

## **Design, packaging e merchandising**

*Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità*

<b>Anno accademico:</b>	2012/2013
<b>Ambito disciplinare:</b>	cfr. il Portale dei Piani di studio di Ateneo <a href="http://offweb.unipa.it">http://offweb.unipa.it</a>
<b>Codice:</b>	08643
<b>Articolazione in moduli:</b>	no
<b>Docente:</b>	<i>Design, packaging e merchandising:</i> Angelo Pantina (Ricercatore)
<b>Settore scientifico disciplinare:</b>	ICAR/13
<b>Cfu:</b>	6
<b>Ore riservate allo studio personale:</b>	110
<b>Ore riservate alle attiv. did. assistite:</b>	40
<b>Anno di corso:</b>	2
<b>Tipo di valutazione:</b>	Voto in trentesimi
<b>Calendario delle attività didattiche:</b>	<a href="#">cfr. il calendario delle lezioni</a>
<b>Organizzazione della didattica:</b>	Lezioni frontali, workshop progettuali in campo
<b>Frequenza:</b>	Consigliata
<b>Metodi di valutazione:</b>	Design, packaging e merchandising: esame orale, attività di laboratorio
<b>Ricevimento:</b>	Angelo Pantina: giovedì dalle 10.30 alle 13.00; al secondo piano del Dipartimento di Design, Via Maqueda, 175, Palermo - email: <a href="mailto:angelo.pantina@unipa.it">angelo.pantina@unipa.it</a> - telefono: 091/6161428

### **Risultati di apprendimento attesi**

#### **Conoscenza e capacità di comprensione**

Lo studente al termine del Corso avrà conoscenza del ruolo del designer nella società attuale e sulla sua capacità progettuale nella risoluzione dei problemi. Acquisirà gli strumenti idonei alla progettazione di prodotti e sistemi oggettuali e non oggettuali che svolgano in pieno le loro funzioni pratiche ed estetiche, che siano facili da usare, che costino poco, che siano capaci di apportare i benefici desiderati agli utenti che con essi interagiscono e che siano eco-compatibili. Particolare accento sarà posto sulle problematiche della sostenibilità, sul ciclo di vita di un prodotto. Lo studente apprenderà che il prodotto è il primo e più importante elemento d'immagine, e che la presentazione attraverso imballi di spedizione, packaging e confezioni, assieme all'attività promozionale svolta dai fornitori o dai produttori nei punti di vendita può determinare una maggiore accettazione del prodotto stesso e renderlo più appetibile e attraente.

#### **Capacità di applicare conoscenza e comprensione**

Il Corso darà agli studenti conoscenze e competenze specifiche, sotto il profilo culturale, metodologico e strumentale. Fornirà i criteri necessari per la definizione del progetto: sviluppare l'aspetto creativo e l'aspetto tecnico organizzativo. Il Corso permetterà anche lo sviluppo di un'efficiente organizzazione degli allievi, volta al raggiungimento dell'obiettivo sfruttando al meglio le risorse disponibili, attraverso interventi collegiali e di gruppo strutturati per attivare le potenzialità proprie dei singoli e sintonizzarle al meglio tra loro. L'obiettivo principale del laboratorio progettuale sarà quello di far conseguire agli studenti una cultura del progetto e una preparazione

tecnico-scientifica che siano competitivi e strategici nell'ambito del design eco-compatibile. Fornirà loro gli strumenti necessari per incrementare la promozione, la conoscenza, l'utilizzo e la trasformazione delle fibre vegetali, integrando i criteri progettuali eco-sostenibili nel tradizionale processo di progettazione e sviluppo di nuovi concept di prodotto.

### **Autonomia di giudizio**

Nel percorso didattico, lo studente acquisirà gli strumenti di base per identificare, analizzare e definire i diversi aspetti di un prodotto industriale: tipologici, morfologici, strutturali, materici, tecno-produttivi, economici, socio-culturali, comunicativi, etc. Per sperimentare soluzioni progettuali innovative in linea con le principali problematiche della cultura del design contemporaneo come la sostenibilità ambientale, il risparmio energetico, nuove tecnologie e nuovi materiali; per gestire consapevolmente le specifiche cognizioni che gli consentiranno di svolgere in maniera ottimale la sua attività progettuale.

### **Abilità comunicative**

La capacità di sviluppare e comunicare un progetto, attraverso ricerca ed analisi, elaborazione di un concept, realizzazione di elaborati tecnici, presentazione dell'iter progettuale attraverso strumentazioni multimediali, verrà proposta come un elemento fondamentale del percorso progettuale. L'organizzazione del corso, attraverso lezioni teoriche, seminari, attività pratiche, workshop, mira alla formazione degli studenti attraverso l'acquisizione di conoscenze e competenze volti all'utilizzo di approcci metodologici e criteri progettuali adeguati allo sviluppo di nuovi concept, e promuove percorsi di ricerca e di apprendimento autonomi.

### **Capacità di apprendimento**

L'organizzazione del corso, attraverso lezioni teoriche, seminari, attività pratiche, workshop, mira alla formazione degli studenti attraverso l'acquisizione di conoscenze e competenze volti all'utilizzo di approcci metodologici e criteri progettuali adeguati allo sviluppo di nuovi concept, e promuove percorsi di ricerca e di apprendimento autonomi.

## **Obiettivi formativi**

*Design, packaging e merchandising*

### **Titolo del corso:** *Design, packaging e merchandising*

L'obiettivo del corso sarà quello di fornire agli studenti le competenze e le conoscenze specifiche sotto il profilo culturale, metodologico e strumentale e i criteri necessari per la definizione del progetto; sviluppare l'aspetto creativo e l'aspetto tecnico organizzativo.

### **Lezioni frontali**

#### **Ore:      Argomenti:**

- |   |   |
|---|---|
| 3 | Definizione, ambiti e metodi del disegno industriale                      |
| 3 | Il ruolo e le attività del disegno industriale nel contesto contemporaneo |
| 4 | Design per un futuro sostenibile  |
| 4 | La qualità dei prodotti<br>Ciclo di vita di un prodotto<br>Riuso, riciclo |
| 4 | Eco-design<br>Risorse rinnovabili: le fibre vegetali                      |
| 2 |   |

## Il disegno e la comunicazione di un prodotto

### **Esercitazioni**

**Ore:**      **Argomenti:**

20  
Progettazione e realizzazione di packaging e di merchandising culturale

### **Testi consigliati:**

Testi adottati per gli esami finali

Hessel S., Indignatevi!, add editore, Torino, 2011. For. A6 pp. 61.

Latouche S., Breve trattato sulla decrescita serena, Bollati Boringhieri, Torino, 2008. Form. A5 pp. 135.

Maldonado T., Disegno industriale: un riesame, Feltrinelli, Milano 1991. Form. A5 pp. 127

PANTINA A., La cultura degli intrecciatori e le forme del lavoro, in Atti del seminario "Bambù: botanica, design, architettura" a cura di Maria Luisa Cont,i vol.II Palermo- Nuova Ipsa Editore 2006. For. A6 Da p. 7 a p. 45.

Pasca V., Il design italiano: elementi per una storia. in AA. VV., 1951-2001 Made in Italy' Skira editore, Milano, 2001. Da p. 104 a p. 117.

Sabbadin E., Merchandising, packaging e promozione, Franco Angeli IFOR, Milano, 1991. Form. A5 pp. 160.