Logo Image not found or type unknown

PROGRAMMA DEL CORSO DI PROGETTAZIONE E GASTRONOMIA

SETTORE SCIENTIFICO

ICAR/13 (CEAR-08/D)

CFU

8

OBIETTIVI

/**/
Col corso ci si propone di erogare agli studenti le conoscenze progettuali di base. Introducendo il tema del progetto per l'industria e specificando poi gli ambiti dell'Industria alimentare attraverso il Food Design, intrecciandoli col mondo del marketing turistico e territoriale. Il corso avrà un approfondimento sulle tecniche del pensiero progettuale di sistema che toccando gli ambiti più innovativi dei valori legati alla contemporaneità, fornirà lo strumento di analisi e di progetto propri del design. In particolare verranno affrontate le implicazioni sociali e culturali di cui il cibo è portatore, e che costituiscono parte integrante delle dinamiche di crescita, anche economica, dei territori.

Una parte legata allo studio di casi d'eccellenza chiuderà il corso; attraverso la loro analisi si affronteranno le corrispondenze complesse di sistema tra mondo reale, tecnologia digitale e comunità social.

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

/**/
Conoscenza e capacità di comprensione

Col corso si intende trasferire agli studenti gli strumenti metodologici e teorici per affrontare progettualmente le richieste del mercato. Fornire le conoscenze per poter leggere i temi della contemporaneità e tradurli in azioni dinamiche e produttive. Fornire le basi per poter riconoscere, analizzare e valutare le attività progettuali legati al mondo del cibo e dell'industria alimentare.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Parte integranti del corso sono esercizi e test che affiancano le argomentazioni trattate e che permettono allo studente di verificare quanto appreso nel corso delle lezioni. Verranno inoltre richieste agli studenti ricerche ed analisi su casi specifici al fine di applicare quanto appreso durante le lezioni.

Autonomia di giudizio

Grazie alle competenze acquisite seguendo il corso, gli studenti avranno una conoscenza approfondita della tematica progettuale legata al mondo dell'industria alimentare e più in generale del cibo. Lo studio delle case history permetterà di leggere i fenomeni più attuali che legano la progettazione ai cambiamenti di carattere culturale, sociale ed

economico in ambito sia pubblico che privato

Abilità comunicative

Attraverso l'approfondimento dei temi legati al progetto del cibo ed ai suoi risvolti economicosociali, permetterà agli studenti di acquisire la conoscenza e la terminologia adeguata per poter interloquire con i professionisti del settore. Lo sviluppo delle facoltà comunicative saranno facilitate dal colloquio diretto e dal confronto sui risultati acquisiti, attraverso le prove di verifica previste a corollario del corso.

Capacità di apprendimento

La capacità di apprendimento sarà stimolata sia attraverso le esercitazioni che verteranno sulle informazioni erogate, sia in virtù della progettazione finale che verrà proposta come sintesi del corso. L'invito ad approfondire attraverso la documentazione sia virtuale che analogica, incrementerà l'attenzione e la concentrazione sui temi teorici proposti.

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

/**/
Nessuna propedeuticità, ma coordinamento con il corso che tratta materie legate all'ecologia, alla sostenibilità e al marketing.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

/**/
L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta sia 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.

Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali sia 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 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 ed un elaborato progettuale finale.

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)

48 Videolezioni + 48 test di autovalutazione; Impegno totale stimato: 48 ore
Attività di didattica interattiva (DI)

Redazione di un elaborato Partecipazione a web conference Svolgimento delle prove in itinere con feedback Svolgimento della simulazione del test finale
Totale : 8 ore

Attività di autoapprendimento

144 ore per lo studio individuale
Libro di riferimento

B. Munari “Da cosa nasce cosa”, Bari - Laterza 1996 AA.VV. “Farsi un libro”, Viterbo - Stampa Alternativa 1993 T. Maldonado “La speranza progettuale”,Torino - Einaudi 1970 R. De Fusco “Storia del design”, Bari - Laterza 2009 G. Pauli “Blue economy”, Milano - Ed. Ambiente 2015 J. Thackara “In The Bubble”, Torino - Allemandi 2008 J. Maeda “Le leggi della semplicità”, Milano - Bruno Mondadori 2006 M. Montanari “Il cibo come cultura”, Bari - Laterza 2004

PROGRAMMA DIDATTICO

1. Introduzione al Design

2. Storia del design

3. I valori del design contemporaneo

4. Cosa è il Food Design

5. Cronologia del progetto alimentare per l’industria

6. Progettare il cibo

7. Dolci e snack

8. Salati e pasta

9. Il mondo del beverage

10. Acque

11. Progettare i luoghi del consumo

12. I luoghi della vendita

13. Catene & GDO

14. I luoghi della fruizione

15. Format & Format

16. Progettare la comunicazione

17. Il mondo della grafica

18. Il packaging

19. Comunicare con la confezione

20. Comunicare sul punto vendita
21. Il design come leva di crescita
22. Cibo e marketing territoriale
23. Le strade del vino
24. Le strade dell'olio
25. Le vie delle acque
26. Hospitality design
27. Ho. Re. Ca.
28. Design Hotels
29. Agriturismo
30. Le vie del gusto
31. Il Social design
32. Dimensione sociale del progetto per il cibo
33. Design Thinking
34. Il metodo progettuale
35. Design dei sistemi
36. Il sistema territoriale
37. Dalla Green Economy alla Blu Economy
38. Case History: Slow food
39. Case History: Eataly
40. Case History: FICO
41. Case History: GAS
42. Case History: Epleslang
43. Case History: Orti urbani
44. Case History: XFood
45. Case History: Soul & food
46. Case History: Cene clandestine
47. Case History: Banco Alimentare
48. Case History: Bella dentro