

<b>FACOLTÀ</b>	Facoltà di Scienze della Formazione
<b>ANNO ACCADEMICO</b>	2014-2015
<b>CORSO DI LAUREA MAGISTRALE</b>	LM 59: Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità
<b>INSEGNAMENTO</b>	Design, packaging e merchandising
<b>TIPO DI ATTIVITÀ</b>	Caratterizzante
<b>AMBITO DISCIPLINARE</b>	Discipline sociali, informatiche e dei linguaggi
<b>CODICE INSEGNAMENTO</b>	08643
<b>ARTICOLAZIONE IN MODULI</b>	NO
<b>SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI</b>	ICAR 13
<b>DOCENTE RESPONSABILE</b>	Angelo Pantina (RU) Dipartimento di Architettura Università di Palermo
<b>CFU</b>	6
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE</b>	110
<b>NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE</b>	40
<b>PROPEDEUTICITÀ</b>	Nessuna
<b>ANNO DI CORSO</b>	II
<b>SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI</b>	<a href="http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.">http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.</a>
<b>ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA</b>	Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, workshop progettuali
<b>MODALITÀ DI FREQUENZA</b>	Facoltativa
<b>METODI DI VALUTAZIONE</b>	Prova Orale e Presentazione di un progetto,
<b>TIPO DI VALUTAZIONE</b>	Voto in trentesimi
<b>PERIODO DELLE LEZIONI</b>	II
<b>CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE</b>	<a href="http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.">http://portale.unipa.it/facolta/scienzeform.</a>
<b>ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI</b>	Giorni e orari: da definire a seconda dei giorni di lezione Luogo: Dipartimento di Design, V.le delle Scienze, Edificio 8, II piano e-mail: <a href="mailto:angelo.pantina@unipa.it">angelo.pantina@unipa.it</a>

## **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-sostenibile

### **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.

### **Capacità d'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

La diversificazione e la specializzazione nel settore del Design ha portato a sviluppare proposte formative caratterizzate da innovazione, ricerca e interdisciplinarietà.

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 finalizzati a sviluppare l'aspetto creativo e l'aspetto tecnico organizzativo.

<b>ORE FRONTALI</b>	<b>LEZIONI FRONTALI</b>
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 Ciclo di vita di un prodotto Riuso, riciclo
4	Eco-design Risorse rinnovabili: le fibre vegetali
2	Il disegno e la comunicazione di un prodotto
	<b>ESERCITAZIONI</b>
5	Analisi e rappresentazione di un prodotto di "design anonimo"
15	Progetto e comunicazione di un prodotto industriale
<b>TESTI CONSIGLIATI</b>	<b>Testi adottati per gli esami finali</b> Bassi A., <i>Design</i> , il Mulino, Bologna, 2013. Form. A5 pp.128. Hessel S., <i>Indignatevi!</i> , add editore, Torino, 2011. For. A6 pp. 61. Latouche S., <i>Breve trattato sulla decrescita serena</i> , Bollati Boringhieri, Torino, 2008. Form. A5 pp. 135. Pasca V., <b>Il design italiano: elementi per una storia. in AA. VV., 1951-2001 Made in Italy?</b> Skira editore, Milano, 2001. Da p. 104 a p. 117. Sabbadin E., <i>Merchandising, packaging e promozione</i> , Franco Angeli IFOR, Milano, 1991. Form. A5 pp. 160.