

-> [\*Syllabus in lingua italiana\*](#)

## Syllabus Course description

<b>Course title</b>	<b>Project PD – A1 WELCOME</b>
<b>Course code</b>	97080
<b>Scientific sector</b>	Module 1: ICAR/13 disegno industriale Module 2: ING-IND/22 Module 3: SPS/08
<b>Degree</b>	Bachelor in Design and Art (L-4)
<b>Semester</b>	Winter semester 2019/20
<b>Year</b>	2 <sup>nd</sup> or 3 <sup>rd</sup>
<b>Credits</b>	19
<b>Modular</b>	Yes

<b>Teaching language</b>	Module 1: Italian Module 2: English Module 3: Italian
<b>Total lecturing hours</b>	180 (Module 1: 90, Module 2: 60, Module 3: 30)
<b>Total hours of self-study and / or other individual educational activities</b>	295 (Module 1: about 110, Module 2: about 65, Module 3: about 95)
<b>Attendance</b>	not compulsory but recommended
<b>Prerequisites</b>	To have passed the WUP project and all the WUP courses; to have certified the language level proficiency B1 in the 3 <sup>rd</sup> language

<b>Project description and specific educational objectives</b>	<p><i>The course belongs to the class "caratterizzante" (module 1), "di base" (module 2) and "affine integrativa" (module 3) in the curriculum in Design.</i></p> <p><b>PROJECT DESCRIPTION</b> <b>Course description module 1 – Product Design:</b></p> <p>The aims of the course is to investigate hospitality from multiple points of views.</p> <p>“Welcome” means to open up to diversity. Means to get involved, and expresses a further and deeper meaning respect to the good behavior of hospitality. Which in fact can also be considered just common habit according to cultural standards.</p>
--	--

This has to do with everyday life of every individual but even more so with the craft of the designer which has to welcome diversity and otherness and than shape it into a form that is full of meaning, always new and contemporary.

So which is the shape of hospitality?

***Educational objectives module 1 – Product Design:***

- the acquisition of a design methodology in the field of product design
- the development of an independent and rigorous study pathway
- the acquisition of the essential basic knowledge to be able to carry out a project in the field of product design
- the acquisition of a design methodology in the field of product design from the initial idea phase to the final completion phase of the project
- the acquisition of the knowledge and understanding of:
  - design processes for industrial products for mass consumption
  - design processes for the visualisation of virtual and physical scenarios
- the acquisition of the basic knowledge concerning the culture of design in all its aspects

***Course description module 2 – Material Science and Technologies:***

The course is based on the intersection of two teaching methodologies: The first is linear and is focus on the basic and preparatory fields for the students growth plan, the second is open, horizontal and organized through a series of collective experience, researches and experiments.

The lessons are based on a a series of historical and contemporary design objects or projects, we will analyse their shape, materials and production process.

***Educational objectives Module 2 – Material Science and Technologies:***

- the acquisition of the essential basic knowledge to be able to carry out a project in the field of product design from idea to final prototyping through the use of digital modelling and digital fabrication techniques.
- the acquisition of the basic knowledge concerning the technical and scientific subjects in the field of product design with a special focus on digital modelling and fabrication.
- the acquisition of the knowledge and understanding of design processes for the visualisation of virtual and physical scenarios and models.
- the acquisition of the basic knowledge concerning the culture of design in all its aspects
- the acquisition of the knowledge and understanding of design processes starting from two-dimensional forms to more complex three-dimensional forms.
- the acquisition of the knowledge and understanding of analysing, designing and developing:
  - industrial projects for mass consumption
  - limited edition products in the craft industry

***Course description module 3 – Theories of Cultural Consumption:***

The course aims to illustrate to students the centrality of consumption in the social and cultural processes of modernity and the contemporary era. Therefore, the phenomena and objects concerning this area will be analyzed in two categories: consumer practices; the "places and media devices" of consumption. The aim is to point out and describe the complex relationship between these two dimensions, in which we can simultaneously trace the influence exerted on people by the materiality of space and media, and the strong "productive and transformative" value of the consumer's practices.

During the course, students will be given a review of emblematic figures in which the many meanings relating to the relationship between practices, places and media devices of consumption emerge. In particular, the following topics will be considered:

- The metropolis, the universal exhibitions and the sensationalization of goods
- The Passages, the department stores, the shop window and the flâneur
- Music, fashion, subcultures and identity processes

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Commercial television, shopping and everyday life</li> <li>➤ Digital platforms, algorithms and the latest mediatization of consumption</li> </ul> <p><b>Educational objectives module 3 – Theories of Cultural Consumption:</b></p> <p>Provide students advanced theoretical and analytical tools for understanding consumption, its places, its media devices, and its socio-cultural practices. In particular, the course aims to make clear to students the relationship of mutual influence between the topics listed above.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• the acquisition of the basic knowledge so as to be able to look critically at their own work and to deal with the complexities of contemporary society</li> <li>• the acquisition of the basic knowledge concerning the theoretical subjects</li> </ul>
--	--

<b>Module 1</b>	<b>Product Design</b>
<b>Lecturer</b>	Francesco Faccin office C1.03.a, e-mail: <a href="mailto:francesco.faccin@unibz.it">francesco.faccin@unibz.it</a> , tel. +39 0471 015323, webpage <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/37158-francesco-alessandro-faccin">https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/37158-francesco-alessandro-faccin</a>
<b>Teaching language</b>	Italian
<b>Assistance/Office hours</b>	Monday after lessons
<b>List of topics covered</b>	Design
<b>Teaching format</b>	Frontal lectures, revisions, mini-workshops, lectures

<b>Module 2</b>	<b>Material Science and Technologies</b>
<b>Lecturer</b>	Alessandro Mason office C1.03.a, e-mail: <a href="mailto:Alessandro.Mason@unibz.it">Alessandro.Mason@unibz.it</a> , webpage <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/37721-alessandro-mason">https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/37721-alessandro-mason</a>
<b>Teaching language</b>	English
<b>Office hours</b>	Tuesday after Lesson
<b>List of topics covered</b>	Materials, production processes, systems, Industrial production, craft production self production, digital fabrication.
<b>Teaching format</b>	Frontal lectures, exercises, projects, workshops.

<b>Module 3</b>	<b>Theories of Cultural Consumption</b>
-----------------	---

<b>Lecturer</b>	Federico Tarquini office C1.03.a, e-mai <a href="mailto:FedericoEttoreMaria.Tarquini@unibz.it">FedericoEttoreMaria.Tarquini@unibz.it</a> , webpage <a href="https://next.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/42709-federico-ettore-maria-tarquini">https://next.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/42709-federico-ettore-maria-tarquini</a>
<b>Teaching language</b>	Italian
<b>Office hours</b>	Tuesday after Lesson
<b>List of topics covered</b>	Places, media devices and consumer practices. Media, universal exhibitions, shop windows, department stores, Passages, fashion, youth subcultures, shopping malls, screens, digital platforms
<b>Teaching format</b>	Frontal lectures

<b>Learning outcomes</b>	<p><b><i>Learning outcomes for module 1 – Product Design:</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● to have the ability to design, develop and implement a project in the field of product design</li> <li>● know how to analyze, design and develop interiors</li> <li>● know how to analyze, design and develop industrial projects for mass consumption</li> <li>● know how to analyze, design and develop projects for the mechanical engineering industry</li> <li>● know how to analyze, design and develop limited edition products in the craft industry</li> <li>● know how to analyze, design and develop packaging projects from a product design and graphical perspective</li> <li>● know how to analyze, design and develop projects concerning museums and exhibitions</li> <li>● knowledge of the technical and scientific aspects of interior design</li> <li>● knowledge of the technical and scientific aspects of the design of industrial products for mass consumption</li> <li>● knowledge of the technical and scientific aspects of the design in the mechanical engineering industry</li> <li>● knowledge of the technical and scientific aspects of the design of packaging</li> <li>● know how to carry out packaging projects from a product design perspective</li> <li>● know how to produce visualizations of virtual and physical scenarios for interior and exhibition design</li> <li>● present at a professional level their own projects realized in the field of product design in the form of an installation, both oral and written</li> <li>● communicate at a professional level and argue the reasons for their choices and justify them from a formal, technical point of view</li> </ul> <p><b><i>Learning outcomes for module 2 – Material Science and Technologies:</i></b></p>
--------------------------	---

Expected learning outcomes should be referred to the Dublin descriptors

**Disciplinary skills**

Students will be able to apply knowledge related to the design of:

- furniture products
- industrial mass consumer products
- sports products
- products for the electronics industry
- products for the automotive industry
- products for the mechanical industry
- accessories for the fashion industry
- limited editions of handicraft products
- executive drawings and/or CAD (computer-aided design) - 3D models
- virtual and physical prototypes and functional models
- Virtual and physical visualization of scenarios
- exhibitions for trade fair spaces
- exhibitions for museum spaces
- exhibitions for public spaces
- exhibitions for commercial spaces
- executive drawings and/or CAD (computer-aided design) - 3D models
- virtual and physical prototypes and functional models
- Virtual and physical visualization of scenarios
- packaging in its product aspects and from a graphic point of view
- brand image graphics
- advertising graphics
- CAD (computer-aided design) design
- 3D rendering
- prototyping
- graphics of trademarks and logos
- corporate design of companies, institutions or events
- packaging
- editorial design
- advertising graphics
- graphic design of posters
- graphic design of magazines, newspapers
- advertising graphics of public and/or social utility
- corporate design of O.N.G. organisations
- advertising graphics
- graphic design of posters
- graphic design of magazines, newspapers
- Graphic interfaces, UI-Design (user interface design)
- user experience, UX-Design (user experience design)
- usability (simplicity and clarity in the use of digital applications)

- graphic-structural design of websites
- the dynamic design of websites (motion graphics)
- multimedia publishing
- web design
- image processing and photo retouching
- illustration (icons & pictograms)
- capacity for critical thinking
- ability to design artistic productions in the context of a national and international artistic scenario
- ability to realise two and three-dimensional artistic concepts
- basic knowledge of institutional relations, especially the art sector
- knowledge of the cultural arena, in particular, the artistic one
- knowledge of artistic practice that allows an efficient approach with cultural producers
- experience in designing exhibitions
- flexibility with clients and collaborators
- Knowledge of artistic techniques
- Knowledge of the social functions of art;
- an intuitive and empathetic approach to people.
- ability to manage a project (project management);
- leadership skills;
- capacity for innovation in the framework of a broad understanding of the contemporary cultural arena

### **Knowledge and understanding**

The students will have acquired:

- a design methodology in the field of product design, visual communication and/or visual arts, from the ideation phase to the realisation phase of the project;
- the basic knowledge necessary for the realisation of a project in the field of product design, visual communication and/or visual arts, from a technical, scientific and theoretical point of view;
- the basic knowledge to practice a critical look at their work and to deal with contemporary challenges;
- basic knowledge relating to the culture of the project in all its components, but also to the disciplines of a technical, scientific and theoretical nature to be able to continue their study with a master's degree in an international context.

### **Ability to apply knowledge and understanding**

Students will be able to:

- concept, develop, realize a project in the field of product design, visual communication, and/or visual arts;
- finalize to the realization of a completed project in the field of product design, visual communication and/or

visual art the basic knowledge acquired in the technical, scientific and theoretical fields;

- understand the main phenomena that characterize today's society, to be able to observe them critically also in an ethical and social perspective and to elaborate appropriate solutions in regards to the project proposal/answer;
- put to good use and to develop what has been learned during the course of studies towards the possible continuation of the own formation with a magistral degree in the field of design.

Transversal skills /soft skills

### **Autonomy of judgment**

The students must have developed:

- a good autonomy of judgement aimed at developing one's own design capacity and the set of decisions (technical, scientific and theoretical) necessary to carry out a project to its' conclusion
- a good autonomy of judgement in the critical evaluation of their work and in their ability to use correct interpretative methods in relation to the contexts in which they will apply their design practice and/or continue their studies, also considering ethical and social aspects.

### **Communication skills**

Students will be able to:

- present at a professional level their own project in the field of product design, visual communication and/or the arts in the form of an installation, orally and in written form;
- communicate and motivate at a professional level the reasons for their choices and motivate them from a formal, technical, scientific and theoretical point of view;
- communicate and present at a professional level one's own project in another language in besides to one's own and correctly in a third language.

### **Learning skills**

Students will have:

- learned at a professional level a design methodology understood as the ability to identify, develop and implement solutions to complex design problems by applying the knowledge acquired in the technical, scientific and theoretical field necessary to establish a



professional activity and / or continue their studies with a master's degree;

- developed a creative attitude and learned how to increase and enhance it according to their own inclinations;
- acquired a basic knowledge of theoretical, scientific and technical disciplines combined with a suitable study methodology to continue their studies with a master's degree;
- learned language skills certified in another language in addition to their own language and in addition fluently and correctly in a third language, essential to carry out their professional activities or continue their studies with the master's degree in the international field.

***Learning outcomes for module 3 – Theories of Cultural Consumption:***

Expected learning outcomes should be referred to the Dublin descriptors

**Disciplinary skills**

**Knowledge and understanding**

The students will have acquired:

- the basic knowledge to practice a critical look at their work and to deal with contemporary challenges;

**Ability to apply knowledge and understanding**

Students will be able to:

- understand the main phenomena that characterize today's society, to be able to observe them critically also in an ethical and social perspective and to elaborate appropriate solutions in regards to the project proposal/answer;
- put to good use and to develop what has been learned during the course of studies towards the possible continuation of the own formation with a magistral degree in the field of design.

**Transversal skills /soft skills**

***Autonomy of judgment***

The students must have developed:

- a good autonomy of judgement aimed at developing one's own design capacity and the set of decisions (technical, scientific and theoretical) necessary to carry out a project to its' conclusion

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a good autonomy of judgement in the critical evaluation of their work and in their ability to use correct interpretative methods in relation to the contexts in which they will apply their design practice and/or continue their studies, also considering ethical and social aspects.</li> </ul> <p><b>Communication skills</b></p> <p>Students will be able to:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- communicate and motivate at a professional level the reasons for their choices and motivate them from a formal, technical, scientific and theoretical point of view;</li> </ul> <p><b>Learning skills</b></p> <p>Students will have:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- developed a creative attitude and learned how to increase and enhance it according to their own inclinations;</li> <li>- acquired a basic knowledge of theoretical, scientific and technical disciplines combined with a suitable study methodology to continue their studies with a master's degree;</li> </ul>
--	---

<b>Assessment</b>	<p><b><i>Assessment details for module 1 – Product Design:</i></b></p> <p>The final exam consist of a documentation of the project developed during the semester.  The student is asked to present the project with the following documentation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. screen presentation</li> <li>. complete printed documentation of the project</li> <li>. a model</li> <li>. material that will be defined with the students during the course</li> </ul> <p><b><i>Assessment details for module 2 – Material Science and Technologies:</i></b></p> <p>The final exam consist of a documentation of the project developed during the semester.  The student is asked to present the project with the following documentation:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>. screen presentation</li> <li>. complete printed documentation of the project</li> <li>. a model</li> <li>. material that will be defined with the students during the course</li> </ul>
-------------------	--

	<p><b>Assessment details for module 3 – Theories of Cultural Consumption:</b>          Oral exam concerning the contents of lectures and the required reading</p>
<b>Assessment language</b>	The same as the teaching language
<b>Evaluation criteria and criteria for awarding marks</b>	<p><i>The evaluation of the single modules does not result in three separate marks, but will add up to the overall project evaluation. There is only one final overall mark for the project which is agreed by the three professors, who evaluate the project according to the following criteria:</i></p> <p><b>Evaluation criteria and criteria for awarding marks for module 1 – Product Design:</b>          Process and implementation of the project          Relation and understanding of the given brief          Final object or research          Model          Presentation</p> <p><b>Evaluation criteria and criteria for awarding marks for module 2 – Material Science and Technologies:</b>          .....</p> <p><b>Evaluation criteria and criteria for awarding marks for module 3 – Theories of Cultural Consumption:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• analytical and observation skills of the student</li> <li>• analytical capacity of social and cultural processes related to consumption</li> <li>• analytical capacity of places and media devices in which are realized consumption</li> </ul>
<b>Required readings</b>	<p><b>Module 1 – Product Design:</b>          -</p> <p><b>Module 2 – Material Science and Technologies:</b>          -</p> <p><b>Module 3 – Theories of Cultural Consumption:</b></p> <p>Required readings will be provided (or made available, for example via PDF) during the course.</p> <p>For non-attending students:</p> <p>CODELUPPI V., Dalla produzione al consumo. Processi di cambiamento delle società contemporanee, Milano, Franco Angeli, 2010.</p>
<b>Supplementary readings</b>	<p><b>Module 1 – Product Design:</b>          -</p>

**Module 2 – Material Science and Technologies:**

*Lefteri Chris, Materials for Design,*

**Module 3 – Theories of Cultural Consumption:**

ABRUZZESE A., La Grande Scimmia. Mostri, vampiri, automi, mutanti. L'immaginario collettivo dalla letteratura al cinema e all'informazione, Napoleone, Roma, 1979.

ABRUZZESE A., BORRELLI, D., L'industria culturale, Tracce e immagini di un privilegio, Carocci, Roma, 2000.

BARTHES R., Miti d'oggi, Einaudi, Torino, 1994 [1957].

BARTHES R., Sistema della moda. La moda nei giornali femminili: un'analisi strutturale, Einaudi, Torino, 1979 [1967].

BAUDRILLARD J., Il sistema degli oggetti, Bompiani, Milano, 1972.

BAUDRILLARD J., La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture, Il Mulino, Bologna, 1976.

BAUDRILLARD J., Simulacri e impostura. Bestie, Beaubourg, apparenze e altri oggetti, Cappelli, Bologna, 1980.

BAUDRILLARD J., Patafisica e arte del vedere, Giunti Editore, Firenze, 2006.

BENJAMIN W., L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa, Einaudi, Torino, 2000 [1936].

BENJAMIN W., Angelus Novus, Einaudi, Torino, 1995 [1939].

BENJAMIN W., I «passages» di Parigi, Einaudi, Torino, 2000 [1982].

CAMPBELL C., L'etica romantica e lo spirito del consumismo moderno, Roma, Edizioni Lavoro, 1992.

CODELUPPI V., La vetrinizzazione sociale, Bollati Boringhieri, Torino, 2007.

DE CERTEAU M., L'invenzione del quotidiano, Edizioni Lavoro, Roma, 2001 [1980].

FLICHY P., La società degli amatori. Sociologia delle passioni ordinarie nell'era digitale, Liguori, Napoli, 2014.

FLOCH J., Identità visive. Costruire l'identità a partire dai segni, Franco Angeli, Milano, 1996.

HAND M., INGRAM J., SHOVE E., WATSON M., The Design of Everyday Life, Oxford, Berg, 2007

HEBDIGE D., Subculture. The Meaning of Style, Routledge, 1979.

JENKINS H., Cultura convergente, Apogeo, Milano, 2007.

JENKINS H., Fan, blogger, videogamer, Franco Angeli, Milano, 2008.

LIVINGSTONE S., Lo Spettatore Intraprendente: Analisi del pubblico televisivo, Carocci, Roma, 2006.

MAFFESOLI M., Il Tempo delle tribù. Il destino dell'individualismo nelle società postmoderne, Guerini & Associati, Milano, 2004 [1998].

MANOVICH L., Software culture, Olivares, Milano, 2010.

MANOVICH L., Instagram and Contemporary Image, 2016, [www.manovich.net](http://www.manovich.net).

MCLUHAN M., Gli strumenti del comunicare, Il Saggiatore, Milano, 2008 [1964].

MCLUHAN M., Dall'occhio all'orecchio, Armando Editore, Roma, 1986.

MCLUHAN M., FIORE Q., Il medium è il massaggio, Mantova, Corradini, 2011.

MEYROWITZ J., Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale, Baskerville, Bologna, 1995 [1985].

MOORES S., Media, luoghi e mobilità, FrancoAngeli, Milano, 2017.

MORIN E., Lo spirito del tempo, Meltemi, Roma, 2000 [1962].

MUMFORD L., La città nella storia, Roma, Edizioni di Comunità, 1963.

RAFELE A., Figure della moda. Metropoli e riflessione mediologica tra Ottocento e Novecento, Liguori, Napoli, 2010.

RAINIE H., WELLMAN B., Networked. Il nuovo sistema operativo sociale, Guerini, Milano, 2012.

SASSATELLI R., Consumo, cultura e società. Le molte facce del consumo, tra necessità, alienazione e piacere, Bologna, Il Mulino, 2004.

SIMMEL G., La metropoli e la vita dello spirito, Armando, Roma, 1995 [1903].

SIMMEL G., La moda, Mondadori, Milano, 1988 [1911].

VAGNI T., Abitare la TV. Teorie, immagini, reality show, FrancoAngeli, Milano, 2017.

## Syllabus

### Descrizione del corso

<b>Titolo del corso</b>	<b>PROGETTO PD – A1</b>
<b>Codice del corso</b>	97080
<b>Settore scientifico disciplinare del corso</b>	Modulo 1: ICAR/13 disegno industriale Modulo 2: ING-IND/22 Modulo 3: SPS/08
<b>Corso di studio</b>	Bachelor in Design and Art (L-4)
<b>Semestre</b>	Semestre invernale 2019/20
<b>Anno del corso</b>	2°, 3°
<b>Crediti formativi</b>	19
<b>Modulare</b>	Si

<b>Numero totale di ore di lezione</b>	180 (Modulo 1: 90, Modulo 2: 60, Modulo 3: 30)
<b>Monte ore totale di studio individuale o di altre attività didattiche individuali inerenti</b>	295 (Modulo 1: circa 110, Modulo 2: circa 90, Modulo 3: circa 95)
<b>Corsi propedeutici</b>	aver superato il progetto e tutti i corsi wup. Aver certificato nella 3° lingua il livello B1
<b>Frequenza</b>	non obbligatoria ma raccomandata

<b>Descrizione progetto ed obiettivi formativi specifici: modulo 1 – product design</b>	<p><i>Il corso si inserisce nell'area di apprendimento dei corsi "caratterizzante" (modulo 1), "di base" (modulo 2) e "affini integrativa" (modulo 3) del curriculum in Design.</i></p> <p><b>DESCRIZIONE DEL PROGETTO</b> <b>Descrizione del corso modulo 1 – product design</b></p> <p><i>WELCOME è un corso che indaga da molteplici punti di vista e molteplici livelli di lettura il tema dell' accoglienza</i></p> <p><i>L'accoglienza è un'apertura verso l'esterno, la diversità. Accogliere vuol dire mettersi in gioco, e in questo esprime una sfumatura ulteriore rispetto al buon costume dell'ospitalità - che appunto può essere anche solo un abitudine culturale. Chi accoglie rende partecipe di qualcosa di proprio, si offre, si spalanca verso l'altro diventando un tutt'uno con lui.</i></p> <p><i>Tutto questo ha a che vedere strettamente con la vita di tutti i giorni e con la professione del designer che deve saper accogliere l'altro e soprattutto la novità e la</i></p>
---	--

*diversità per rielaborarla e tradurla in linguaggi nuovi e contemporanei.*

*Quindi qual è la forma dell'accoglienza?*

**Obiettivi formativi modulo 1 – product design:**

- acquisire una metodologia progettuale nel campo del design di prodotto
- sviluppo di un percorso autonomo e rigoroso
- acquisire le conoscenze di base necessarie alla realizzazione di un progetto nel campo del design di prodotto
- acquisire una metodologia progettuale nel campo del design di prodotto, dalla fase di ideazione alla fase di realizzazione del progetto
- acquisire la conoscenza e comprensione dei:
  - processi del design di arredamento
  - processi del design di prodotti industriali di consumo di massa
  - processi del design per la visualizzazione di scenari virtuali e fisici
- acquisizione delle conoscenze di base relative alla cultura di progetto in tutte le sue componenti.

**Descrizione del corso modulo 3 – Teorie dei consumi culturali:**

Il corso si propone d'illustrare agli studenti la centralità del consumo nei processi sociali e culturali della modernità e dell'epoca contemporanea. A tal fine, l'ampio universo di fenomeni e oggetti che riguardano quest'ambito sarà analizzato su due piani: le pratiche realizzate dai consumatori; i "luoghi e dispositivi mediali" del consumo. L'obiettivo è puntualizzare e descrivere la relazione complessa tra queste due dimensioni, in cui si può contemporaneamente rintracciare l'influenza esercitata sulle persone dalla materialità dello spazio e dei media, e il forte valore "produttivo e trasformativo" delle pratiche realizzate quotidianamente dai consumatori.

Durante il corso verrà pertanto fornita agli studenti una rassegna di figure emblematiche in cui emergono i molti significati riferibili al rapporto tra pratiche, luoghi e dispositivi del consumo. In particolare saranno presi in esame i seguenti temi:

- La metropoli, le esposizioni universali e la spettacolarizzazione delle merci

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ I <i>Passages</i>, i grandi magazzini, la vetrina e il <i>flâneur</i></li> <li>➤ La musica, la moda, le subculture e i processi identitari</li> <li>➤ La televisione commerciale, lo shopping e la vita quotidiana</li> <li>➤ \</li> </ul> <p><b>Obiettivi formativi modulo 3 – Teorie dei consumi culturali:</b></p> <p>Fornire agli studenti strumenti teorici e analitici avanzati per la comprensione del consumo, dei suoi luoghi, dei suoi dispositivi mediali e delle sue pratiche socioculturali. In particolare, il corso ha l'obiettivo di rendere chiaro agli studenti il rapporto di vicendevoles influenza tra i temi appena elencati.</p> <p>Gli studenti avranno acquisito:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- un solido patrimonio culturale dove la competenza tecnico-mediale sposa la riflessione teorica;</li> <li>- strumenti tecnici necessari alla realizzazione dei progetti e le competenze scientifiche interdisciplinari necessarie;</li> <li>- una formazione teorica e socio-culturale che mira all'acquisizione di un solido patrimonio culturale dove la competenza tecnico-mediale sposa la riflessione teorica.</li> </ul>
--	--

<b>Modulo 1</b>	<b>Product design</b>
<b>Docente</b>	Francesco Faccin office C1.03.a, e-mail <a href="mailto:francesco.faccin@unibz.it">francesco.faccin@unibz.it</a> , tel. +39 0471 015323, webpage <a href="https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/37158-francesco-alessandro-faccin">https://www.unibz.it/en/faculties/design-art/academic-staff/person/37158-francesco-alessandro-faccin</a>
<b>Lingua ufficiale del corso</b>	Italiano
<b>Assistenza/Orario di ricevimento</b>	lunedì pomeriggio dopo le lezioni
<b>Lista degli argomenti trattati</b>	<i>Design</i>
<b>Attività didattiche previste</b>	Lezioni frontali, lectures, workshop, revisioni personali e collettive



<b>Modulo 2</b>	-> vedi syllabus in lingua inglese
<b>Modulo 3</b>	<b>Scienze e tecnologie dei materiali</b>
<b>Docente</b>	Federico Tarquini office C1.03.a, e-mai <a href="mailto:FedericoEttoreMaria.Tarquini@unibz.it">FedericoEttoreMaria.Tarquini@unibz.it</a> , webpage <a href="https://next.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/42709-federico-ettore-maria-tarquini">https://next.unibz.it/it/faculties/design-art/academic-staff/person/42709-federico-ettore-maria-tarquini</a>
<b>Lingua ufficiale del corso</b>	Italiano
<b>Assistenza/Orario di ricevimento</b>	Martedì dopo le lezioni
<b>Lista degli argomenti trattati</b>	<i>Luoghi, dispositivi medial e pratiche del consumo. Media, esposizioni universali, vetrine, grandi magazzini, Passages, moda, sottoculture giovanili, centri commerciali, schermi, piattaforme digitali</i>
<b>Attività didattiche previste</b>	Lezioni frontali
<b>Risultati di apprendimento attesi</b>	<p><b>Risultati di apprendimento attesi relativi al modulo 1 – Product design:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● essere in grado di ideare, sviluppare, realizzare un progetto nel campo del design di prodotto</li> <li>● sapere analizzare, ideare e sviluppare progetti di arredamento</li> <li>● sapere analizzare, ideare e sviluppare progetti industriali per il consumo di massa</li> <li>● sapere analizzare, ideare e sviluppare progetti per l'industria meccanica</li> <li>● sapere analizzare, ideare e sviluppare prodotti in serie limitata nell'ambito dell'artigianato</li> <li>● sapere analizzare, ideare e sviluppare progetti d'imballaggio nei suoi aspetti di prodotto e di grafica</li> <li>● sapere analizzare, ideare e sviluppare progetti curatoriali ed espositivi</li> <li>● conoscenza degli aspetti tecnico-scientifici del design di arredamento</li> <li>● conoscenza degli aspetti tecnico-scientifici del design di prodotti industriali di consumo di massa</li> <li>● conoscenza degli aspetti tecnico-scientifici del design per l'industria meccanica</li> <li>● conoscenza degli aspetti tecnico-scientifici del design per il packaging</li> <li>● sapere realizzare progetti d'imballaggio nei suoi aspetti di prodotto e di grafica</li> <li>● sapere realizzare visualizzazioni di scenari virtuali e fisici per il design degli interni ed espositivi</li> <li>● presentare ad un livello professionale un proprio</li> </ul>

progetto realizzato nel campo del design di prodotto, della comunicazione visiva e/o delle arti visive in forma di installazione, oralmente e scritto

- comunicare e argomentare ad un livello professionale le ragioni delle proprie scelte e motivarle dal punto di vista formale, tecnico, scientifico e teorico.

### ***Risultati di apprendimento attesi relativi al modulo 3 - Teorie dei consumi culturali***

#### ***Conoscenza e comprensione***

Gli studenti avranno acquisito:

- le conoscenze di base per esercitare uno sguardo critico rispetto al proprio lavoro e per confrontarsi con la complessità contemporanea;

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

Gli studenti saranno in grado di:

- cogliere i principali fenomeni che caratterizzano la società attuale, saperli osservare criticamente anche in una prospettiva etica e sociale ed elaborare soluzioni adeguate sul piano della proposta/risposta progettuale;
- mettere a frutto e sviluppare quanto appreso nel corso di studi nell'eventuale proseguimento della propria formazione con la laurea magistrale nell'ambito del design.

#### ***Capacità trasversali /soft skills***

#### ***Autonomia di giudizio***

Gli studenti avranno sviluppato:

- una buona autonomia di giudizio finalizzata allo sviluppo della propria capacità progettuale e all'insieme di decisioni (tecniche, scientifiche e teoriche) necessarie per portare un progetto a compimento;
- una buona autonomia di giudizio sia nella valutazione critica del proprio lavoro, sia nella capacità di utilizzare corretti strumenti interpretativi rispetto ai contesti dove andranno ad applicare la propria pratica progettuale e/o a proseguire i propri studi valutandone anche aspetti di carattere etico e sociale.

#### ***Abilità comunicative***

Gli studenti saranno in grado di:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- comunicare ed argomentare ad un livello professionale le ragioni delle proprie scelte e motivarle dal punto di vista formale, tecnico, scientifico e teorico;</li> </ul> <p><b>Capacità di apprendimento</b> Gli studenti avranno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sviluppato un'attitudine creativa e appreso le modalità per incrementarla e valorizzarla secondo le proprie inclinazioni;</li> <li>- acquisito una conoscenza di base di discipline di carattere teorico, scientifico e tecnico unita ad una metodologia di studio adeguata a proseguire il proprio percorso di studi con la laurea magistrale;</li> </ul>
<p><b>Metodo d'esame</b></p>	<p><b>Metodo d'esame relativo al modulo 1 – Product design:</b></p> <p>Lo studente dovrà presentare il risultato del proprio lavoro con una discussione verbale e mostrando modelli e tavole di progetto.</p> <p><b>Metodo d'esame relativo al modulo 3 – Teorie dei consumi culturali:</b></p> <p>Prova orale riguardante il contenuto delle lezioni e saggi presenti nel programma</p>
<p><b>Lingua dell'esame</b></p>	<p>corrisponde alla lingua d'insegnamento</p>
<p><b>Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto</b></p>	<p><i>La valutazione dei singoli moduli non costituisce un voto a sé stante, ma è parte integrante della votazione complessiva del progetto. Il voto finale del progetto è unico ed è definito sulla base del coordinamento tra i tre docenti che valutano il progetto secondo questi criteri:</i></p> <p><b>Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto relativi al modulo 1 – Product design:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• capacità analitica e di osservazione dello studente</li> <li>• completezza e coerenza delle idee progettuali</li> <li>• chiarezza nel presentare il processo che ha condotto alle scelte progettuali</li> <li>• caratteristiche tecnico-formali degli elaborati</li> </ul> <p><b>Criteri di misurazione e criteri di attribuzione del voto relativi al modulo 3 – Teorie dei consumi culturali:</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• capacità analitica e di osservazione dello studente</li> <li>• capacità analitica dei processi sociali e culturali legati al consumo</li> <li>• capacità analitica dei luoghi e dei dispositivi mediali in cui si realizzano i consumi</li> </ul>
--	--

<b>Bibliografia fondamentale</b>	<p><b>Modulo 1 – Product design:</b> .....</p> <p><b>Modulo 3 - Teorie dei consumi culturali:</b> Verrà indicata (o resa disponibile, ad esempio tramite PDF) durante il corso.</p> <p>Per gli studenti non frequentanti:</p> <p>CODELUPPI V., Dalla produzione al consumo. Processi di cambiamento delle società contemporanee, Milano, Franco Angeli, 2010.</p>
----------------------------------	---

<b>Bibliografia consigliata</b>	<p><b>Modulo 1 – Product design:</b> .....</p> <p><b>Modulo 2 – Product design:</b></p> <p><b>Modulo 3 - Teorie dei consumi culturali</b></p> <p>ABRUZZESE A., La Grande Scimmia. Mostri, vampiri, automi, mutanti. L'immaginario collettivo dalla letteratura al cinema e all'informazione, Napoleone, Roma, 1979.</p> <p>ABRUZZESE A., BORRELLI, D., L'industria culturale, Tracce e immagini di un privilegio, Carocci, Roma, 2000.</p> <p>BARTHES R., Miti d'oggi, Einaudi, Torino, 1994 [1957].</p> <p>BARTHES R., Sistema della moda. La moda nei giornali femminili: un'analisi strutturale, Einaudi, Torino, 1979 [1967].</p> <p>BAUDRILLARD J., Il sistema degli oggetti, Bompiani, Milano, 1972.</p> <p>BAUDRILLARD J., La società dei consumi. I suoi miti e le sue strutture, Il Mulino, Bologna, 1976.</p> <p>BAUDRILLARD J., Simulacri e impostura. Bestie, Beaubourg, apparenze e altri oggetti, Cappelli, Bologna, 1980.</p> <p>BAUDRILLARD J., Patafisica e arte del vedere, Giunti Editore, Firenze, 2006.</p>
---------------------------------	--

BENJAMIN W., *L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica. Arte e società di massa*, Einaudi, Torino, 2000 [1936].

BENJAMIN W., *Angelus Novus*, Einaudi, Torino, 1995 [1939].

BENJAMIN W., *I «passages» di Parigi*, Einaudi, Torino, 2000 [1982].

CAMPBELL C., *L'etica romantica e lo spirito del consumismo moderno*, Roma, Edizioni Lavoro, 1992.

CODELUPPI V., *La vetrinizzazione sociale*, Bollati Boringhieri, Torino, 2007.

DE CERTEAU M., *L'invenzione del quotidiano*, Edizioni Lavoro, Roma, 2001 [1980].

FLICHY P., *La società degli amatori. Sociologia delle passioni ordinarie nell'era digitale*, Liguori, Napoli, 2014.

FLOCH J., *Identità visive. Costruire l'identità a partire dai segni*, Franco Angeli, Milano, 1996.

HAND M., INGRAM J., SHOVE E., WATSON M., *The Design of Everyday Life*, Oxford, Berg, 2007

HEBDIGE D., *Subculture. The Meaning of Style*, Routledge, 1979.

JENKINS H., *Cultura convergente*, Apogeo, Milano, 2007.

JENKINS H., *Fan, blogger, videogamer*, Franco Angeli, Milano, 2008.

LIVINGSTONE S., *Lo Spettatore Intraprendente: Analisi del pubblico televisivo*, Carocci, Roma, 2006.

MAFFESOLI M., *Il Tempo delle tribù. Il destino dell'individualismo nelle società postmoderne*, Guerini & Associati, Milano, 2004 [1998].

MANOVICH L., *Software culture*, Olivares, Milano, 2010.

MANOVICH L., *Instagram and Contemporary Image*, 2016, [www.manovich.net](http://www.manovich.net).

MCLUHAN M., *Gli strumenti del comunicare*, Il Saggiatore, Milano, 2008 [1964].

MCLUHAN M., *Dall'occhio all'orecchio*, Armando Editore, Roma, 1986.

MCLUHAN M., FIORE Q., *Il medium è il massaggio*, Mantova, Corradini, 2011.

MEYROWITZ J., *Oltre il senso del luogo. Come i media elettronici influenzano il comportamento sociale*, Baskerville, Bologna, 1995 [1985].

MOORES S., *Media, luoghi e mobilità*, FrancoAngeli, Milano, 2017.

MORIN E., *Lo spirito del tempo*, Meltemi, Roma, 2000 [1962].

MUMFORD L., *La città nella storia*, Roma, Edizioni di Comunità, 1963.

RAFELE A., *Figure della moda. Metropoli e riflessione mediologica tra Ottocento e Novecento*, Liguori, Napoli, 2010.

RAINIE H., WELLMAN B., Networked. Il nuovo sistema operativo sociale, Guerini, Milano, 2012.  
SASSATELLI R., Consumo, cultura e società. Le molte facce del consumo, tra necessità, alienazione e piacere, Bologna, Il Mulino, 2004.  
SIMMEL G., La metropoli e la vita dello spirito, Armando, Roma, 1995 [1903].  
SIMMEL G., La moda, Mondadori, Milano, 1988 [1911].  
VAGNI T., Abitare la TV. Teorie, immagini, reality show, FrancoAngeli, Milano, 2017.