

| | |
|---|---|
| STRUTTURA | Scuola Politecnica – Dipartimento di architettura |
| ANNO ACCADEMICO | 2014-15 |
| CORSO DI LAUREA (o LAUREA MAGISTRALE) | Disegno industriale |
| INSEGNAMENTO | Antropologia degli artefatti |
| TIPO DI ATTIVITÀ | Caratterizzante |
| AMBITO DISCIPLINARE | Scienze economiche e sociali |
| CODICE INSEGNAMENTO | 01349 |
| ARTICOLAZIONE IN MODULI | NO |
| NUMERO MODULI | |
| SETTORI SCIENTIFICO DISCIPLINARI | M-DEA/01 |
| DOCENTE RESPONSABILE | Elisabetta Di Giovanni Ricercatore Confermato Università degli studi di Palermo |
| CFU | 8 |
| NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE | 104 |
| NUMERO DI ORE RISERVATE ALLE ATTIVITÀ DIDATTICHE ASSISTITE | 64 |
| PROPEDEUTICITÀ | Nessuna |
| ANNO DI CORSO | 1 |
| SEDE DI SVOLGIMENTO DELLE LEZIONI | Consultare il sito politecnica.unipa.it |
| ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA | Lezioni frontali, Esercitazioni in aula, Visite in campo |
| MODALITÀ DI FREQUENZA | Facoltativa |
| METODI DI VALUTAZIONE | Prova orale |
| TIPO DI VALUTAZIONE | Voto in trentesimi |
| PERIODO DELLE LEZIONI | Primo semestre |
| CALENDARIO DELLE ATTIVITÀ DIDATTICHE | Consultare il sito politecnica.unipa.it |
| ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI | Al termine delle lezioni |

| |
|--|
| <p>RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI</p> <p>Conoscenza e capacità di comprensione Lo studente dovrà essere consapevole del fatto che, prima di progettare, occorre osservare, comprendere e comparare comunità e culture.</p> <p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione Lo studente dovrà far propria la prospettiva antropologica, a partire dal concetto di “cultura materiale”, per comprendere valori, norme, usanze, abitudini, modi e mode degli esseri umani, ossia la <i>Weltanschauung</i> di una comunità.</p> <p>Autonomia di giudizio Capacità di formulare un giudizio critico-riflessivo in modo autonomo.</p> <p>Abilità comunicative</p> |
|--|

Capacità espositive mediante uso di un registro linguistico medio-alto.
 Capacità di rielaborare e di esporre in forma orale e scritta.

Capacità d'apprendimento

Prendere appunti. Consultare fonti bibliografiche, sitografiche, filmografiche, etc. Produrre schemi e testi di sintesi.

OBIETTIVI FORMATIVI DEL MODULO

Il corso si propone di creare un percorso di analisi e di riflessione sui sistemi degli oggetti che circondano la quotidianità del vissuto e di far comprendere le dinamiche della trasmissione della cultura tradizionale, le dinamiche della cultura contemporanea e le metodologie della osservazione partecipante applicate al contesto degli artefatti (design ethnography).

| MODULO | DENOMINAZIONE DEL MODULO |
|--------------------------|--|
| ORE FRONTALI | LEZIONI FRONTALI |
| 3 | Incontro con gli studenti e presentazione del programma. Patto formativo. |
| 3 | Metodologia di studio della materia. Coaching sulle tecniche di studio e apprendimento. |
| 6 | Come si consultano le fonti bibliografiche e gli e-journals. |
| 28 | Introduzione all'antropologia e agli studi demologici: natura/cultura; il mondo degli oggetti. |
| | I beni demoeoantropologici: Giuseppe Pitrè e le origini degli studi demologici in Sicilia. Etnostoria; etnofonti; etnoreperti. |
| | ESERCITAZIONI |
| 24 | Consultazioni bibliografiche guidate, presentazione lavori di gruppo, seminari di esperti. |
| TESTI CONSIGLIATI | <ol style="list-style-type: none"> 1. Semi G. (2010), <i>L'osservazione partecipante. Una guida pratica</i>. il Mulino, Bologna. 2. Underhill P. (2004), <i>Antropologia dello shopping. Il fascino irresistibile dei centri commerciali</i>. Sperling & Kupfer, Milano. 3. "Etnostoria", 1/1993 (reperibile presso la Libreria Panta Rei, via Brasa 22 - Palermo). 4. Rodgers P. & Anusas M. (2008). <i>Ethnography and Design</i>. Paper presented at International Conference On Engineering And Product Design Education, 4-5 September 2008, Universitat Politecnica De Catalunya, Barcelona, Spain. http://www.designsociety.org/download-publication/28095/ethnography_and_design 5. Skaggs P. (2010). <i>Ethnography in Product Design. Looking for Compensatory Behaviors</i>. Journal of Management and Marketing Research; 3:1-6. http://www.aabri.com/manuscripts/09220.pdf |