

Master Universitario in PROGETTAZIONE E MANAGEMENT DEL MULTIMEDIA PER LA COMUNICAZIONE – A.A. 2021/2022

Titolo della tesi: Costruire l'identità di un brand: l'importanza della scelta degli elementi nella progettazione grafica

Autore: Alessia Amorotti

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo illustrare e commentare con una metodologia analitica il percorso creativo svolto nei tre mesi di attività di tirocinio presso l'agenzia ospitante *Komunicando*, sulla base degli strumenti concettuali e operativi appresi durante il mio percorso di studi.

La tesi ha come argomentazione cardine la comunicazione visiva in relazione alla figura professionale del graphic designer.

Partendo dal concetto di identità di un brand e di percorso creativo, ho successivamente delineato una panoramica della nozione di comunicazione visiva, entrando nel merito della composizione grafica e dei suoi principi al fine dello sviluppo coerente di un progetto, citando il caso di studi del designer svizzero Josef Müller-Brockmann (con esempi pratici a sostegno).

Infine, sono andata ad illustrare il concetto di percezione visiva degli elementi grafici, quindi immagini e colori, con riferimento alla psicologia della Gestalt, regola dei terzi, psicologia del colore e color wheel.

Per poter comprendere al meglio l'elaborato teorico, ho inserito grafiche di supporto relative ad alcuni lavori svolti assegnatomi dal tutor aziendale.

Come prima esperienza nella realtà lavorativa del settore comunicativo ho trovato un ambiente molto stimolante e dinamico, con la consapevolezza che l'apprendimento di nuove conoscenze e lo sviluppo di nuove competenze è una continua crescita verso il raggiungimento di nuovi obiettivi.