



Progettazione di Spazi Espositivi

Guida del corso

Specifiche del Corso

Durata: 3 mesi - 50h

Modalità di frequenza: infrasettimanale, 1 volta a settimana, 4 ore dalle 09:30 alle 13:30

Target: diploma di scuola media, diplomati, laureati e chi ha già qualche esperienza nel settore.

Modalità di frequenza: il corso è basato su una combinazione di lezioni frontali teoriche e attività pratiche. Il corso è tenuto da docenti che lavorano nel settore: questo permette agli allievi di apprendere metodi e tecniche di alta formazione all'avanguardia.

Tipologia: T/P

CFA: 4

Lingua: italiano

Sede: Accademia Belle Arti Sanremo

Obiettivi

Formare l'interior designer che intende ampliare le sue conoscenze tecniche e progettuali in questo settore, ma anche a studenti che hanno concluso un'esperienza didattica nell'ambito del brand management e desiderano acquisire nuovi strumenti utili alla comunicazione del prodotto tramite exhibition. Questa figura professionale a termine nel percorso saprà raccontare un'azienda nelle sue qualità storiche e culturali più profonde, trasferire ai clienti le ragioni progettuali di un nuovo prodotto, spiegare l'arte al vasto pubblico, coinvolgere il visitatore nell'esperienza di un museo o di un'installazione temporanea.

Programma

- Spazi temporanei spazi museali spazi permanenti. Introduzione alle diverse tipologie di progettazione per spazi permanenti e spazi temporanei; Analisi degli stili progettuali negli anni (legati alla moda e alle tendenze dei periodi).
- Differenze macroscopiche di utilizzo dei temporanei.
- Analisi del brand e del briefing. Studio del brand e del messaggio che vuole essere trasmesso sul prodotto. Analisi degli interventi pubblicitari esistenti e in corso.
- Analisi del briefing e del rapporto immagine/prezzo.
- Gli spazi ed i percorsi. Studio degli spazi, dei percorsi e delle loro aree. Scoprire con particolari che risaltino il prodotto. Messaggi di comunicazione impliciti.
- Materiali e costruzioni. Ricerca dei materiali e delle finiture. Servizi aggiuntivi, servizi audiovisivi e messaggi pubblicitari. Interazione tra progettista, designer, servizio e committente finale.
- Realizzazione del progetto finale.
- Presentazione al committente e ordinativo finale. Coordinamento progettuale e costruttivo.
- Analisi del progetto finito.

Valutazione: Al termine del corso ogni studente dovrà sostenere un esame finale con presentazione del progetto.

Figure professionali: Progettista di Spazi Espositivi, Progettista di spazi museali, Progettista di spazi fieristici, Progettista di mostre