

Scheda Attività Didattica a.a. 2019/20

Denominazione insegnamento: Design del Prodotto3 + Workshop Design del prodotto 3

SAD (Settore Artistico Disciplinare): ISDE/01

Corso di studio: "Design del prodotto e della comunicazione"

Prof.: Massimiliano Datti

Obiettivi formativi e contenuti: fornire una conoscenza approfondita del Branding, tale da produrre una visione del progetto integrata, innovativa e competitiva; fornire le competenze adatte alla concezione e alla progettazione preliminare e definitiva di un prodotto industriale; far emergere il linguaggio e la personalità dello studente, esaltandone qualità e attitudini.

Programma esteso: il Corso e il Workshop hanno l'obiettivo di fornire agli studenti una conoscenza teorico-pratica, *integrata e sistemica*, della progettazione sia di Prodotto che di Comunicazione. Questo approccio esclusivo, creato dai Proff. Massimiliano Datti e Mario Rullo, prende il nome di "*Brand in Product*" e consta di una prima parte di studio teorica e metodologica esemplificata dall'analisi di varie case history e poi dallo studio approfondito di un Brand in particolare, per il quale verranno definite strategie progettuali specifiche, che porteranno a loro volta allo sviluppo di un progetto di prodotto orientato. Per come è strutturato il corso, i temi di progetto affrontati saranno svariati, differenti da studente a studente, e spazieranno dal design del mobile a quello di elettrodomestici piccoli e grandi, dal Public Design al Lighting, etc. Questa varietà consente alla classe di condividere e acquisire conoscenze e competenze molteplici in vari ambiti, predisponendo gli studenti a quella flessibilità del lavoro del progettista, in qualunque campo egli operi, sempre più necessaria nell'era della complessità.

Metodi didattici: inizialmente sono previste lezioni teoriche frontali, esplicative della disciplina del Branding e della progettazione di prodotto; verranno inoltre creati dei gruppi di lavoro, che affronteranno ricerche approfondite attinenti e applicanti i contenuti del corso.

Il lavoro diverrà poi più operativo e il confronto fra gruppi di lavoro e docente produrrà per sua natura argomenti per nuove lezioni teoriche, finalizzate al raggiungimento dell'individuazioni delle varie strategie progettuali emerse.

Si approderà quindi all'ultima fase del corso, prevalentemente ma non esclusivamente individuale, interdisciplinare, caratterizzata da continue revisioni degli elaborati da parte del docente.

Modalità di verifica dell'apprendimento: revisioni di gruppo periodiche durante il primo semestre; esonero di gruppo nella sessione d'esami invernale; revisioni individuali periodiche nel secondo semestre.

Prerequisiti: aver acquisito tutte le competenze fornite dai primi due anni del Corso in "Design del prodotto e della comunicazione", così come da PdS,

Testi di riferimento: Brand Identikit di Gaetano Grizzanti (Fausto Lupetti Editore); Modernità Liquida di Zygmund Bauman (Editori Laterza); Vita Liquida di Zygmund Bauman (Economica Laterza)