



Corso Triennale

Diploma Accademico di Primo Livello

Media Design

IED Cagliari

+ 50 anni di esperienza
11 sedi nel mondo
10.000 studenti all'anno
+ 100 nazionalità di provenienza
+ 200 corsi Triennali, Bienni
Specialistici, Master e
Formazione Continua
2.000 docenti



Media Design

Titolo rilasciato*	Diploma Accademico di I Livello in Design
Coordinatore	Antonella Arca
Durata	3 anni, full-time
Crediti formativi	180
Lingua di erogazione	Italiano
Partenza	Ottobre
Percorsi successivi	Diploma Accademico di II Livello, Master, Corsi di Formazione Continua

** Il titolo è riconosciuto dal Ministero per l'Università e la Ricerca, ed è equiparato ai titoli di Laurea di I Livello rilasciati dalle Università*

La professione

**Media Designer, Interaction Designer,
Experience Designer, Graphic & Visual
Designer, Web & App Designer,
Audio Visual Specialist.**

Il media designer è chiamato a realizzare contenuti, definire strategie e comporre il giusto mix tecnologico per affrontare la progettazione di sistemi, ambienti e prodotti, sia multimediali che interattivi, in ogni ambito della creatività. Utilizza strumenti e tecnologie - non solo digitali - per predisporre esperienze d'uso intuitive, emozionanti, significative. Collabora con enti, società e agenzie che svolgono attività negli ambiti della comunicazione integrata, della produzione e distribuzione di contenuti digitali, dell'intrattenimento e della valorizzazione dei beni artisticoculturali.

Il corso

Il percorso formativo sviluppa negli studenti le competenze e le capacità necessarie per operare in modo efficace e professionale nel complesso ambito della progettazione multimediale e interattiva, unendo cultura del design e innovazione tecnologica.

Suono, immagine, interattività, sono i poli su cui si fonda il corso in Media Design. Dall'immagine coordinata alle interfacce grafiche, dalle applicazioni per dispositivi mobili alle installazioni interattive, dal sound design alla realizzazione di contenuti audiovisivi e in computer grafica, dagli spazi performativi agli ambienti immersivi: l'utilizzo delle tecnologie digitali consente di definire nuove possibili relazioni fra ambienti fisici e contenuti interattivi.



Durante il triennio viene definito l'insieme delle conoscenze utili alla realizzazione di progetti in grado di associare etica ed estetica a un uso sostenibile degli strumenti tecnologici, predisponendo interazioni ricche e appaganti, nella continua ricerca di soluzioni innovative per conciliare bisogni e desideri dei futuri utilizzatori. Progressivamente si diventa inoltre pienamente coscienti dell'importanza ricoperta dalle diverse tecniche di presentazione – anch'esse materia del corso – utili a rendere più efficace la comunicazione del proprio progetto. Il percorso porta ad acquisire una solida metodologia progettuale che consente di affrontare progetti complessi, operando come singolo professionista o collaborando con le differenti entità coinvolte nel processo di realizzazione.

Coordinatrice del corso

Antonella Arca - Product Manager e Media Producer

Senior Product Manager in Buzzmyvideos, azienda britannica che conta nel proprio portfolio clienti multinazionali come VEVO, Warner Music, DAZN, AC Milan, London Business School. Qui dirige dal 2016 il team di sviluppo che si dedica alla creazione di tecnologie basate su machine learning dedicate alla gestione, ottimizzazione e monetizzazione dei contenuti sui canali Youtube. Una carriera iniziata con una laurea in ingegneria informatica, proseguita con una specializzazione in grafica e multimedia al Politecnico di Torino e un'esperienza come ricercatrice alla Universidad Politécnica di Madrid. Nel 2014 fonda Maketag, startup innovativa con focus sulle tecnologie video, successivamente acquisita da Buzzmyvideos.



Il modello didattico IED

Unico, innovativo e inclusivo

Metodologia e struttura

IED propone un **modello didattico unico**, realizzato grazie al network di tutte le sedi IED in Italia e nel mondo, che si configura come un **grande laboratorio di conoscenza condivisa** che di anno in anno si arricchisce.

Esperienze in aula ed esperienze digitali trovano il giusto grado di integrazione e **rendono possibile per ogni singolo studente di ogni sede** l'accesso a conoscenze e competenze che scavalcano ogni confine di città, regione e nazione.

Punti di forza del modello IED sono:

- **arricchire il percorso dello studente** con una didattica all'insegna dell'innovazione e della sperimentazione, fondata sul learning by doing e sulla cultura del progetto;
- **amplificare le opportunità** aumentando le esperienze didattiche interattive;
- **attivare una circolarità della conoscenza** condividendo le eccellenze didattiche del network;
- permettere agli studenti di **contaminare il proprio sapere con tutti i saperi affini** e di **costruire fondamenta solide** per affrontare progetti sempre più complessi.



Il percorso didattico si fonda sull'acquisizione delle conoscenze culturali, metodologiche, tecniche e tecnologiche e sulla loro applicazione attraverso lo sviluppo di progetti, in collaborazione con il mondo delle imprese, che permettono di misurarsi continuamente con il sistema produttivo e culturale.

I tre anni, articolati in sei semestri, sono strutturati in modo da far crescere progressivamente le capacità progettuali ed espressive degli studenti fino a raggiungere l'autonomia necessaria per affrontare il mondo della professione.

Il primo anno, propedeutico, è finalizzato all'acquisizione del **metodo** e degli strumenti tecnici, culturali e progettuali di base. La padronanza di metodo e strumenti aiuta lo studente a gestire il flusso creativo e a elaborare, analizzare e sintetizzare la realtà e le proprie idee, traducendo la creatività in progetti.

Il **secondo anno** si focalizza sulla sperimentazione e l'applicazione di metodo, strumenti e conoscenze teoriche in attività di progetto. Le discipline culturali e tecniche sono di supporto nello sviluppo del **processo** progettuale, generando una consapevolezza e una competenza sempre maggiore.

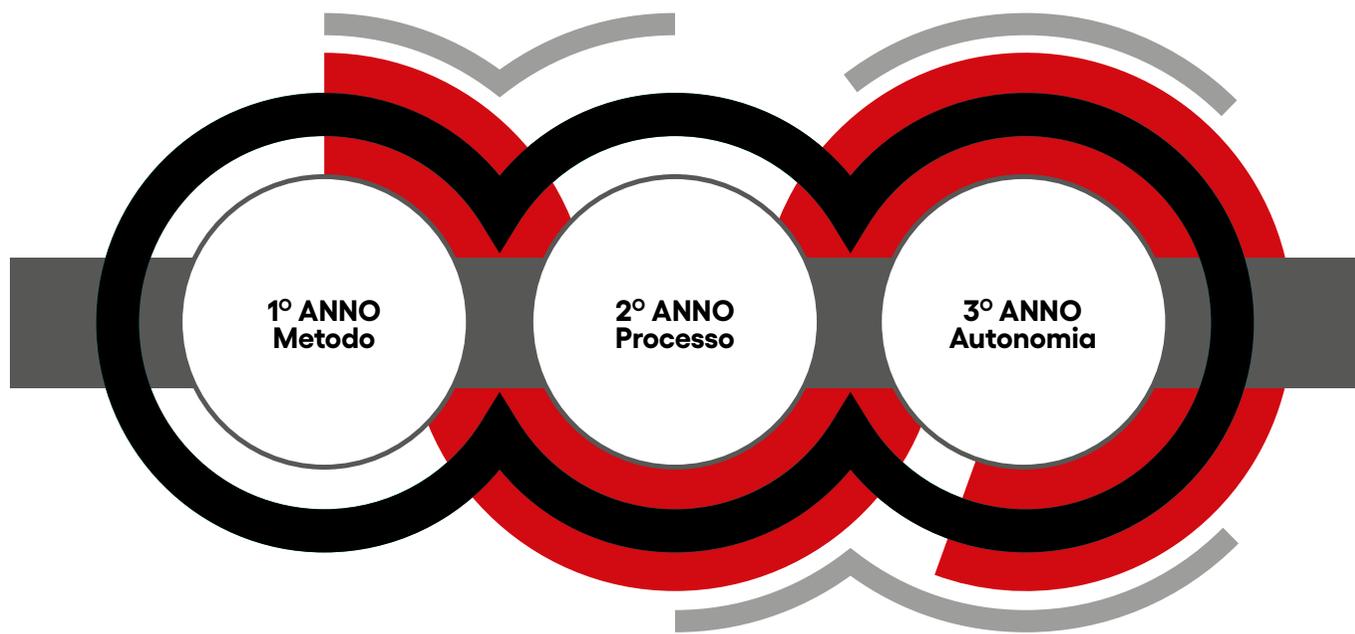
Il terzo anno è finalizzato all'acquisizione dell'**autonomia**: si concentra sulla progettazione avanzata, sull'approfondimento critico delle conoscenze e delle competenze progettuali, sull'affinamento degli strumenti per l'elaborazione e la comunicazione di progetto e delle soft skill necessarie per affrontare il mondo della professione.

Culmine e sintesi dell'intero percorso è il **Progetto di Tesi** dove gli studenti si misurano con le competenze e le conoscenze acquisite in un contesto di maggiore complessità.

Motore della didattica è una **faculty di 2000 docenti**, selezionati tra i migliori professionisti dell'industria creativa e dei settori più innovativi a livello internazionale. Il percorso triennale è integrato da workshop, concorsi, seminari, progetti speciali e attività trasversali che coinvolgono studenti provenienti da corsi e sedi diverse e contribuiscono a sviluppare un approccio multidisciplinare.

Gli studenti arrivano a questo traguardo arricchiti non solo di competenze e strumenti ma anche delle **opportunità**, della **circularità di conoscenze** e della **contaminazione di saperi** che il modello IED mette a loro disposizione.

- Discipline culturali e tecniche
- Aziende
- Progetto



L'esperienza IED Square

IED Square è una delle applicazioni concrete del modello IED: un'occasione di scambio culturale e di stimolo creativo che coinvolge per una settimana gli studenti dei terzi anni di tutte le **sedi IED Italia**.

1600 studenti di **tutte le sedi**, guidati da **100 docenti**, si confrontano in uno spazio interamente dedicato a loro e individuano insieme le direzioni di progetto e le tematiche delle Tesi, sintesi finale del percorso formativo.

Una maratona ispirazionale, organizzata in **sessioni online e offline** di conferenze, laboratori e workshop, che offre un punto di vista privilegiato sulle tendenze della contemporaneità grazie alla presenza di relatori di spicco, protagonisti della scena internazionale.





TAILOR TRIP



IED Italia Career Service

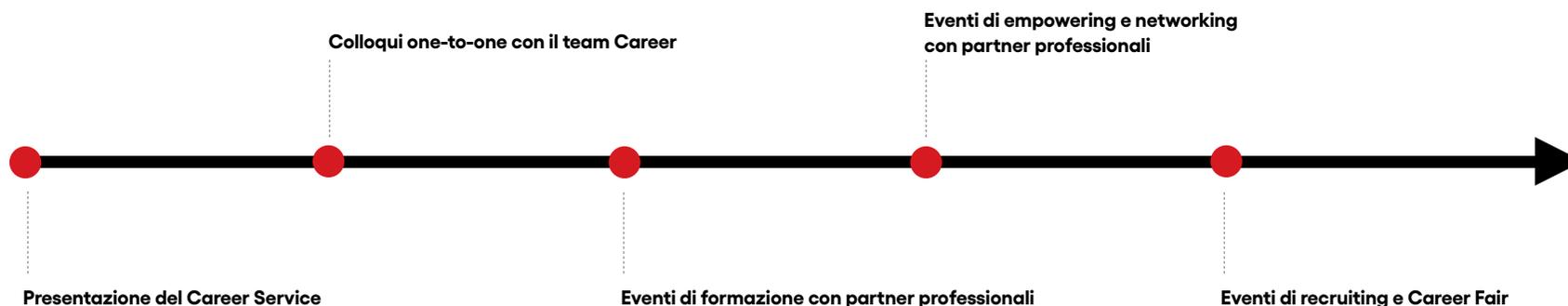
Il Career Service IED Italia, con un team di 14 persone distribuite in tutte le sedi, si prende cura di ogni singolo studente che passa nelle nostre aule. Lo fa attraverso un processo di accompagnamento, formazione e promozione che premia lo studente, l'azienda e la scuola stessa.

Il Career Service tiene monitorata, tutela e garantisce l'esperienza di ogni studente e studentessa durante tutto il periodo di stage avendo il contatto diretto con le aziende e offrendo supporto a ogni tirocinante in caso di dubbi o difficoltà.

Un anno di lavoro per il lavoro

Attraverso un **percorso personalizzato**, costituito da **incontri individuali**, ogni studente è accompagnato da una persona dello staff dell'Ufficio Career Service, che lo affianca per prepararlo e supportarlo **nell'ingresso al mondo del lavoro**. Gli incontri hanno l'obiettivo di mettere in evidenza le competenze acquisite e le attitudini personali di ciascuno studente, contribuendo a creare consapevolezza per sviluppare il giusto approccio verso il mondo del lavoro e costruire un curriculum vitae e un portfolio competitivi. Durante l'anno vengono organizzati momenti di confronto e scambio con le aziende, incontri di formazione come i **Career Talk**, con Monster e LinkedIn, professionisti del recruitment, che insegnano ai ragazzi ad affrontare in modo consapevole un colloquio di selezione e raccontano lo scenario presente e futuro delle professioni creative.

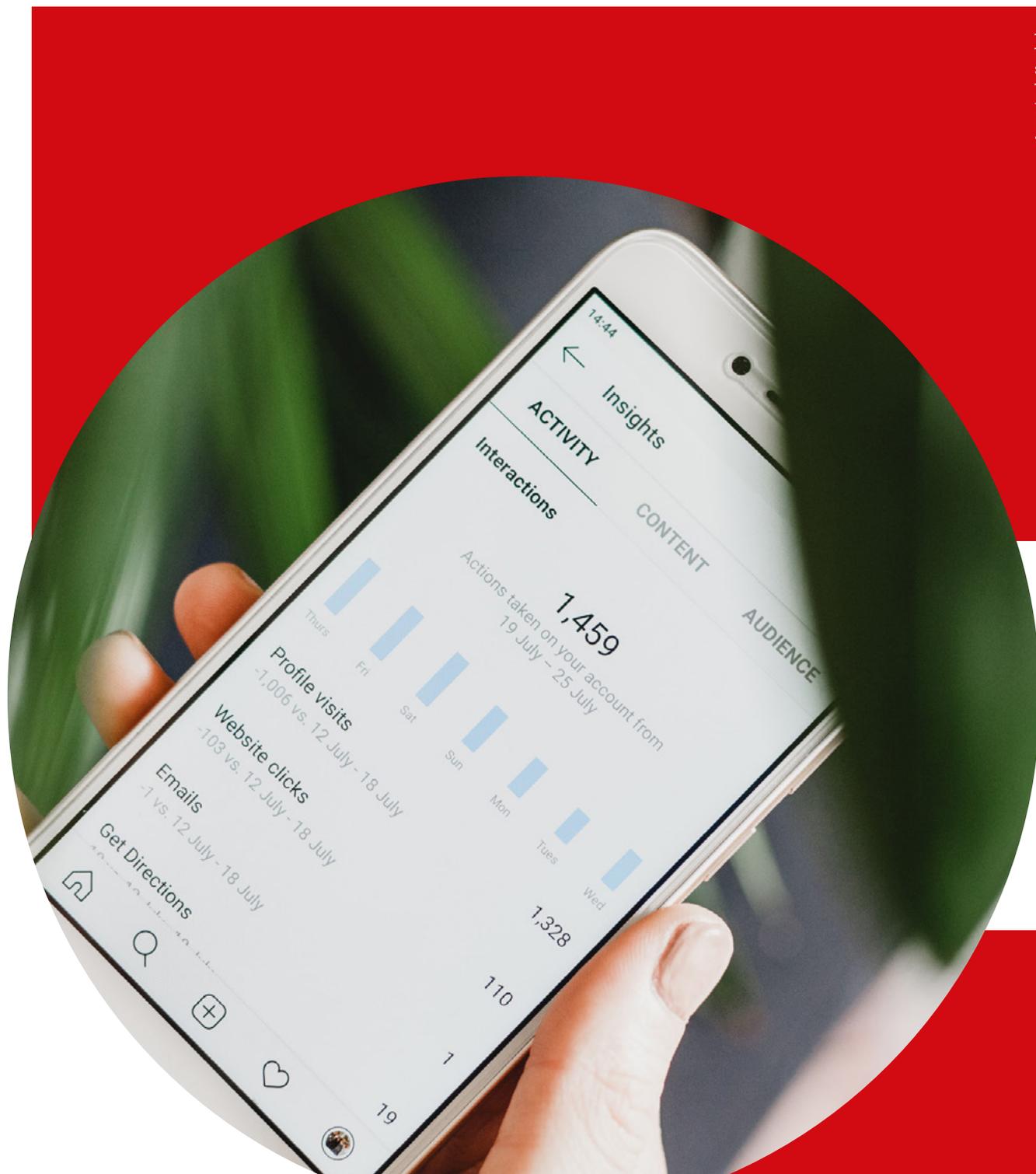
Il percorso culmina con la Career Fair, un appuntamento durante il quale gli studenti hanno la possibilità di presentarsi alle numerosissime aziende coinvolte e partecipare ai colloqui di selezione.



Le aziende

Il Network delle aziende partner cresce di mese in mese e comprende piccole e medie imprese, grandi multinazionali, top brand, studi di diverse dimensioni, e start-up innovative:

3M, Accenture, ADD, Alphaomega, Ambito 5, Armando Testa, Artemest, Attila, Auge, Azimut Benetti Group, BCube, Bigfish, Big Spaces, Boffi-De Padova, Borbone, Boston Consulting Group, BMW, Bottega Veneta, BTicino, Calvin Klein, Calzedonia, Canon, Cayenne, CBA Design, Ceres, Chapeaux, Cheil, Class Editori, Collezione Peggy Guggenheim, Condé Nast, Cortilia, Damiani, Davide Campari, Deep Blue, DDB, Deloitte, Diesel, Digital Angels, Doing, Doucal's Italy 1973, Dpr Eventi, Dude, Eataly Spa, EDI - Effetti Digitali Italiani, Egg Eventi, Elica, Ermenegildo Zegna, Etro, Falkensteiner Hotels, Fandango, F&P Group, Ferrari S.p.A., Filmmaster Events, Frankie Morello, Freedamedia, Futurebrand, Gas Jeans, Gessi, Giorgio Armani, Gi Group, Gruppo Alessandro Rosso, Gruppo Fonema, Hachette Rusconi, H-Art, Hearst Magazines Italia Spa, Heineken Italia, H-Film, Honda, H-57, HugoBoss, Ilva Saronno, Inditex, Interbrand, Itaca Comunicazione, Italdesign Giugiaro Spa, Ikea, Jimmy Choo, Kering Group, Key Adv, Lamborghini, Landor, La Sterpaia, La Triennale, Lavazza Group, Leagas Delaney, Leo Burnett, Les Copains, LIU-JO Spa, Live Nation, L'Oréal, Luxottica, LVMH, McLaren, M&C Saatchi, Magnolia, Maison Margiela, Max Mara Fashion Group, Maximilian Linz, McCann Eriksson, Mediaset, Milestone, Missoni, Moncler, Mondadori, Morellato, Moschino, Ms&L Italia, Nestlé, Nike, Ogilvy, Paul Smith, Pelikan, Piaggio, Piano B, Pinko, Piquadro, Poltrona Frau, Pomellato, Promotion Tag, Publicis Modem, RBA, Rcs, Redbull, Replay, Rmg Connect, Robilant Associati, Saatchi & Saatchi, Samsung, Sketchin Studio, Studio Patricia Urquiola, TBWA, Teikna Design, The Others, Tita, Tod's Group, Toyota, Ubisoft, Undercolors of Benetton, United-Grey, Univisual, Versace, Vivo Concerti, VF Corporation (Vans, The North Face, Timberland, Napapijiri, and more), We Are Social, Wella, Young & Rubicam.



Programma

1° ANNO

Storia dell'Arte Contemporanea

Lo studio della nostra cultura visuale ed estetica viene affrontato attraverso la sperimentazione e la ricerca artistica contemporanea, viste in rapporto alle innovazioni tecniche e tecnologiche e alle diverse forme di espressione e comunicazione. Dalla nascita della civiltà industriale di metà Ottocento, alla deformazione del quotidiano nel flusso giornaliero delle immagini veicolate dai media, dalla pubblicità, al cinema. Dai codici espressivi indipendenti delle avanguardie di inizio Novecento, alle connessioni segniche e culturali della metà del secolo scorso, fino alle più attuali espressioni di una realtà frammentata. In particolare si analizzano: la nascita dell'estetica e l'autonomia dell'arte; il mutamento del concetto di arte in relazione all'introduzione della macchina industriale; la nascita della fotografia e il rapporto con le tecniche tradizionali di rappresentazione; l'analisi storico-critica dei principali movimenti artistici del Ventesimo Secolo, finalizzata all'apprendimento dell'arte contemporanea come strumento di lettura stilistica delle immagini.

Teoria e analisi del cinema e dell'audiovisivo

Il cinema è indagato come sistema complesso in cui forme espressive e stili di rappresentazione sono il risultato di un nuovo ordine di organizzazione culturale e di una nuova esperienza del mondo. Sono illustrate le tappe principali della storia del cinema fino ai giorni nostri, attraverso il rapporto tra tecnologia ed estetica.

A partire dai film e non dalla storiografia critica esistente, il corso si concentra su alcune opere paradigmatiche, rappresentative di successivi sviluppi e tendenze contemporanee.

Le evoluzioni stilistiche, espressive e narrative del cinema sono in relazione con i progressi tecnologici dei mezzi di produzione e la conseguente evoluzione del linguaggio cinematografico.

Informazione per l'Arte: mezzi e metodi

Programmare, organizzare, comunicare e promuovere opere ed eventi culturali e multimediali prevede il coinvolgimento di diverse figure professionali. Questo, oltre allo specifico apporto creativo di ognuna, richiede capacità di gestione e coordinamento. Il corso fornisce allo studente gli strumenti necessari per affrontare la progettazione di opere multimediali. Durante lo svolgimento del corso viene simulato un progetto in tutte le sue fasi, con una visione interdisciplinare, tenendo conto degli aspetti allestitivi, di project management, marketing e ufficio stampa. I processi analizzati e sperimentati evidenziano, in modo particolare, la ricerca e la presentazione dell'identità dell'evento, sia rispetto alla sua specificità, e quindi alla committenza e al luogo, sia rispetto al pubblico.

Teoria della percezione e psicologia della forma

Un percorso nel mondo delle percezioni sensoriali e dei processi cognitivi. Il corso illustra le teorie scientifiche che spiegano il funzionamento dei nostri sensi e le correla alle ricerche della psicologia della forma. Sono affrontati principi di teoria del colore e, attraverso le scienze applicate, le tecniche per analizzare il rapporto tra oggetto, spazio e persona. La psicologia della forma mette in relazione i meccanismi percettivi con le problematiche legate all'uso della forma stessa e la conseguente elaborazione dei linguaggi creativi.

I fondamenti teorici permettono allo studente di analizzare i condizionamenti psicologici dei fruitori e il più complesso sistema produttivo ed espositivo dell'industria creativa.

Computer Graphic 1

Il corso fornisce gli strumenti e le tecniche basilari indispensabili per l'utilizzo del computer, apprendendo le funzioni fondamentali dei principali software di elaborazione delle immagini digitali, della grafica vettoriale e dell'information design.

Video Editing 1

Come ideare, realizzare, gestire e trasmettere un prodotto audiovisivo professionale. Si illustra il processo di elaborazione del video, dall'acquisizione alla sua esportazione. Vengono sviluppate competenze nell'uso delle tecniche relative all'assemblaggio di immagini e riprese, acquisite da fonti analogiche e digitali, nel montaggio e sincronizzazione dell'audio, nell'inserimento di tracce sonore, effetti speciali, titoli e sottotitoli, gestendo i principali software utilizzati nel settore.

Progettazione multimediale 1

Uno degli aspetti più rilevanti dell'era tecnologica è la multimedialità, cioè la combinazione di singoli elementi mediatici, strumentali e di contenuto di diversa forma. Oltre alle conoscenze tecniche, il corso fornisce gli strumenti metodologici per la realizzazione di prodotti e opere multimediali. Il corso ha un approccio pratico: vengono progressivamente individuate soluzioni a problematiche nella costruzione di prodotti integrati, complementari e interattivi, in rapporto alle potenzialità dei supporti e dei contesti per cui sono realizzati.

Grafica multimediale

Il corso fornisce gli strumenti e le tecniche per progettare e sviluppare soluzioni grafiche per prodotti multimediali off e on line a fini commerciali, divulgativi e artistici. Sono acquisite abilità tecniche e di esecuzione e capacità di aggiornamento dei contenuti, sviluppando padronanza degli elementi progettuali interattivi e sensibilità estetica.

Semiotica dell'Arte

Il corso affronta i rapporti fra contenuto, testi, immagini e i processi narrativi adottati dalle diverse forme della comunicazione visiva e dall'universo mediale. L'apprendimento metodologico consiste nell'esame dell'unità fra forma e contenuto, degli effetti estetici e dei regimi di fruizione. Il corso ha per oggetto l'analisi del processo comunicativo, di cui intende esaminare e smontare i meccanismi, utilizzando le metodologie messe a punto dalla semiotica nelle sue diverse correnti. Gli approfondimenti riguardano la comunicazione audiovisiva, in particolare il cinema e la comunicazione pubblicitaria.

Linguaggi multimediali 1

Sinestesia, mescolanza, ibridazione sono ormai termini consueti che identificano l'organizzazione contemporanea del sapere. Il percorso formativo è dedicato all'alfabetizzazione storico-teorica e pratica sulla multimedialità, con nozioni sugli scenari espressivi e sui campi di applicazione. Se ne studiano in particolare l'aspetto sinergico e quello della specificità dei contenuti, sia a livello concettuale che strumentale, nelle discipline dell'arte, dell'architettura, della comunicazione e nel settore dell'educazione e dell'intrattenimento.

2° ANNO

Computer Graphic 2

Le metodologie e le conoscenze strumentali acquisite nel primo anno sono approfondite attraverso l'utilizzo delle tecniche più avanzate della lavorazione dell'immagine e di videografica, applicate nella finalizzazione di un progetto completo. Il corso illustra i criteri metodologici di una progettazione multimediale incentrata sull'attenzione al fruitore. Partendo dall'analisi delle necessità implicite nella fruizione di un mezzo, o di un device digitale, viene illustrata la metodologia di analisi delle interfacce relative, passando dall'analisi alla progettazione.

Progettazione multimediale 2

Il programma amplia e applica le specificità tecniche acquisite complessivamente dallo studente nel primo anno e nelle discipline complementari di quello in corso, attraverso laboratori tematici. Lo studente deve dimostrare di aver acquisito una corretta metodologia nella realizzazione di progetti, con un maggiore livello di complessità e approfondimento.

Fenomenologia delle Arti Contemporanee

Il corso approfondisce lo sviluppo della fenomenologia come scienza o metodo che esplicita il rapporto fra la realtà e l'espressione degli artisti, permettendo di acquisire gli strumenti necessari all'interpretazione dei fenomeni artistici contemporanei nella loro connessione con i contesti storici e culturali e nel confronto con le dinamiche sociali. L'insegnamento aiuta a comprendere come le forme contemporanee della creatività si originano, si rappresentano e si percepiscono. Il corso intende proporre una lettura delle arti visive contemporanee analizzando pratiche, procedimenti e strategie di costruzione dell'immagine, mettendo in luce le implicazioni culturali di tali pratiche in una panoramica ampia

che attraversa molteplici tecniche e stili espressivi della nostra contemporaneità per incoraggiare lo sviluppo di una capacità di analisi e di critica.

Tecniche dei nuovi media integrati

Le opportunità offerte dalle nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione hanno portato alla convergenza dei media, delle telecomunicazioni e dell'informatica. Il fenomeno, illustrato nel suo sviluppo storico recente, è studiato in rapporto alle principali tendenze del settore ed esplora la sua applicazione nella comunicazione audiovisiva, affrontata con lo studio della sua evoluzione teorica e delle componenti tecniche di produzione.

Estetica dei new media

Il corso si focalizza sull'analisi delle estetiche multimediali, dalla loro prima formulazione a oggi, ponendo in rilievo il contributo determinante delle innovazioni tecnologiche nell'evoluzione della società e della cultura contemporanea. Si esaminano le reazioni suscitate dalle possibilità di riproduzione meccanica dei contenuti culturali che i mass media hanno aperto al loro apparire negli anni Trenta, e i nuovi mezzi, che permettono di instaurare una comunicazione interattiva "democratica". Inoltre, si analizzano i discorsi politici e sociali che ne derivano, ad esempio free software, hacktivism e plagiarismo. Vengono infine presentati nuovi utilizzi artistici dei media e di Internet, in Italia e all'estero.

Sistemi interattivi 1

Il corso fornisce le nozioni fondamentali per la progettazione e realizzazione di sistemi multimediali interattivi; illustra metodologie e teorie del rapporto suono-immagine nello spazio immersivo e del concetto di interazione uomo-macchina nell'arte e nel design.

L'obiettivo è di acquisire un proprio linguaggio espressivo e di una consapevolezza tecnica e metodologica, fornendogli una panoramica sulle principali tipologie sensoristiche, audiovisive e software per la progettazione dell'interattività. Particolare attenzione viene dedicata all'ideazione e alla realizzazione del progetto, attraverso un approccio multidisciplinare. Si affrontano la relazione coi contenuti acustici e visuali, il rapporto con lo spazio espositivo e le soluzioni tecniche. A una prima fase di analisi di alcune opere interattive, segue la definizione di un tema e il conseguente sviluppo e realizzazione dell'idea creativa. Durante il percorso didattico, è a disposizione un laboratorio attrezzato con gli strumenti – sensori, interfacce, telecamere, videoproiettori, sistemi di diffusione sonora – utili alla realizzazione del proprio progetto.

Net Marketing

Tra le discipline aziendali, il marketing è il punto di contatto principale tra un'azienda e i suoi clienti ed è il motore di crescita strategica all'interno di qualsiasi impresa. Il corso affronta da un punto di vista avanzato la gestione strategica nella pianificazione e nella valutazione delle decisioni di marketing, tenendo conto della specificità del campo di applicazione, delle modalità di consumo, distribuzione, promozione e commercializzazione nei media tradizionali e digitali. Il marketing è una lente indispensabile per osservare e comprendere il mondo della comunicazione e il suo funzionamento. Padroneggiare concetti base del marketing, dinamiche, tecniche e terminologia, permette al media designer di inquadrare il proprio lavoro all'interno di tutta la catena di un progetto di comunicazione e di dialogare con i propri interlocutori.

Tecniche di modellazione digitale - computer 3D

L'insegnamento comprende l'insieme dei saperi relativi al trattamento digitale delle immagini, in ambiente 3D. Le applicazioni vanno dalla realizzazione e ricostruzione di ambienti tridimensionali, alla progettazione e rappresentazione di oggetti e personaggi. Il corso affronta sia la rappresentazione artistico-espressiva, sia la prototipazione industriale professionale. Sono approfonditi i principali software per l'elaborazione delle immagini tridimensionali, utili per la modellazione delle superfici, l'assemblaggio di forme con unità elementari, la generazione automatica di prospettive, la creazione di prospetti e sezioni, ombreggiature, texturing delle superfici e rendering, e per la composizione di modelli virtuali come naturale evoluzione del bozzetto. Lo studente deve saper produrre e gestire immagini fotorealistiche statiche, postprodurre con fotoritocco e ambientare il progetto nel contesto.

Sociologia della Comunicazione

Attraverso lo studio dei processi mediatici e l'analisi delle forme emergenti di comunicazione, il corso fornisce le basi degli strumenti teorici, metodologici e tecnici per l'analisi dei processi comunicativi e mediatici, con riferimento a contenuti, linguaggi, forme organizzative e all'analisi del pubblico di riferimento. L'obiettivo principale del corso è illustrare le dinamiche che conciliano e spiegano il vissuto, le passioni, i desideri e il fare degli uomini con la cultura dei segni, che domina sovrana la modernità e le sue rappresentazioni.

3° ANNO

Teoria e metodo dei mass media

I contenuti del corso riguardano la ricostruzione storica, l'analisi strutturale e linguistica delle modalità di produzione e distribuzione della comunicazione di massa; i caratteri essenziali e le tipologie dei principali mercati dei media e i comportamenti strategici delle imprese che operano nei diversi campi. Le procedure riguardano vecchi e nuovi media, stampa, radio, televisione analogica, televisione digitale terrestre e satellitare, le varie forme di TV via web e mobile e i possibili futuri scenari.

Progettazione multimediale 3

La simulazione del percorso generativo di un preciso progetto multimediale viene sviluppata seguendo un proprio linguaggio espressivo mirato ad esprimere una matura consapevolezza tecnica e metodologica. La sperimentazione riguarda la convergenza di aspetti tecnologici, culturali e sociali nell'uso dei media e nelle pratiche artistiche. Lo studente deve dimostrare di aver acquisito autonomia operativa, capacità di effettuare scelte coerenti e argomentate e di sapersi rapportare con i diversi possibili committenti.

Fenomenologia delle Arti Contemporanee

Il corso prevede ulteriori approfondimenti, sia teorici che pratici, relativi alla progettazione di ambienti interattivi e spazi performativi che sviluppano le competenze acquisite nei precedenti anni di corso. Nuova rilevanza riveste il laboratorio di fabbricazione digitale e prototipazione elettronica, a disposizione per la realizzazione dei propri lavori, anche nell'ottica di una più strutturata collaborazione con i diversi corsi attivi.

Sistemi interattivi 2

L'obiettivo del corso consiste nello sviluppare la capacità di analisi per cogliere all'interno dell'evoluzione della specie umana e della società, soprattutto per quanto concerne la percezione del corpo e dello spazio, gli elementi che hanno influenzato le trasformazioni del design. Sono acquisite le conoscenze antropologiche di base sugli strumenti etnografici per sviluppare forme di osservazione e interpretazione e sui fondamentali dell'approccio antropologico alla cultura materiale, con particolare riferimento al rapporto tra corpo, spazio e cultura.

Linguaggi multimediali 2

Il corso affronta il concetto di mappa e mappatura dei linguaggi nello sviluppo della cultura contemporanea, in rapporto alla multimedialità, alla sua adozione nei territori di intervento sociale e partecipativo e in quelli artistici e performativi.

Progettazione multimediale 4

Le discipline progettuali del terzo anno affrontano temi che sono approfonditi in modo specifico da ciascun docente e che convergono in un laboratorio in cui le differenti specificità sono complementari per la realizzazione di un sistema di comunicazione complesso e articolato, propedeutico al Progetto di Tesi. Al laboratorio stesso afferiscono contributi di carattere metodologico, culturale, tecnico, specialistico. Il corso fornisce agli studenti una conoscenza completa delle modalità di produzione multimediale, dei ruoli ricoperti dai diversi agenti coinvolti e delle fasi organizzative della progettazione.



QUESTA SI CHE E' VITE

SCEGLI QUELLO CHE VUOI E POI

LASCIATELO
VERSARE.



DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE

Scuola di Progettazione Artistica per l'Impresa

Diploma Accademico di I Livello in Design

Cagliari

TITOLO INSEGNAMENTO	CF
1° ANNO	
Storia dell'Arte Contemporanea	6
Teoria e analisi del cinema e dell'audiovisivo	6
Informazione per l'Arte: mezzi e metodi	4
Teoria della percezione e Psicologia della forma	4
Computer Graphic 1	8
Video Editing	4
Progettazione multimediale 1	8
Semiotica dell'Arte	6
Teoria della percezione e Psicologia della forma	4
Linguaggi multimediali 1	6
Seminari interdisciplinari / Workshop interdisciplinari	4
Totale CF 1° Anno	60

2° ANNO	
Computer Graphic 2	6
Progettazione multimediale 2	10
Fenomenologia delle Arti Contemporanee	6
Tecniche dei nuovi media integrati	6
Estetica dei New Media	4
Sistemi interattivi 1	10
Net Marketing	4
Tecniche di modellazione digitale - computer 3D	4
Sociologia della Comunicazione	4
Corsi a scelta	4
Concorsi	2
Seminari interdisciplinari / Workshop interdisciplinari	2
Totale CF 2° Anno	60

3° ANNO	
Teoria e metodo dei mass media	6
Progettazione multimediale 3	10
Sistemi interattivi 2	10
Linguaggi multimediali 2	4
Progettazione multimediale 4	8
Corsi a scelta	6
Tirocini/Orientamento professionale	
Concorsi	4
Seminari interdisciplinari / Workshop interdisciplinari	
Lingua Straniera	2
Progetto di tesi	10
Totale CF 3° anno	60
Totale CF previsti nel triennio	180

Medical Interaction



Un network internazionale

IED si propone come realtà di formazione radicata sul territorio e come network internazionale con sedi in Italia, in Spagna e in Brasile. Può contare sulla collaborazione con numerose istituzioni accademiche distribuite in Europa, Asia, Stati Uniti e Canada, Australia, Nuova Zelanda e America Latina.

IED è un Istituto accreditato del programma **ERASMUS+**, che contribuisce al raggiungimento degli obiettivi dell'Istituto volti a implementarne la sua internazionalizzazione.

Grazie a questo programma, studenti, docenti e personale dell'Istituto hanno la possibilità di svolgere mobilità internazionali di breve e lungo periodo presso istituzioni partner, al fine di accrescere la propria formazione accademica e professionale.

L'Istituto è inoltre affiliato a prestigiosi network internazionali, quali **CAE** (Culture Action Europe), **CUMULUS** (International Association of Universities and Colleges of Art, Design and Media), **ELIA** (The European League of the Institute of Arts) e **WDO** (World Design Organization).

Mantiene inoltre rapporti con diverse associazioni accademiche internazionali fra cui **NAFSA** (Association of International Educators) ed **EAIE** (European Association for International Education), un ampio gruppo di istituzioni di diverse parti del mondo che completa e amplia la possibilità di prendere parte a esperienze di mobilità internazionale.

Grazie, infatti, ai numerosi accordi bilaterali con prestigiose università internazionali, gli studenti IED hanno la possibilità di partecipare non solo al programma Erasmus+ ma anche all'Exchange Study Program e quindi di frequentare un semestre di studio all'estero. Inoltre, a conclusione del percorso di studio, possono trascorrere un periodo di formazione all'estero, mediante la partecipazione alla mobilità Erasmus+ per tirocinio.



IED ALUMNI NETWORK

Parallelamente alle attività di Career Service, l'accompagnamento dei diplomandi nel mondo del lavoro si perfeziona con il programma ALUMNI: la community globale che conta oggi più di 100.000 ex studenti IED, rappresentanti di 100 diverse nazionalità, diplomati in tutte le sedi negli ambiti del Design, Arti Visive, Moda, Comunicazione, Management ed Arte.

Il programma si concretizza in attività, contenuti, privilegi e contatti ma soprattutto nella piattaforma IED ALUMNI NETWORK che è per gli Alumni un cuore pulsante, interattivo e presente oggi più che mai nella loro vita, popolato di relazioni e condivisioni; per i brand, le agenzie e le aziende, è un punto di contatto con i talenti IED dove presentarsi e selezionare con il team Career Service in modo davvero mirato i migliori candidati.

Come diventare studente IED

Giornate di orientamento e presentazione dei corsi

Durante l'anno sono programmate, online o nella sede prescelta, delle giornate di presentazione in italiano e in inglese, per conoscere nel dettaglio l'offerta formativa dell'Istituto, chiedere chiarimenti sui percorsi di studio e partecipare a workshop insieme a coordinatori, staff, partner ed ex studenti.

ied.it/openday

Borse di studio e agevolazioni

Al fine di sostenere i giovani creativi nell'impegno economico richiesto, IED attua una politica di agevolazioni tramite l'attivazione di borse di studio e un articolato sistema di finanziamenti a tasso agevolato. Per info, visita la pagina: ied.it/studiare-in-italia/corsi-triennali-e-post-diploma

Scopri come iscriverti

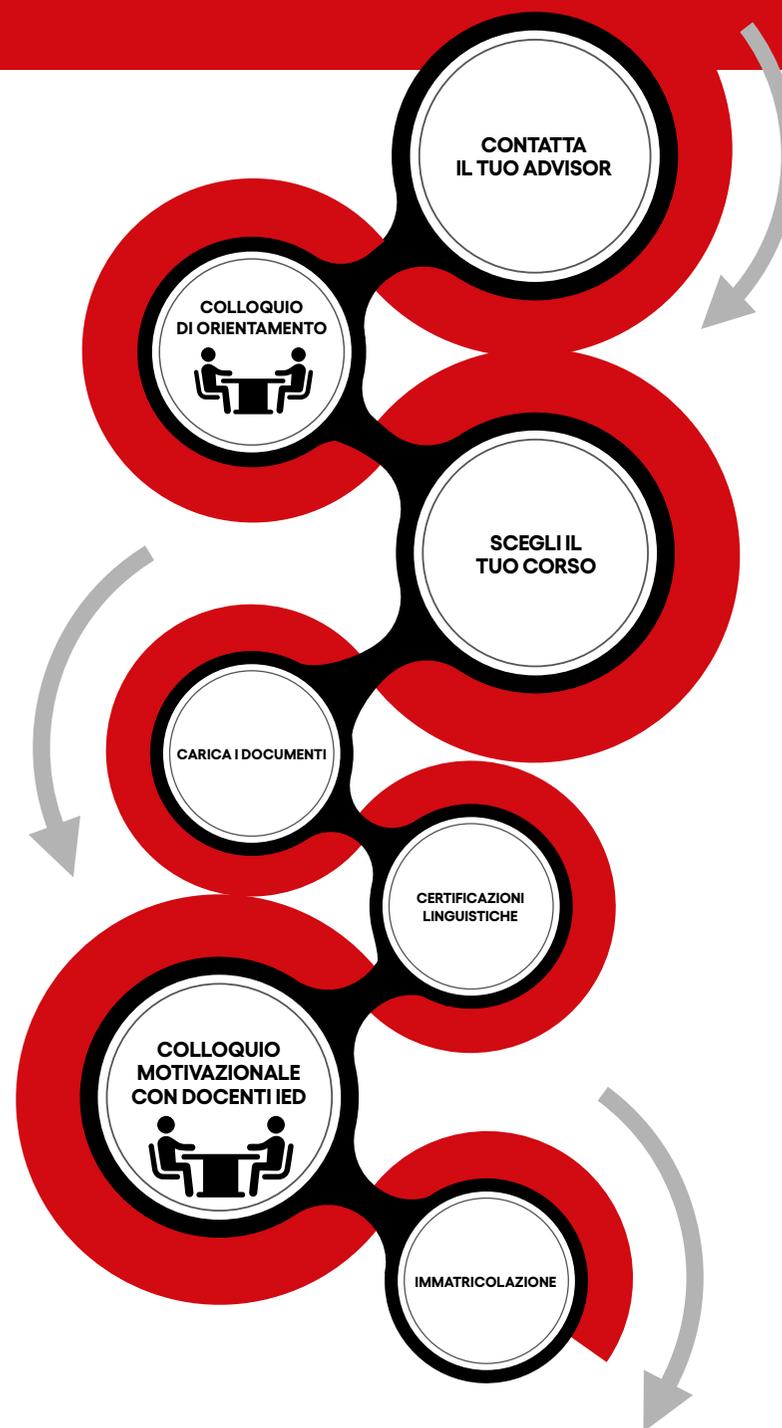


Ammissione e immatricolazione

Individuare la propria strada e il percorso di studi più adatto alle proprie inclinazioni può non essere facile. Per questo motivo, **un Admission Advisor sarà a tua disposizione** per capire qual è il corso più adatto a te e per supportarti in tutti i passaggi del processo di iscrizione.

Ecco gli step principali da seguire:

- **Contatta il tuo Advisor** dal sito IED, via mail o per telefono e prenota un colloquio di orientamento.
- **Inizia il processo di ammissione:** una volta ricevute dall'Advisor le credenziali per accedere alla tua area personale, carica i documenti necessari.
- Se necessario, dovrai sostenere un **test di lingua**.
- Il tuo Advisor ti fisserà un **colloquio motivazionale** con il Coordinatore o un docente del corso.
- Se ammesso, potrai finalizzare l'iscrizione e **sarai ufficialmente studente IED**.



**MILANO
BARCELONA
CAGLIARI
FIRENZE
MADRID
RIO DE JANEIRO
ROMA
SÃO PAULO
TORINO**

**ACCADEMIA A. GALLI – COMO
KUNSTHAL – BILBAO**