

Graphic Design (8 CFA)
prof. DURISHTI YLBERT
n. ore: 100

a.a. 2025/2026

OBIETTIVI

Il corso è finalizzato a sviluppare le capacità individuali dello studente nell'organizzazione della prassi progettuale nel campo del Graphic Design, con particolare attenzione alla progettazione di loghi e identità visive coordinate. Attraverso un percorso teorico-pratico, gli studenti acquisiranno competenze tecniche specifiche e autonomia nella progettazione visiva, imparando a gestire ogni fase del processo creativo, dalla ricerca iniziale alla realizzazione finale.

Nella prima parte, il focus sarà sull'analisi di case studies, brainstorming e moodboard per sviluppare concept creativi coerenti con l'area di indirizzo. Nella seconda parte, gli studenti applicheranno la metodologia progettuale nella creazione di un *Brand Identity*, mock-up e materiali applicativi, consolidando un approccio strategico che valorizzi i contenuti e rispetti le esigenze della comunicazione. Il corso combina metodo, intuizione e immaginazione, formando professionisti consapevoli e versatili.

CONTENUTI

Il corso accompagna gli studenti attraverso un percorso strutturato in diverse fasi per sviluppare un progetto grafico completo, combinando teoria e pratica.

- **Analisi di case studies, Mission e Vision**
Approfondimento di progetti di design contemporaneo e identità visive per comprendere approcci creativi, strategie di branding e metodologie progettuali.
- **Brainstorming e moodboard**
Sessioni di brainstorming per la generazione di idee creative e sviluppo di moodboard utili a definire il concept visivo di un nuovo brand, con riferimenti stilistici coerenti.
- **Psicologia della forma e del colore**
Approfondimento delle relazioni cromatiche tra sintesi additiva e sintesi sottrattiva (RGB e CMYK), del cerchio di Itten e dei principi della Gestalt, utilizzando il colore e le forme per creare identità visive coerenti e coinvolgenti.
- **Progettazione di loghi**
Introduzione ai principi del logo design, con esercitazioni su Adobe Illustrator per creare loghi che combinino forme, colori e tipografie in modo coerente e funzionale.
- **Slogan e payoff**
Definizione della strategia comunicativa del brand, integrando slogan, payoff e messaggi chiave per trasmettere valori e identità con coerenza narrativa.
- **Mock-up e materiali applicativi**
Progettazione di mock-up per applicazioni pratiche come packaging, siti web e merchandising. Integrazione di loghi, palette cromatiche e tipografie per simulare contesti reali.

- **Layout e impaginazione**

Studio delle griglie di impaginazione e della gerarchia visiva per organizzare i contenuti. Creazione di layout coordinati che verranno presentati e valutati per coerenza ed efficacia comunicativa.

- **Brand Manual**

Creazione di un manuale d'identità visiva che includa linee guida sull'uso del logo, colori, tipografie e applicazioni su diversi supporti, fornendo una visione strutturata e professionale del progetto.

Il corso permette agli studenti di affrontare tutte le fasi del processo creativo, sviluppando competenze tecniche e strategiche per realizzare progetti visivi coerenti e di qualità.

PREREQUISITI

È richiesta dimestichezza con l'uso del computer e una minima esperienza con strumenti di editing immagini semplici, come Canva o Photopea. Non è necessaria conoscenza di software avanzati, poiché il corso approfondirà Adobe Photoshop per il ritocco immagini e Adobe Illustrator per grafiche vettoriali e Adobe InDesign per l'impaginazione. Graditi un approccio al disegno a mano libera, precisione, creatività e capacità organizzative per affrontare le diverse fasi progettuali.

BIBLIOGRAFIA

Testi di riferimento:

- *AMBROSE GAVIN e HARRIS P.*, Il manuale del graphic design, *Zanichelli, Bologna, 2009.*
- *MUNARI BRUNO*, Da cosa nasce cosa, *Laterza, Roma, 2017.*
- *MUNARI BRUNO*, Fantasia, *Laterza, Roma, 2017.*
- *WHEELER ALINA*, Designing Brand Identity, *Wiley, Hoboken, 2017.*
- *FALCINELLI RICCARDO*, Figure. Come funzionano le immagini dal Rinascimento a Instagram, *Einaudi, Torino, 2020.*

Testi di approfondimento:

- *APPIANO AVE*, Comunicazione visiva, *UTET, Torino, 2008.*
- *VIGNELLI MASSIMO*, The Vignelli Canon, *Lars Müller Publishers, Baden, 2010.*
- *PROVANA ROBERTO*, Il design del gusto, *Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2013.*
- *FALCINELLI RICCARDO*, Cromorama. Come il colore ha cambiato il nostro sguardo, *Einaudi, Torino, 2019.*
- *BRESCIANI SABRINA e EPPLER MARTIN J.*, Visual Communication Design: Gestione del progetto con le immagini, *Hoepli, Milano, 2023.*

ESAME FINALE

L'esame consiste nella presentazione di un progetto riassuntivo, sia in formato digitale (PDF) sia stampato e rilegato. Gli studenti dovranno presentare due proposte di logo e materiali applicativi sviluppati nella prima parte del corso, oltre a un Brand Manual completo con linee guida dettagliate. La valutazione includerà gli elaborati realizzati durante l'anno, una relazione sul processo progettuale e un progetto finale che dimostri l'applicazione completa delle competenze apprese.

DOCENTE

Classe 1980, Ylbert Durishti è artista multimediale, docente e graphic designer attivo nel Design della comunicazione, con oltre sedici anni di esperienza accademica. Si forma all'Accademia di Belle Arti di Brera a Milano, dove conclude gli studi nel 2006 e avvia subito la propria attività di tutor alla didattica.

Dal 2008 al 2025 è docente curricolare presso l'Accademia di Belle Arti ACME di Milano, iniziando con i corsi di Web Design base e avanzato. Nel tempo estende l'insegnamento a Metodologia Progettuale della Comunicazione Visiva, Metodologia della progettazione, Sistemi Interattivi, Progettazione di Software Interattivi e Multimedialità per i beni culturali e la didattica museale, svolgendo attività continuativa per oltre sedici anni.

Nel 2010 fonda Ylbis Studio, di cui è art director fino al 2022, sviluppando progetti per startup, eventi culturali e organizzazioni del terzo settore. Cura cataloghi di mostre, siti web e identità visive coordinate, costruendo ecosistemi di marca e sistemi di comunicazione coerenti su più touchpoint. La sua ricerca visiva, ispirata alla filosofia open source, è orientata a un design accessibile e inclusivo, che promuove partecipazione, condivisione e consapevolezza sociale.

Tra il 2012 e il 2019 cura Ecoismi, progetto di arte contemporanea nato all'Accademia di Brera e sviluppato nell'hinterland milanese, coinvolgendo giovani artisti internazionali in installazioni site-specific sul rapporto tra arte, natura e territorio. In questo ambito sperimenta la comunicazione per gli ambienti e per lo spazio pubblico, progettando sistemi visivi e narrazioni a servizio della pubblica utilità.

Dal 2018 al 2025 collabora come docente con il Politecnico di Milano nei master di primo e secondo livello "PolisMaker", dedicati ai processi di trasformazione urbana e territoriale, portando competenze di comunicazione visiva, art direction e project-driven design in progetti di rigenerazione e pianificazione. In parallelo partecipa al Mi Generation Camp del Comune di Milano, tenendo corsi di Grafica e Web Design per giovani creativi.

Come artista prende parte a numerose mostre in Italia e all'estero, realizzando installazioni multimediali e interattive che spesso abitano lo spazio urbano. Tra queste, l'opera grafica-optical permanente #thecutline in Largo Bigatti a Milano (2019), realizzata nell'ambito del programma di rigenerazione urbana Lacittàintorno promosso da Fondazione Cariplo, ridefinisce l'esperienza del luogo attraverso segni grafici e percezione visiva.

Dal 2024 è docente presso l'Accademia di Belle Arti L'Aquila, dove insegna Graphic Design, Web Design, Elementi di grafica editoriale, Grafica multimediale e nei Percorsi di formazione iniziale insegnanti. In questo contesto promuove un approccio etico e collaborativo, esplorando le potenzialità degli strumenti digitali nella didattica delle discipline artistiche, con particolare attenzione all'innovazione metodologica e alla riflessione sui linguaggi della comunicazione visiva.