

anno accademico	2020-2021
nome dell'insegnamento	Design del prodotto
docente	Francesco Benedetti
tipologia dell'attività formativa	Indirizzo
settore scientifico disciplinare	ISDE 01
anno di corso	II
Livello	II
Semestre/Annuale	Annuale
CFA	8
totale ore insegnamento	100

### Francesco Benedetti

Dopo gli studi all'ISIA di Firenze, si sposta a Milano per seguire corsi allo IED e al Poli.design. Nel 2006 dopo aver frequentato il Master di comunicazione allo IUEV di San Marino, fonda Benzima Design Studio per fornire consulenze di art direction e ricerche d'industrial design, ad alcune imprese del territorio che operano in ambito internazionale.

All'attività professionale affianca quella didattica presso accademie e università italiane.

Partecipa alle attività nazionali e territoriali dell'ADI Associazione, per il Disegno Industriale e di Design for All Italia, associazione che si occupa di diffondere le competenze progettuali e le modalità operative necessarie a una maggiore inclusione sociale.

Nell'ambito dell'attività professionale si occupa principalmente d'industrial design e si propone come partner a piccole e medie imprese con la necessità di coordinare le azioni e gli investimenti attraverso l'applicazione della metodologia del design system, attraverso un modello basato sull'ottimizzazione del ciclo del valore che ha come focus il prodotto-servizio fornito correlato agli aspetti strategici e formali della rete distributiva.

Indirizzo di posta elettronica: [benedetti\\_francesco@isiafaenza.it](mailto:benedetti_francesco@isiafaenza.it) - [design@benzima.com](mailto:design@benzima.com)

### Obiettivi formativi

Il corso intende affinare la competenza tecnica e la padronanza linguistica per un corretto inserimento del designer nel sistema di creazione del valore economico e culturale d'impresa. A questo scopo sarà analizzato il complesso delle attività svolte sia all'interno che all'esterno delle strutture organizzative coinvolte nei processi di produzione, per sviluppare un utilizzo consapevole della sintassi formale e poter affermare una propria autonomia espressiva nell'ambito dell'intero processo progettuale.

## Contenuto del corso

Accanto alle lezioni teoriche svolte sul design d'autore e la poetica progettuale di alcuni dei grandi maestri della disciplina, saranno analizzate l'evoluzione di alcuni brand di riferimento orientati al design sia nell'ambito dei processi che nello sviluppo dei prodotti e servizi. La trattazione delle principali problematiche avverrà in maniera personalizzata attraverso sistematiche revisioni sui lavori assegnati, alternando dialoghi diretti e discussioni con analisi condivise dagli studenti. Il rapporto frontale sarà indispensabile per trasferire le nozioni tecniche e tecnologiche necessarie alla risoluzione delle tematiche progettuali attinenti ai temi assegnati, che potranno essere completate da visite presso unità produttive e con rapporti di partnership con industrie interessate ad eventuali collaborazioni o chiamate in causa come partner tecnologici di supporto alle attività progettuali.

Il corso indagherà le relazioni tra uomo, prodotto e contesto (H-P-C) e in che modo questo insieme venga percepito. In continuità all'evoluzione dei contesti saranno riformulate le relazioni in modo da creare un ciclo continuo di revisioni di progetto mirato a rispondere alle nuove esigenze creando valore aggiunto attraverso strategie coordinate.

Particolare attenzione sarà prestata alle problematiche relative al ciclo di vita dei prodotti, alla scelta degli assortimenti dei prodotti in sintonia con le strategie di branding.

## Testi di riferimento obbligatori ai fini dell'esame

- Marc Augé, *Tra i confini. Città, luoghi, interazioni*, Bruno Mondadori, Milano 2007
- Borja de Mozota Brigitte, *Design Management. La cultura del progetto al centro della strategia d'impresa*, Franco Angeli, Milano 2008
- Elio Carmi, Elena Israella Wegher, *Branding. Una visione design oriented*, Fausto Lupetti Editore, Bologna 2018
- Paolo Deganello, *Design politico. Il progetto critico, ecologico e rigenerativo*, Altreconomia, Milano 2019
- Bruno Munari, *Codice ovvio*, Einaudi, Milano 1971
- Donald Arthur Norman, *Emotional design*, Apogeo, Milano 2004
- Keiko Ueki-polet, Klaus Klemp a cura di, *Less and More: The Design Ethos of Dieter Rams*, Die Gestalten Verlag, Berlino 2010
- Van Onck Andries, *Design il senso delle forme dei prodotti*, Lupetti, Milano 1994
- Vitta Maurizio, *Il progetto della bellezza Il design fra arte e tecnica, 1851-2001*, Einaudi, Torino 2002

## **Metodi didattici**

Il laboratorio sarà la modalità con la quale attuare un confronto e una sperimentazione mirata a circoscrivere ed interpretare alcune tematiche di riferimento individuate collaborando con imprese e enti culturali. In questo modo sarà possibile sviluppare le capacità progettuali e organizzarle attorno ad un processo metodologico personale.

Le esperienze maturate dovranno confluire in un progetto finale che consisterà nella progettazione di un sistema di prodotti, che inserito nel contesto di un brand sia capace idealmente di creare valore aggiunto per l'organizzazione che lo distribuisce.

## **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.

## **Orario delle lezioni**

Come da calendario pubblicato all'Albo.

## **Orario di ricevimento**

Su appuntamento tramite prenotazione.