



**ISIA Pescara Design**  
**(Istituto Superiore per le Industrie Artistiche)**

**Scheda attività didattica a.a. 2018/19**

<b>Denominazione insegnamento:</b>	<b>Design del Prodotto 2 / Workshop Design del Prodotto 2</b>
<b>SAD (Settore Artistico Disciplinare):</b>	ISDE/01
<b>Corso di Studio:</b>	Design del Prodotto e della Comunicazione
<b>Nome del docente titolare dell'insegnamento:</b>	Prof. Massimiliano Datti
<b>Obiettivi formativi:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sviluppare nello studente, futuro progettista, la consapevolezza che il Design di un qualsivoglia tipo di prodotto, nell'epoca attuale non può che avere senso se inserito in uno scenario che consideri, analizzi e interpreti la complessità contemporanea, particolarmente in termini di mercato, tecnologie, società e cultura di riferimento, etc.; per cui, sulla base di un approccio tipicamente sistemico, il progetto di un prodotto tenderà a configurarsi come "una delle possibili risposte a una serie di domande ben poste", ovvero una delle molteplici varianti possibili, tuttavia quella ritenuta più rispondente alle strategie progettuali maturate, privilegiando quella più sostenibile.</li> <li>• Fornire una conoscenza approfondita del Branding, tale da produrre una visione integrata e fortemente sistemica, con ricadute immediate, altamente innovative, sia dal punto di vista del Design di Prodotto che della Comunicazione Visiva.</li> <li>• Far emergere il linguaggio e la personalità progettuale di ciascuno studente, esaltandone le qualità e le attitudini proprie.</li> </ul>
<b>Contenuti (descrizione del corso):</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concetti basici della Brand Identity.</li> <li>• Analisi Tipologica.</li> <li>• Analisi degli Scenari Emergenti.</li> <li>• Analisi dei Contesti d'Uso.</li> <li>• Posizionamento di Mercato.</li> <li>• Analisi Comparative di Prodotto.</li> <li>• Analisi delle Relazioni intercorrenti tra oggetti, forma, modo d'uso, materiale,</li> </ul>

	<p>contesto, brand value, tecnologia produttiva, costi.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• "Brand in Product": approccio metodologico.</li> <li>• Definizione Strategia di Progetto.</li> <li>• Concept di Prodotto.</li> <li>• Progetto Definitivo.</li> <li>• Modellazione virtuale.</li> <li>• Creazione di un modello reale.</li> <li>• Prototipazione (se possibile).</li> </ul>
<p><b>Programma esteso:</b></p>	<p><b><i>Premessa: I corsi di "Design del Prodotto 2" e "Workshop Design del Prodotto 2" sono stati concepiti come integrati fra loro, il primo afferente però agli aspetti teorici e metodologici, il secondo agli aspetti più operativi ed esecutivi degli elaborati richiesti.</i></b></p> <p>Inizialmente sono previste lezioni teoriche frontali, esplicative della disciplina del Branding orientata all'innovazione tipologica e della progettazione di prodotto; verranno mostrate esperienze progettuali significative, sviluppate e risolte in ambiti ritenuti d'interesse. Verranno contemporaneamente creati dei gruppi di lavoro, che affronteranno ricerche approfondite attinenti ai contenuti del corso e del workshop. Successivamente il lavoro diverrà più operativo, il confronto fra gruppi di lavoro e docente produrrà per sua natura argomenti per nuove lezioni teoriche, mirate e multimediali, finalizzate al raggiungimento dell'individuazioni delle varie strategie progettuali. Si approderà quindi all'ultima fase del corso, prevalentemente ma non esclusivamente individuale, operativa e sempre interdisciplinare, costituita principalmente dalle revisioni continue degli elaborati proposti al/ai docente/i. Durante le revisioni, momento essenziale e didatticamente peculiare del corso di Product Design 2, verranno analizzati in maniera rigorosa tutti i possibili aspetti della progettazione inerenti funzionalità, usabilità, materiali, tecnologie applicate, ergonomia, comunicazione e tutto quanto fosse necessario al raggiungimento di un progetto definitivo di design di prodotto, così come la continua inerenza agli aspetti valoriali ricavati dalla ricerca iniziale.</p>
<p><b>Metodi didattici:</b></p>	<p>Il Corso di "Design del Prodotto 2" viene sviluppato con l'obiettivo di fornire agli studenti una conoscenza integrata e sistemica della progettazione sia di Prodotto che di Comunicazione. Questo approccio unico, creato da M. Datti e M. Rullo, prende il nome di "Brand</p>

	<p>in Product" e in particolare il Corso di "Design del Prodotto 2" mira a fornire le coordinate teoriche e metodologiche per creare innovazione tipologica orientata alla Brand Value. Il corso nella prima parte è orientato alla ricerca e allo studio dell'approccio metodologico "Brand in Product", nella seconda diviene più "classico" e operativo, finalizzato alla progettazione di prodotto vera e propria, arrivando a curare ogni dettaglio di progetto in termini di definizione tecnica, tecnologica e semantica.</p>
<b>Altre informazioni:</b>	<p>Il corso di "Design del Prodotto 2" viene svolto nella seconda parte parallelamente al corso di "Comunicazione Visiva" con il quale vengono condivise metodologia didattica e tematiche progettuali, pur affrontandole da punti di vista diversi, benché complementari.</p>
<b>Modalità di verifica dell'apprendimento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Esoneri</b> di gruppo nella sessione d'esami invernale: consistente nella presentazione della ricerca sul Brand assegnato e l'esposizione delle strategie di progetto individuate.</li> <li>• <b>Esami</b> individuali a fine anno: consistente nella progettazione di un prodotto frutto della ricerca svolta nel primo semestre.</li> </ul>
<b>Prerequisiti:</b>	
<b>Testi di riferimento:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Brand Identikit - Trasformare un marchio in una marca</b>, di Gaetano Grizzanti, Fausto Lupetti Editore</li> <li>• <b>Brand in Product</b>, di Massimiliano Datti e Mario Rullo, Edizioni ISIA Roma Design</li> <li>• <b>Brand D.O. - Branding. Una visione Design Oriented</b>, di Elio Carmi, Fausto Lupetti Editore (CONSIGLIATO)</li> <li>• <b>Il Cigno Nero - Come l'imprevedibile governa la nostra vita</b>, di Nassim Nicholas Taleb, Il Saggiatore Tascabili (CONSIGLIATO)</li> <li>• <b>Vita liquida</b>, di Zygmunt Bauman, Editore Laterza (CONSIGLIATO)</li> <li>• <b>Cambiamo tutto! - La rivoluzione degli innovatori</b>, di Riccardo Luna, Editori Laterza</li> <li>• <b>La dimensione nascosta - Vicino e lontano</b>, di Edward T. Hall, Bompiani</li> <li>• <b>Da cosa nasce cosa - Appunti per una metodologia progettuale</b>, di Bruno Munari, Editori Laterza</li> </ul>