Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI TECNICHE E METODI DI RAPPRESENTAZIONE DEL PROGETTO

SETTORE SCIENTIFICO

ING-IND/15 (IIND-03/B)

CFU

6

OBIETTIVI

/**/
Il corso ha la prerogativa di fornire un’adeguata metodologia per la rappresentazione e comunicazione del progetto, indipendentemente dalla sua tipologia, sia esso di design del prodotto, di fashion design, di design della comunicazione, ecc. L’approcio è centrato sulla pianificazione della strategia comunicativa più opportuna affinché il progetto possa risultare efficace ed auto-esplicativo, cercando di esaltarne le caratteristiche peculiari, integrando le varie tecniche e considerando i vari output possibili nei vari media.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/
Conoscenza e capacità di comprensione

Comunicare e rappresentare il progetto vuol dire anzitutto comprenderne meglio le potenzialità, i limiti, i punti di forza e debolezza, le sue logiche, il suo impatto all’interno dello scenario contemporaneo, la sua forma e materiali, i key-facts. Lo studente dovrà quindi acquisire innanzitutto una capacità critica adeguata, una buona capacità di ricerca e acquisizione di modelli di rappresentazione e comunicazione, un’attitudine all’analisi e alla narrazione visiva e testuale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso le video-lezioni lo studente apprenderà una serie di nozioni relative la ricerca dei modelli di comunicazione, l’identificazione della strategia e dei prodotti per la rappresentazione del progetto, la codificazione di un linguaggio visivo univoco e identitario, la scelta della narrazione e dei media. Si passerà dalla scelta di un concept di comunicazione e di uno storyboard per i vari prodotti, fino alla composizione e impaginazione dei vari elementi.

Autonomia di giudizio

Lo studente al termine del corso dovrà essere pienamente in grado di osservare l’efficacia comunicativa del prodotto al destinatario finale, data dalla rappresentazione del progetto. Dovrà altresì essere capace autonomamente di ripercorrere il percorso metodologico, controllando le scelte nella varie fasi. Rappresentare e comunicare un progetto è

esso stesso progetto.

Abilità comunicative

Attraverso le lezioni lo studente acquisirà un lessico proprio del design della comunicazione legato al prodotto e al fashion, che gli consentirà di focalizzare e sostenere il percorso di ricerca e trasformarlo nell'individuazione del concept di rappresentazione e poi nello storytelling finale.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà approfondire gli argomenti trattati con proprie analisi, ricerche e sperimentazioni in modo da allenare in maniera sempre più precisa la propria attitudine alla rappresentazione e narrazione del progetto, fino alla codifica di un proprio metodo di comunicazione.

MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI (INDICARE LE MODALITÀ E GLI INSEGNAMENTI CON I QUALI SARÀ NECESSARIO RACCORDARSI)

/**/
Il corso si potrà raccordare con i corsi di Design del prodotto, attraverso la rappresentazione e comunicazione di progetti di Design elaborati nel suddetto corso. Inoltre potrà essere messo in relazione con la materia Informatica per il Design, poiché l'utilizzo dei software esplorati nella citata materia, potrà essere utile, anzi indispensabile alla rappresentazione del progetto, soprattutto considerandone gli aspetti innovativi.

AGENDA

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni.

Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione 52 di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

Attività di didattica erogativa (DE) 36 Videolezioni + 36 test autovalutazione; Impegno totale stimato: 36 ore Attività di didattica interattiva (DI) Revisione elaborati intermedi; Redazione e verifica degli elaborati intermedi; Partecipazione a web conference; Revisioni elaborati finali. Totale: 6 ore Attività di autoapprendimento 108 ore per lo studio individuale Libro di riferimento Testi suggeriti: B.Munari, Design e comunicazione visiva; ed. Laterza; B.Munari,

Fantasia; ed. Laterza; B.Munari, Good Design; ed. Corraini; Riccardo Falcinelli, Critica portatile al visual design; ed Einaudi “Stile Libero”; J.Maeda, Le leggi della semplicità; ed. Mondadori; A.Frutiger, Segni e Simboli; Stampa alternativa e Graffiti; D’Arcy Thompson, Crescita e Forma; ed. Universale Bollati Boringhieri; J.Chevalier, A.Gheerbrant, Dizionario dei simboli; ed. Bur Rizzoli; G. Di Napoli, I principi della forma, ed. Piccola Biblioteca Einaudi; D. Baroni, M.Vitta, Storia del design grafico, ed. Longanesi; S. Rendgen, P. Ciuccarelli, R. S. Wurman, and S. Rogers, Information Graphics, ed. Tschen Timothy Samara, Elementi di grafica, Logos 2009 Mariuccia Teroni, Manuale di grafica e stampa, Apogeo 2009 Riccardo Falcinelli, Guardare Pensare Progettare, Stampa Alternativa & Graffiti 2011 Gavin Ambrose-Paul Harris, Packaging the Brand: The Relationship Between Packaging Design and Brand, AVA publishing

PROGRAMMA DIDATTICO

1 - Rappresentazione degli oggetti in realtà virtuale 2 - Sistemi di Interazione e Visualizzazione 3 - Sistemi di Input 4 - Dispositivi di Output 5 - Ambienti di programmazione e sviluppo 6 - Sistemi grafici e unità di calcolo 7 - Mixed Reality 8 - Simulazione delle attività produttive 9 - Tecniche di prototipazione virtuale 10 - Software per le simulazioni in ambiente virtuale immersivo 11 - Software per la gestione dei dispositivi 12 - Software di Human Modelling 13 - Software Classic Jack 14 - Analisi ergonomica con il software di Human Modelling 15 - Progettazione concettuale per la qualità 16 - Virtual Design 2 17 - Simulazione delle attività produttive in ambiente virtuale 18 - La fabbrica digitale 19 - Setup del software di simulazione 20 - Virtual Prototyping 21 - Virtual Prototyping e prototipazione rapida 22 - Metodologia 23 - L'uomo nel progetto 24 - Applicazione della metodologia 25 - Analisi delle operazioni di manutenzione 26 - Approccio ViRstperson e Virtual Design 2 27 - Definizione del rischio 28 - La gestione del rischio 29 - Safety Management System 30 - Fire Safety Engineering 31 - Storia della grafica - L'evoluzione del manifesto e della grafica aziendale dal dopoguerra 32 - Storia della grafica - Esperienze visuali in Italia e Op Art 33 - Storia della grafica - La grafica editoriale 34 - Storia della grafica - L'eta' dell'informazione: dal 1969 agli anni 90 35 - Storia della grafica - La grafica aziendale 36 - Storia della grafica - La rivoluzione digitale