

## **Obiettivi formativi**

Il corso intende approfondire e sviluppare le capacità progettuali e gli strumenti metodologici attraverso un percorso di analisi orientato ad identificare le caratteristiche principali dell'utente modello di un servizio-prodotto.

Gli studenti saranno stimolati all'analisi morfologica e funzionale di prodotti e linee di prodotto adatti per complessità e tipologia di servizio utilizzato ad essere analizzati dal punto di vista simbolico, semantico, sociologico, emotivo e funzionale.

La documentazione di questo percorso conoscitivo che si completerà con la redazione di un tema progettuale specifico definito, introdotti durante il corso, sarà redatta attraverso attività laboratoriale e di ricerca da ogni singolo studente. La reiterazione del modello metodologico proposto, applicato da ogni singolo studente in modo personalizzato, ha lo scopo di far acquisire una maggiore consapevolezza e sicurezza nella definizione delle forme e dei processi prodotti.

## **Contenuti del corso**

Il corso si svolgerà in modalità teorico pratica, mediante esercitazioni sulla pratica del racconto e dei modelli di analisi conoscitive basate su cinque aree di interesse: funzione e configurazione; linguaggio espressivo e strategia narrativa; antropologia e forma; estetica e utopia.

Il percorso affrontato sarà orientato a sviluppare la capacità di analisi e restituzione della forma attraverso gli elaborati grafici e tridimensionali e ad acquisire competenze in ambito costruttivo e produttivo.

## **Argomenti**

- Il posizionamento strategico e le caratteristiche distintive del prodotto
- Design una definizione
- Realtà e rappresentazione
- La forma e la funzione
- Significato e forma
- Identità personale e sociale

- Il progetto e il consumo della merce
- Il prodotto e i servizi
- Prodotto e processi di riproduzione della forma
- Materia e trasformazione
- Il prisma della sostenibilità le 5 R del ciclo di vita del prodotto
- Processi, materiali e tipologie relative al prodotto scelto come tema del corso
- Il ciclo di vita del prodotto
- Etica e possibilità di sviluppo

## **Modalità**

Il laboratorio sarà la modalità con la quale attuare un confronto e una sperimentazione mirata a circoscrivere ed interpretare processi di sintesi in riferimento al ciclo del valore dei prodotti. La semplificazione sarà adottata come modello di risoluzione delle problematiche progettuali per produrre una sintesi in forme producibili e riproducibili. Le esperienze maturate confluiranno nel progetto finale di un prodotto o di una piccola linea di prodotti che possano inserirsi in un contesto di consumo in modo sostenibile.

## **Contenuti esame**

Durante l'esame, oltre alla verifica delle nozioni teoriche apprese, ogni singolo studente dovrà presentare i risultati della propria ricerca sul tema affrontato e la relativa applicazione ad un assortimento basilare di prodotti sostenibili. Il materiale di studio e di redazione del progetto dal concept fino al progetto di dettaglio saranno raccolti in un documento PDF in formato A3 ad alta definizione che sarà oggetto di revisione e valutazione.

## **Modalità e criteri di valutazione**

La valutazione avverrà attraverso un colloquio di verifica delle competenze acquisite e di discussione delle ricerche affrontate nel progetto e degli elaborati raccolti nella pubblicazione presentata dello studente.

Saranno assegnate singole valutazioni alla qualità della ricerca, all'aderenza espressiva fra forme e contenuti rispetto al progetto affrontato, alla qualità degli elaborati e in fine alla capacità generale di gestione del progetto.

## Bibliografia

- Alberto Bassi, *Design contemporaneo*, Il Mulino, Bologna 2017
- Paolo Tamborrini, *Design sostenibile. Oggetti sistemi comportamenti*, Electa, Milano 2009
- Clara Ceppa, Beatrice Lerma, *Progettare Consapevole*, Allemandi, Torino 2014
- **Rob Thompson, *Il manuale per il design dei prodotti industriali Materiali, tecniche, processi produttivi*, Zanichelli, Bologna 2012**

## Approfondimenti

- Edward De Bono, *Creatività e pensiero laterale*, BUR Edizioni, Milano 2001
- Edward T. Hall, *La dimensione nascosta*, Bompiani, Milano 1996
- Bruno Munari, *Design e comunicazione visiva. Contributo a una metodologia didattica*, Laterza, Bari 2017
- Donald Arthur Norman, *Emotional design*, Apogeo, milano 2004
- Andries Van Onck, *Design il senso delle forme dei prodotti*, Lupetti, Milano 1994