

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Packaging	Scricco Antonio	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

L'Apprendimento dei "rudimenti" di storia del packaging, dei principi della comunicazione pubblicitaria legati alla "communication mix" la comprensione delle regole di disegno (progettazione) e composizione di un packaging.

Con riferimento ai Descrittori di Dublino i risultati di apprendimento attesi sono:

Conoscenza e capacità di comprensione

Conoscere e saper comprendere nozioni base o avanzate di progettazione e restituzione digitale.

Conoscenza dei concetti fondamentali del Packaging Design e delle teorie di comunicazione e marketing ad esso collegate.

Conoscenza delle diverse tecniche e dei workflow inerenti la restituzione grafica di progetti di packaging design.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Capacità di saper controllare ed utilizzare software di disegno vettoriale (Adobe Illustrator).

Capacità di saper controllare ed utilizzare software di disegno raster (Adobe Photoshop).

Capacità di saper controllare ed utilizzare software di impaginazione (Adobe InDesign – Basi).

Capacità di utilizzare la logica di progettazione più adatta al progetto assegnato.

Autonomia di giudizio

Capacità di formulare valutazioni autonome

Saper raccogliere, modificare ed elaborare dati, reference, mood board, texture, immagini, ecc, in autonomia per la realizzazione e creazione di progetti di Packaging Design.

Capacità di analizzare in modo critico quanto prodotto sia individualmente che da terzi sia nell'uso degli strumenti che del risultato ottenuto.

Abilità comunicative

Acquisire la terminologia tecnica adeguata alle descrizioni dei prodotti di design e dei processi generativi che lo riguardano.

Saper comunicare informazioni, nozioni, problemi e soluzioni con il linguaggio opportuno.

Saper gestire in autonomia e comprendere il livello comunicativo grafico utilizzato.

Capacità d'apprendimento

Saper comprendere ed acquisire in autonomia nuove nozioni, nonché essere in grado di saperle utilizzare senza necessità di figure esterne, dimostrando la capacità di aggiornare, integrare e sviluppare criticamente le proprie competenze in funzione del contesto e delle necessità.

Saper utilizzare e sfruttare le conoscenze e le logiche apprese anche in altri contesti, software o situazioni per analogia

Le abilità e le capacità descritte saranno valutate sia in itinere sia nell'esame finale

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE

Il graphic [packaging] designer è, tra le diverse figure di professionisti che si rapportano al mondo della "progettazione", una tra le più complesse raffigurandosi come elemento di tramite tra il mondo della produzione e quello delle arti applicate. Le finalità del corso sono quindi quelle di affinare/esaltare le doti sopraccitate negli allievi, fornendo loro anche della adeguata competenza tecnica per confrontarsi con le aspettative del mondo produttivo.

PREREQUISITI RICHIESTI

Sono [doti] richieste e necessarie oltre ad una buona manualità, unita ad una certa capacità di gestire lo “spazio di lavoro”e, da ultimo [ma non per ultimo] anche la conoscenza di base degli applicativi informatici Adobe Photoshop ed Illustrator.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO

MODULO	PERIODO	UNITÀ DI PROGRAMMAZIONE
1° MODULO Skaetching, digitalizzazione e le regole di progettazione e composizione collegate	NOV. - DIC. ORE - 8	1. Introduzione al corso e alla professione di packaging designer
	DIC. - GEN. ORE - 10	2. Avvicinamento ai diversi software per la progettazione grafica digitale sia raster che vettoriale
	GEN. - FEB. ORE - 6	3. Focus Tyrrells e il packvertising
	FEB. - MAR. ORE - 6	4. Regole di progettazione ovvero la progettazione a passo uno e focus sul marchio di prodotti per la prima colazione Kellogs Inc.
VERIFICHE INTERMEDIE (TEORIA ED ELABORATI)	DAL 13/02/2023 AL 17/02/2023	Realizzazione di un progetto integrato di packaging design relativo allo sviluppo di una white label originale per un gigante della G.D.O. come il gruppo tedesco LIDL
PAUSA DIDATTICA TRA 1° E 2° MODULO SEMESTRALE	DAL 17/02/2023 AL 06/03/2023	
2° MODULO Elementi di comunicazione e marketing, la progettazione di una white label, il packaging funzionale	MAR. - APR. ORE - 8	5. Elementi di comunicazione e marketing applicati all'introduzione del <i>land grabbing</i> e alla teoria (sull'uso) dei materiali e delle principali tecniche di stampa applicate al packaging design
	APR. - MAG. ORE - 8	6. Si torna ad analizzare la progettazione di una <i>white label</i> inserendola in un contesto di progettazione integrata con particolare attenzione alla sostenibilità ambientale e al concetto di life cycle assessment
	MAG. - GIU. ORE - 10	7. Elementi di progettazione, teorica e pratica, applicati alla realizzazione di progetti di packaging design funzionale, interattivo e interagente
	GIU. - LUG. ORE - 4	8. Conclusioni dei diversi elementi di teoria e presentazione per l'esame
VERIFICA FINALE (ELABORATI)	DAL 15/06/2023 AL 21/06/2023	
CHIUSURA 2° MODULO	21/06/2023	

ARGOMENTI

UNITÀ	CONTENUTI
1	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Introduzione al corso e alla professione di packaging designer - Introduzione alle conoscenze base della professione di packaging designer e delle diverse problematiche proprie del mercato grafico applicato alla GDO e alla produzione di beni e servizi. Panoramica sui software per illustrazione e sul loro utilizzo.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Realizzazione di una serie “buste” in carta secondo le tecniche di progettazione proprie del sacchetto collassabile o “origami sack”.</p>

2	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Avvicinamento ai diversi software per la progettazione grafica digitale sia raster che vettoriale – come da titolo ampia panoramica che copra non solo gli aspetti teorico/pratici ma si confronti continuamente con la “produzione” e le caratteristiche proprie della tipografia del marchio.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Realizzazione di una serie di grafiche per la G.D.O. e specificatamente di una white label originale a marchio LIDL, saranno realizzati design originali sulla base di progetti “dati”.</p>
3	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Focus Tyrrells e il packvertising – introduzione alle teorie proprie del packvertising sviluppando gli elementi teorici appoggiandosi allo sviluppo di un <i>case study</i> sul marchio di snack inglese Tyrrells.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Gli elementi di teoria sviluppati durante le lezioni teoriche confluiscono ad arricchire il design della white label a cui gli allievi stanno lavorando.</p>
4	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Regole di progettazione ovvero la progettazione a passo uno e focus sul marchio di prodotti per la prima colazione Kelloggs Inc. – introduzione alla gestione dello spazio, alle regole di composizione sia nella realizzazione di una singola illustrazione (pin-up) che in quella di un prodotto editoriale più complesso.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Gli elementi teorici sviluppati durante le lezioni frontali concorrono ulteriormente ad arricchire la progettazione grafica degli allievi.</p>
5	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Elementi di comunicazione e marketing applicati all'introduzione del land grabbing e allei teoria (sull'uso) dei materiali e delle principali tecniche di stampa applicate al packaging design – la teoria trova un collegamento puntuale nei lavori sin qui realizzati dagli studenti e un riferimento tecnico/progettuale in quelli che saranno realizzati in questa specifica “finestra” del corso.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Gli elementi di teoria dei materiali, e delle diverse tecniche di stampa analizzate, vengono applicati alla realizzazione di una serie di design originali.</p>
6	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Si torna ad analizzare la progettazione di una white label inserendola in un contesto di progettazione integrata con particolare attenzione alla sostenibilità ambientale e al concetto di life cycle assessment – il lavoro viene ulteriormente arricchito da un nuovo focus dedicato allo studio delle diverse etichette di pasta che si dividono il mercato della G.D.O. in Italia e all'estero.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Gli elementi di teoria vengono applicate in maniera ridondante all'affinamento dei progetti (e dei mock-up tridimensionali) sin qui realizzati..</p>
7	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Elementi di progettazione, teorica e pratica, applicati alla realizzazione di progetti di packaging design funzionale, interattivo e interagente – In mercati sempre più saturi e dove la concorrenza è spietata, lo storytelling rimane una delle poche armi di differenziazione e unicità a disposizione dei brand da comunicare rispetto ai competitor.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: realizzazione di una serie di packaging (che andranno successivamente rappresentati sotto forma di mock-up tridimensionali) rispondenti ai criteri enunciati durante la lezione.</p>
8	<p>TEORIA - LEZIONI FRONTALI: Conclusioni dei diversi elementi di teoria e presentazione per l'esame – chiusura dei diversi fronti aperti relativamente alla figura professionale del packaging designer e excursus sulle diverse problematiche fiscali/legislative legate allo svolgimento della professione *.</p> <p>PRATICA - ATTIVITÀ DI PROGETTO / ESERCITAZIONI: Realizzazione di un portfolio professionale di design adeguato alla presentazione/rappresentazione del proprio lavoro nei confronti di studi di progettazione e agenzie di comunicazione. Presentazione finale.</p> <p>* con la consulenza e la valutazione (relativamente alle informazioni comunicate agli allievi) di uno studio professionale certificato.</p>

METODI DIDATTICI

Alla fine dell'anno di studi gli allievi produrranno un valido portfolio professionale capace di offrire un solido ed immediato riscontro di quanto appreso durante l'anno ed utile al confronto con le diverse dinamiche della vita professionale, gli elaborati realizzati nel corso delle lezioni saranno oggetto di verifiche mensili per valutare il grado di apprendimento e comprensione delle nozioni sin lì apprese.

BIBLIOGRAFIA

Packaging Design: Successful Product Branding from Concept to Shelf di M. Rosner Klimchuk & S. A. Krasovec, John Wiley & Sons Inc, 2°ed. (19 febbraio 2013), ISBN 9781118027066

Il manuale del packaging. Come comunicare un marchio e vendere un prodotto di G. Ambrose & P. Harris, Zanichelli Ed. (1 gennaio 2012), ISBN 8808193594

The package design book. Ediz. Italiana di Julius Wiedemann, Taschen Editore, novembre 2017, ISBN: 383655530

Design e comunicazione visiva. Contributo a una metodologia didattica di B. Munari, Ed. Laterza, 6°ed. (16-03-2017), ISBN 8858128788

Packaged Brands: How packaging design helps to build brands di G. Dufranc, Ind. published, ISBN 1081492007

Critica portatile al visual design di Riccardo Falcinelli, Einaudi, ed. illustrata (25 marzo 2014), ISBN 8806217712

SITOGRAFIA

http://en.wikipedia.org/wiki/Packaging_and_labeling

http://en.wikipedia.org/wiki/New_product_development

<http://it.wikipedia.org/wiki/Imballaggio>

http://it.wikipedia.org/wiki/Imballaggio_interagente

http://it.wikipedia.org/wiki/Etichetta_di_identificazione

http://www.idspackaging.com/Common/Paper/Paper_47/PdfImge.pdf

http://en.wikipedia.org/wiki/Packaging_engineering

http://en.wikipedia.org/wiki/Marketing_mix

<http://www.good.is/post/steal-this-idea-better-cfl-packaging/>

<http://www.good.is/post/why-we-love-eco-friendly-packaging/>

<http://www.good.is/post/tips-on-how-to-reduce-food-packaging-waste/>

http://www.messe-duesseldorf.de/save-food/doc/Appropriate_Packaging_Solutions.pdf

<http://michaelhyatt.com/10-tips-for-developing-eye-popping-packaging.html>

CRITERI DI ATTRIBUZIONE DEI CREDITI

METODO DIDATTICO	1° MODULO - ORE DI ATTIVITÀ SVOLTE IN PRESENZA	1° MODULO - ORE DI STUDIO AUTONOMO	2° MODULO - ORE DI ATTIVITÀ SVOLTE IN PRESENZA	2° MODULO - ORE DI STUDIO AUTONOMO
LEZIONE	14		10	
ESERCITAZIONE	10	30	10	15
ATTIVITÀ DI PROGETTO / RICERCA	6	15	10	30
TOTALE (*)	30	45	30	45

Lezione: ha la finalità di trasmettere i concetti teorici e pratici previsti nel programma dell'insegnamento funzionali al raggiungimento dei risultati di apprendimento attesi

Esercitazione: ha la finalità di applicare, attraverso esercizi guidati dal Docente, i concetti acquisiti;

Attività di progetto / ricerca: ha la finalità di affinare le competenze e le abilità acquisite. Si basa su temi progettuali e di ricerca assegnati dal docente e prevede, in tutto o in parte, uno sviluppo autonomo da parte dello studente.

^(*) Il totale delle ore deve corrispondere a 25 x n. CFA previsti per la disciplina.

► Descrizione dei temi di approfondimento oggetto dei lavori di ricerca e degli elaborati grafici assegnati, specificando quali sono richiesti per il 1° modulo e quali per il 2° modulo:

Durante il corso saranno svolte cinque esercitazioni che sono tenute insieme da un tema comune la 'white label' le quali saranno richieste durante l'esame e che dovranno essere completate e presentate nella maniera opportuna. Si richiedono sia gli sketch, che i design, che i mock-up tridimensionali riguardanti i progetti complessi la cui realizzazione accompagnerà il corso:

1° Modulo

- Realizzazione della grafica (e dell'immagine logotipica/coordinata) di una white label, fdi prodotti italiani, per il marchio della grande distribuzione organizzata LIDL.
- Il packaging di una pasta secca, origine italiana, prodotta da agricoltura biologica con grano varietà Senatore Cappelli.

2° Modulo

- Il packaging di una farina macinata in pietra prodotta da agricoltura biologica con grano varietà Senatore Cappelli.
- Il packaging per una salsa di pomodoro a base di polpa di pomodori datterini, da agricoltura biologica, di filiera 100% italiani.
- Il progetto per un sacchetto di carta/cartone leggero con la struttura progettuale propria della "origami paper bag" di Margaret Knight e Charles Stilwell.

MODALITÀ DI PRESENTAZIONE DEL MATERIALE RICHIESTO ALL'ESAME

Alla fine dell'anno di studi gli allievi produrranno un valido portfolio professionale capace di offrire un solido ed immediato riscontro di quanto appreso nel corso del periodo di studio ed utile al confronto con le diverse dinamiche della vita professionale. Unitamente alle lezioni frontali [teoriche] periodicamente si procederà alla verifica delle competenze acquisite mettendo alla prova gli allievi nella produzione/progettazione di elaborati e *mock-up* progettuali coerenti con il percorso di studio.