

PROGRAMMA DEL CORSO DI DESIGN DEL PRODOTTO 1

SETTORE SCIENTIFICO

ICAR/13

CFU

14

OBIETTIVI

Il corso vuole introdurre gli studenti alla progettazione del prodotto di design inteso come oggetto portatore di cultura e di sapere. L'approccio al progetto avverrà attraverso l'individuazione di una emergenza progettuale intesa come problematica per la quale lo studente potrà avanzare, dopo un'ampia e strutturata ricerca e analisi tipologica, una ipotesi progettuale.

L'obiettivo finale del corso sarà sintetizzare nel progetto il carattere innovativo, la relazione con l'utente, la reale fattibilità tecnica e la sua riproducibilità.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

- Conoscenza e capacità di comprensione: Lo studente dovrà acquisire anzitutto una capacità di ricerca e di indagine sulla tematica individuata; ciò avverrà attraverso un'analisi dell'esistente, dei contesti d'uso e delle tipologie di prodotto esistenti. Saranno poi avanzate, attraverso disegni, brief e modelli di studio, ipotesi progettuali che saranno oggetto di verifica e di validazione.
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Attraverso le videolezioni lo studente apprenderà una metodologia di ricerca strutturata che farà emergere gradualmente i caratteri innovativi del concept. Vi saranno poi dei momenti di scambio e di verifica del concept e quindi da esso si passerà allo sviluppo del progetto finale. Lo studente dovrà dimostrare, prima di affrontare la fase conclusiva del progetto, di aver compreso i passaggi essenziali della ricerca e dell'approccio al concept.
- Autonomia di giudizio: Lo studente al termine del corso dovrà essere pienamente in grado di osservare il grado di relazione dell'oggetto progettato con il destinatario finale, con il suo contesto d'uso, l'innovazione tipologica e funzionale, il grado di complessità del prodotto e il percorso progettuale e operativo che porta il designer dall'idea alla produzione finale
- Abilità comunicative: Attraverso le lezioni lo studente acquisirà un lessico proprio del design che gli consentirà di avviare e sostenere il percorso di ricerca e trasformarlo nell'individuazione della problematica e nell'ideazione del progetto.
- Capacità di apprendimento: Lo studente dovrà approfondire gli argomenti trattati con proprie analisi e

ricerche in modo da focalizzare meglio gli ambiti di intervento e definire poi il progetto. Ciò fa parte del percorso metodologico proprio del design del prodotto.

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 Disegno e Modellistica e Informatica per il design attraverso lo sviluppo di lezioni con tematiche comuni al fine di migliorare l'operatività degli studenti sia sullo sviluppo di disegni e modelli preparatori sia nella finalizzazione del progetto grazie alle competenze informatiche.

PROGRAMMA DIDATTICO

1. Il progetto come portatore di cultura;
2. Approfondimento tematico sui maestri del design (pt.1);
3. Approfondimento tematico sui maestri del design (pt.2);
4. Approfondimento tematico sui maestri del design (pt.3);
5. Approfondimento tematico sui maestri del design (pt.4);
6. Approfondimento tematico sui maestri del design (pt.5);
7. Le contaminazioni del design;
8. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.1 - la forma;
9. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.2 - la funzione;
10. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.3 - l'ergonomia;
11. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.4 - i contesti d'uso;
12. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.5 - le tipologie d'uso;
13. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.6 - la sostenibilità;
14. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.7 - il brand;
15. Le caratteristiche del progetto (case studies) pt.8 - il mercato;
16. La tematica del progetto - introduzione (pt.1);
17. La tematica del progetto - approfondimento (pt.2);
18. La tematica del progetto - case studies (pt.3);
19. La tematica del progetto - analisi da condurre (pt.4);
20. La ricerca come primo incontro con il prodotto;

21. La ricerca come individuazione di nuovi ambiti di progetto;
22. La ricerca come individuazione di nuove tipologie;
23. La ricerca come individuazione di nuovi destinatari;
24. La ricerca come individuazione di nuovi segni (racconto visivo);
25. Analisi della ricerca;
26. Modalità di presentazione della ricerca;
27. Presentazione ambiti di ricerca (pt.1);
28. Presentazione ambiti di ricerca (pt.2);
29. Presentazione ambiti di ricerca (pt.3);
30. Individuazione del brief di progetto;
31. Analisi e approfondimento del brief;
32. La trasposizione dell'idea in segno grafico (lo schizzo);
33. Definire la forma – pensare la forma in base all'uso (pt. 1);
34. Definire la forma – pensare la forma in base all'utente (pt. 2);
35. Definire la forma – pensare la forma in base alla percezione (pt.3)
36. Definire la forma – pensare la forma in base al contesto (pt. 4);
37. Definire la forma – pensare la forma in base al processo produttivo (pt. 5);
38. La scelta dei materiali (pt.1);
39. La scelta dei materiali (pt.2);
40. La scelta dei materiali (pt.3);
41. Presentazione concept (pt.1);
42. Presentazione concept (pt.2);
43. Presentazione concept (pt.3);
44. Il disegno per il design del prodotto;
45. La definizione del disegno – definire le misure dell'oggetto in base ai rapporti ergonomici;
46. La verifica del progetto – il modello di studio per verificare dimensioni e fattibilità del progetto;
47. Come realizzare un modello di studio a partire da un disegno 2D;
48. Il colore del prodotto di design;
49. Analisi delle nuove tendenze;

50. Percezione e marketing del design;
51. Scegliere il colore dell'oggetto;
52. Le texture;
53. Le finiture;
54. Vincoli tecnici;
55. Brevi cenni sulla normativa e sulla proprietà intellettuale;
56. Posizionamento del prodotto nel mercato (case studies);
57. Elementi essenziali per la presentazione del prodotto;
58. Presentazione del prodotto (pt.1);
59. Presentazione del prodotto (pt.2);
60. Presentazione del prodotto (pt.3);
61. Come descrivere sinteticamente il prodotto;
62. Come realizzare una scheda tecnica del prodotto;
63. La rappresentazione del progetto - come comunicare il brief (pt.1);
64. La rappresentazione del progetto - come comunicare la ricerca (pt.2);
65. La rappresentazione del progetto - immagini evocative (pt.3);
66. La rappresentazione del progetto - come comunicare il contesto (pt.4);
67. La rappresentazione del progetto - come comunicare il modo d'uso (pt.5);
68. La rappresentazione del progetto - come comunicare il carattere innovativo del progetto (pt.6);
69. L'immagine del prodotto - la fotografia per il prodotto di design;
70. L'immagine del prodotto - la contestualizzazione;
71. L'immagine del prodotto- i disegni tecnici e le rappresentazioni geometriche essenziali;
72. La comunicazione del prodotto - il naming;
73. La comunicazione del prodotto - ipotizzare una linea grafica (pt.1);
74. La comunicazione del prodotto - ipotizzare una linea grafica (pt.2);
75. La comunicazione del prodotto - ipotizzare una linea grafica (pt.3);
76. La comunicazione del prodotto - ipotizzare una campagna di comunicazione (pt.1);
77. La comunicazione del prodotto - ipotizzare una campagna di comunicazione (pt.2);
78. La comunicazione del prodotto - ipotizzare una campagna di comunicazione (pt.3);

79. La comunicazione del prodotto – ipotizzare una campagna di comunicazione (pt.4);

80. La comunicazione del prodotto – ipotizzare un posizionamento nel mercato;

81. Presentazione elaborati finali (pt.1);

82. Presentazione elaborati finali (pt.2);

83. Presentazione elaborati finali (pt.3).

84. Presentazione elaborati finali (pt.4)

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Sono previsti due momenti di verifica in itinere e un esame finale. I momenti di verifica parziali potranno essere sostenuti in forma orale e riguarderanno due momenti del corso:

1. La presentazione degli elaborati di ricerca che dovranno porre in evidenza la capacità dello studente di approcciare il tema progettuale in modo trasversale e approfondito conducendo sia un'analisi dell'esistente sia una ricerca di segni utili alla definizione del concept;
2. La presentazione del concept elaborato sulla base delle informazioni raccolte nel momento di ricerca e comunicato attraverso disegni a mano libera o digitali in grado di trasmettere la funzione, il contesto d'uso, la forma e il rapporto con l'utente del progetto ipotizzato.

L'esame finale consisterà nella presentazione orale delle tavole di progetto complete di tutte le informazioni utili a comunicare il carattere innovativo del prodotto, le sue destinazioni d'uso, il suo grado di innovazione tipologica e formale. È richiesta inoltre la presentazione di un'ipotesi di campagna marketing per individuare il posizionamento del prodotto nel mercato. Saranno richiesti inoltre i disegni tecnici minimi essenziali per realizzare industrialmente il progetto.

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): 84 Videolezioni + 84 Test Autovalutazione. Impegno totale stimato: 84 ore

- Attività di didattica interattiva (DI):

- Revisione elaborati intermedi;
- Redazione e verifica degli elaborati intermedi;
- Partecipazione a web conference;
- Revisioni elaborati finali.

Totale: 14 ore

- Attività di autoapprendimento: 252 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento Testi suggeriti:

- “Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale”, Bruno Munari – 2017, Laterza;

- “Design e materiali”, Beatrice Lerma, Claudia De Giorgi, Cristina Allione – 2011, Franco Angeli Editore;
- “La pelle del design”, Barbara Del Curto, Eleonora Fiorani, Caterina Passaro – 2010, Lupetti Editore
- “Cromorama”, Riccardo Falcinelli – 2017, Einaudi Stile Libero
- “Gli oggetti di qualità e il loro significato”, Pietro Rutelli, Elisa Bortolanza – 2006, Cortina Editore

AGENDA

Sono previsti due momenti di verifica in itinere e un esame finale. I momenti di verifica parziali potranno essere sostenuti in forma orale e riguarderanno due momenti del corso:

1. La presentazione degli elaborati di ricerca che dovranno porre in evidenza la capacità dello studente di approcciare il tema progettuale in modo trasversale e approfondito conducendo sia un’analisi dell’esistente sia una ricerca di segni utili alla definizione del concept;
2. La presentazione del concept elaborato sulla base delle informazioni raccolte nel momento di ricerca e comunicato attraverso disegni a mano libera o digitali in grado di trasmettere la funzione, il contesto d’uso, la forma e il rapporto con l’utente del progetto ipotizzato.

L’esame finale consisterà nella presentazione orale delle tavole di progetto complete di tutte le informazioni utili a comunicare il carattere innovativo del prodotto, le sue destinazioni d’uso, il suo grado di innovazione tipologica e formale. È richiesta inoltre la presentazione di un’ipotesi di campagna marketing per individuare il posizionamento del prodotto nel mercato. Saranno richiesti inoltre i disegni tecnici minimi essenziali per realizzare industrialmente il progetto.

- 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): 84 Videolezioni + 84 Test Autovalutazione. Impegno totale stimato: 84 ore

- Attività di didattica interattiva (DI):

- Revisione elaborati intermedi;
- Redazione e verifica degli elaborati intermedi;
- Partecipazione a web conference;
- Revisioni elaborati finali.

Totale: 14 ore

- Attività di autoapprendimento: 252 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento Testi suggeriti:

- “Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale”, Bruno Munari – 2017, Laterza;
- “Design e materiali”, Beatrice Lerma, Claudia De Giorgi, Cristina Allione – 2011, Franco Angeli Editore;
- “La pelle del design”, Barbara Del Curto, Eleonora Fiorani, Caterina Passaro – 2010, Lupetti Editore
- “Cromorama”, Riccardo Falcinelli – 2017, Einaudi Stile Libero
- “Gli oggetti di qualità e il loro significato”, Pietro Rutelli, Elisa Bortolanza – 2006, Cortina Editore