelle Kommunikation:</p> <p>— Endpräsentation/Kolloquium: Die öffentliche Präsentation von 10 Minuten Dauer umfasst die detaillierte Argumentation der eigenen Entwürfe (in Gruppen oder einzeln). Sie analysiert die Ausgangslage der Aufgabe, definiert die Kommunikationsziele, begründet das Konzept und erläutert den Entwurf.</p> <p>— Dokumentation: Besteht aus einer vollständigen Dokumentation von Texten, Daten und hochauflösenden Bildern auf den Projektserver der Universität/Teams.</p> <p>— Entwurf/Entwurfsmodelle: Der Entwurf ist die eigenständige Ausarbeitung aller Aufgaben im Projekt. Die Entwurfsmodelle umfassen ein Markenzeichen und drei ›Interventionen‹ im politischen Kontext: ein vektoranimiertes Erklärvideo (~1 min), einen Artikel mit Bildern zu einem politischen oder gesellschaftlichen Thema (~3000 Anschläge), eine räumliche Installation.</p> <p>Art der Prüfung – Modul 3 – Theorien und Ausdrucksformen der VK: Zwischenpräsentation/Kolloquium:</p>
-------------------------------	--

	<p>Die öffentliche 10minütige Präsentation umfasst zwei Aufgabenteile:</p> <p>eins: es ist verpflichtend, dass eine fundierte Recherche über ein politisches Thema (selbst auszuwählen) der Gegenwart gemacht wird. Das Ergebnis dieser Recherche muss in einem Text zusammengefasst werden, welcher allgemeinen wissenschaftlichen Ansprüchen genügt.</p> <p>Zwei: es ist verpflichtend, dass im nächsten Schritt mittels Kreativmethoden mindestens drei Ideen und Konzepte gefunden werden müssen, welche die Informationen des politischen Themas aus Aufgabenteil eins in passende Formen visueller Kommunikation übersetzt.</p> <p>Endprüfung:</p> <p>es ist verpflichtend, dass eine Geschichte durch Bilder erzählt wird, bei der ein Objekt politischer Macht im Mittelpunkt steht. Es wird eine dreidimensionale Installation auf einer Tischfläche inszeniert, die es ermöglichen soll, den historischen und kulturellen Kontext des Gegenstandes zu vermitteln. Dabei müssen auch historische oder aktuelle Fotografien verwendet werden. Es dürfen keine Schriftzeichen verwendet werden. Der Einsatz weitere Medien ist freigestellt, wenn erklärt wird, warum das verwendete Medium notwendig ist. Die Installation muss mündlich erklärt werden: Idee, Konzept, Botschaft und verwendete Medien.</p>
<p>Prüfungssprache</p>	<p>entspricht der Unterrichtssprache</p>
<p>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung</p>	<p>Die Bewertung der einzelnen Module führt nicht zu einer getrennten Benotung sondern fließt in die Gesamtbewertung des Projektes ein. Es wird eine Note für das gesamte Projekt und in Absprache zwischen den drei Lehrenden zugewiesen, welche das Projekt aufgrund folgender Kriterien bewerten:</p> <p>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung für Modul 1 - Visuelle Kommunikation:</p> <ul style="list-style-type: none"> — (10 % der Gesamtnote) Präsentation/Kolloquium: Klarheit des Vortrags, Schlüssigkeit der Argumentation, Anschaulichkeit der Präsentationsmittel, Beantwortung von Fachfragen — (90 % der Gesamtnote) Entwurf/Entwurfsmodelle/Dokumentation: Schlüssigkeit der Analyse und des Konzepts auf Basis der Vorgaben und der Recherche; gestalterische Höhe der Entwürfe unter Berücksichtigung ihrer Komplexität, Originalität, der technischen Ausführung und des Studiensemesters, in dem das Projekt bearbeitet wurde. Sie ergibt sich aus dem Mittel von 30% Video; 20% Installation; 20% Artikel; 20% Markenzeichen.

	<p>Bewertungskriterien und Kriterien für die Notenermittlung für Modul 3 - Theorien und Ausdrucksformen der VK:</p> <p>Zwischenprüfung (40% der Gesamtnote). Für den Teil der Recherche und des Essays:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Korrekte Auswertung der Quellen - ein logischer Aufbau des Textes, sachliche Sprachverwendung und Verwendung wissenschaftlicher Standards. <p>Für den zweiten Teil: Grad der Kreativität der Ideen.</p> <p>Endprüfung (60% der Gesamtnote). Für die Installation wird bewertet:</p> <ul style="list-style-type: none"> - technische Qualität, klarer Aufbau, die einer professionellen Design- oder Kunstpraxis entsprechen - Nachvollziehbarkeit der Geschichte - logische Argumentation der Recherche über den Gegenstand.
<p>Pflichtliteratur</p>	<p>Modul 1 - Visuelle Kommunikation: https://login.unibz.it/cas/login?service=https%3A%2F%2Ffeui.alma.exlibrisgroup.com%2Finfra%2FcasRedirect?ctx=/leganto</p> <p>Modul 3 - Theorien und Ausdrucksformen der VK: <i>Kloock, Daniela</i> ; Spahr, Angela: Medientheorien. Eine Einführung, München (W.Fink Vlg.) 2000 Helmes, Günter und Werner Köster (Hg.): Texte zur Medientheorie, Stuttgart 2002 (Reclam Vlg.) Mitchell, W.J.T.: Das Leben der Bilder, München 2008 (Verlag C.H.Beck) Luhman, Niklas: Die Realität der Massenmedien, Opladen 1996 (Westdeutscher Verlag) Watzlawick, Paul: Man kann nicht nicht kommunizieren. Das Lesebuch, Bern 2016 (Hogrefe Verlag)</p>
<p>Weiterführende Literatur</p>	<p>Modul 1 - Visuelle Kommunikation: Wird während des Kurses mitgeteilt</p> <p>Modul 3 – Theorien und Ausdrucksformen der VK:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marshall McLuhan: Die magischen Kanäle – Understanding Media, Basel (Verlag der Kunst - Fundus) 1995 - Maar, Christa; Burda, Hubert (Hg.): Iconic Turn. Die neue Macht der Bilder, Köln (DuMont Vlg.) 2004 - zusätzliche Literatur wird in der reserve collection bereitgestellt oder als Kopien / handouts in den Seminaren direkt bereitgestellt, falls erforderlich

Syllabus

Descrizione del corso

Titolo del corso	PROGETTO CV – C2 Designing for democracy
Codice del corso	97090
Settore scientifico disciplinare del corso	Module 1: ICAR/13 disegno industriale Module 2: ICAR/13 disegno industriale Module 3: M-FIL/05 filosofia e teoria dei linguaggi
Corso di studio	Bachelor in Design and Art (L-4) – Major Design
Semestre	Semestre invernale 2020/21
Anno del corso	2°, 3°
Crediti formativi	19 (Modulo 1: 8 CF, Modulo 2: 6 CF, Modulo 3: 5 CF)
Modulare	Si

Numero totale di ore di lezione	180 (Modulo 1: 90, Modulo 2: 60, Modulo 3: 30)
Monte ore totale di studio individuale o di altre attività didattiche individuali inerenti	295 (Module 1: circa 125, Module 2: circa 93, Module 3: circa 77)
Corsi propedeutici	<i>A partire dal 3° semestre aver superato il progetto WUP e tutti i corsi WUP</i>
Frequenza	non obbligatoria ma raccomandata

Descrizione progetto ed obiettivi formativi specifici: modulo 2 – Graphic Design	<p><i>Il corso si inserisce nell'area di apprendimento dei corsi "caratterizzanti" (modulo 1 e modulo 2) e "di base" (modulo 3) del curriculum in design.</i></p> <p>DESCRIZIONE DEL PROGETTO Descrizione del corso modulo 2 – Graphic Design: Una serie di lezioni ed esercitazioni laboratoriali con temi e argomenti direttamente collegati al tema principale del progetto di comunicazione visiva. Faremo ricerca e discuteremo con approccio critico, sviluppando concetti e scoprendo i principi e gli elementi della progettazione grafica. Il corso mira inoltre ad esplorare le potenzialità intrinseche degli oggetti (culturali, grafici) e la loro funzione narrativa. Qualsiasi oggetto se analizzato in dettaglio considerandone il suo contesto, materiali e significato, è in grado di raccontare una storia, diventando un pretesto di ricerca e un vettore narrativo: le tecniche di <i>storytelling</i> visivo saranno coinvolte per raggiungere gli scopi del progetto. Un'attenzione particolare è data allo sviluppo di una metodologia progettuale individuale per ciascun studente.</p> <p>Obiettivi formativi modulo 2 –</p>
---	---

	<p>Graphic Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - l'acquisizione delle conoscenze essenziali relative alla cultura del progetto da ogni suo punto di vista - l'acquisizione delle conoscenze di base essenziali per poter realizzare un progetto nel campo della comunicazione visiva - l'acquisizione delle conoscenze di base essenziali in merito alle tematiche tecniche e scientifiche della disciplina: design della comunicazione, progettazione editoriale, tipografia, branding, identità visiva, competenze fotografiche e di post-produzione.
--	--

Modulo 1	-> vedi syllabus in lingua inglese e tedesca
-----------------	--

Modulo 2	Graphic Design
Docente	Gianluca Camillini office F3.05.b, e-mail gianluca.camillini@unibz.it, tel. +39 0471 015249, webpage https://www.unibz.it/faculties/design-art/academic-staff/person/33908-gianluca-camillini
Lingua ufficiale del corso	Italiano
Orario di lezione	Mercoledì dalle 9 alle 13
Orario di ricevimento/assistenza	Martedì: 9:00–13:00 e 14:00–18:00 (durante gli orari di progetto) Mercoledì: 14:00–18:00 (durante gli orari di progetto)
Lista degli argomenti trattati	Storia del design, ricerca in design, metodologia progettuale tipografia, <i>branding</i> , progettazione grafica.
Attività didattiche previste	Lezioni frontali, esercitazioni, laboratori.

Modulo 3	-> vedi syllabus in lingua inglese
-----------------	------------------------------------

Risultati di apprendimento attesi	<p>Risultati di apprendimento attesi relativi al modulo 2 – Graphic Design:</p> <ul style="list-style-type: none"> - essere in grado di realizzare e finalizzare un progetto completo nel campo del design della comunicazione visiva, acquisendo le conoscenze di base sia in campo tecnico che scientifico - conoscenza degli aspetti tecnico-scientifici del design editoriale - conoscere gli aspetti tecnici nell'ambito della comunicazione visiva e della progettazione grafica, sia tradizionale (analogica) che multimediale (tipografia, lettering, layout, tecniche di illustrazione, information design, fotografia, trattamento di immagini e foto ritocco, video, motion graphics, social media managing)
--	---

	- comunicare ad un livello professionale, argomentando le proprie scelte motivandole sia dal punto di vista formale che tecnico
--	---

Metodo d'esame	Metodo d'esame relativo al modulo 2 – Graphic Design: Valutazione orale e laboratoriale. Orale: l'esame consiste in una presentazione con cui lo studente deve essere in grado di illustrare in maniera esauriente la ricerca e il processo progettuale intrapresi durante il semestre. Laboratoriale: gli studenti devono presentare una copia di ogni artefatto realizzato durante il corso.
Lingua dell'esame	corrisponde alla lingua d'insegnamento
Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto	Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto relativi al modulo 2 – Graphic Design: - Presentazione finale dei progetti/prototipi e della documentazione realizzata dagli studenti durante il corso di graphic design e all'interno del corso di comunicazione visiva. I seguenti criteri di valutazione saranno presi in considerazione per ciascun esercizio: chiarezza del concetto, complessità, originalità, esecuzione tecnica. (55% del voto) - Valutazione del GOG (10% del voto) La restante percentuale deriva dai seguenti criteri: - Valutazione del processo e della metodologia sviluppata durante il semestre (15%). - Partecipazione e coinvolgimento (team-working, abilità di sviluppo delle idee e di argomentazione, crescita personale – 10%). - Eventuali presentazioni intermedie degli esercizi (10%).

Bibliografia fondamentale	Modulo 2 – Graphic Design: Gilbert, A. 2016. <i>Publishing as Artistic Practice</i> . Berlin: Sternberg Press. Rawsthorn, A. 2017. <i>Design as an Attitude</i> . Zurich: Jrp Ringier Kunstverlag Daston, L. 2004. <i>Things That Talk: Object Lessons from Art and Science</i> . New York: Zone Books. Munari, B. 1992. <i>Da Cosa Nasce Cosa</i> . Bari: Laterza
Bibliografia consigliata	Modulo 2 – Graphic Design: Ogni altra lettura sarà fornita durante il corso. Gli studenti saranno tenuti a leggere e discutere brevi testi all'inizio o alla fine di ogni lezione frontale, partecipando al

	dibattito sui temi presentati.
--	--------------------------------