



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PALERMO

DIPARTIMENTO	Culture e società		
ANNO ACCADEMICO OFFERTA	2023/2024		
ANNO ACCADEMICO EROGAZIONE	2024/2025		
CORSO DILAUREA MAGISTRALE	COMUNICAZIONE PER L'ENOGASTRONOMIA		
INSEGNAMENTO	DESIGN E PACKAGING ALIMENTARE		
TIPO DI ATTIVITA'	C		
AMBITO	70214-Attivit formative affini o integrative		
CODICE INSEGNAMENTO	23027		
SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI	M-FIL/05		
DOCENTE RESPONSABILE	VENTURA BORDENCA ILARIA	Ricercatore a tempo determinato	Univ. di PALERMO
ALTRI DOCENTI			
CFU	6		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLO STUDIO PERSONALE	110		
NUMERO DI ORE RISERVATE ALLA DIDATTICA ASSISTITA	40		
PROPEDEUTICITA'			
MUTUAZIONI			
ANNO DI CORSO	2		
PERIODO DELLE LEZIONI	2° semestre		
MODALITA' DI FREQUENZA	Facoltativa		
TIPO DI VALUTAZIONE	Voto in trentesimi		
ORARIO DI RICEVIMENTO DEGLI STUDENTI	VENTURA BORDENCA ILARIA Venerdì 9:00 10:30 studio docente (stanza 306, terzo piano, edificio 15, viale delle scienze)		

DOCENTE: Prof.ssa ILARIA VENTURA BORDENCA

PREREQUISITI	I prerequisiti corrispondono alle conoscenze richieste per l'accesso al Corso di Laurea, ovvero buona capacità di comunicazione scritta e orale nella lingua italiana e una buona preparazione di cultura generale.
RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI	<p>CONOSCENZA E CAPACITA' DI COMPrensIONE: Conoscere e comprendere le principali tendenze culturali legate alla produzione di artefatti e progetti nell'ambito della gastronomia e dei consumi alimentari, nonché essere in grado di individuare le strategie di senso legate a tale universo comunicativo.</p> <p>CAPACITA' DI APPLICARE CONOSCENZA E COMPrensIONE: Attraverso l'analisi costante di casi concreti si insegnerà agli studenti a ideare e governare strategie progettuali fondate su una solida base teorica e articolate in ogni aspetto dei processi di senso che ne derivano. In particolare verrà sviluppata la capacità da parte dello studente di strutturare una riflessione completa e approfondita sui processi semiotici e di produzione culturale implicati nella progettazione e nell'uso di prodotti di design di vario tipo (packaging, grafica, oggetti, strumenti di cucina e di consumo) all'interno della pratica gastronomica. Continue analisi condotte in aula e frequenti discussioni collettive stimolate dalla docente offriranno allo studente occasione per applicare quanto appreso durante le lezioni e in particolare l'applicazione di specifici strumenti metodologici. Le abilità comunicative degli studenti e le loro capacità relazionali saranno altresì stimolate attraverso la realizzazione di lavori di gruppo.</p> <p>AUTONOMIA DI GIUDIZIO Riconoscere, comprendere e governare i meccanismi di produzione del senso legati al variegato campo del design e del packaging alimentare.</p> <p>ABILITA' COMUNICATIVE Verranno costantemente stimolate le capacità comunicative, sia dal punto di vista del linguaggio coerente e adatto da utilizzare sia dal punto di vista della logica argomentativa, attraverso le sollecitazioni in aula da parte della docente nel corso di presentazione di casi concreti e attraverso la presentazione di lavori di gruppo.</p> <p>CAPACITA' DI APPRENDIMENTO: Gli studenti al termine del corso dovranno essere in grado di orientarsi autonomamente nel panorama dei fenomeni di design che gravitano nell'ambito alimentare e di individuare le adeguate fonti di informazione e aggiornamento. Capacità di seguire, utilizzando le conoscenze acquisite nel corso, master di secondo livello, corsi d'approfondimento e seminari specialistici nel settore del food design e del food packaging.</p>
VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO	<p>Prova orale.</p> <p>La prova orale consiste in un colloquio volto ad accertare il possesso delle competenze e delle conoscenze previste dal corso ed è articolata in un minimo di tre domande. Queste sono appositamente pensate per testare i risultati di apprendimento previsti e tenderanno a verificare a) le conoscenze acquisite, b) le capacità elaborative e di applicazione delle conoscenze a specifici esempi, c) il possesso di un'adeguata capacità espositiva.</p> <p>Il punteggio massimo si ottiene se in tutti e tre questi ambiti lo studente mostra ottime capacità.</p> <p>La valutazione sarà espressa in trentesimi.</p> <p>30 e 30 e lode: ottima conoscenza degli argomenti, ottima proprietà di linguaggio, buona capacità analitica, lo studente è in grado di applicare le conoscenze per risolvere i problemi proposti.</p> <p>26-29: buona padronanza degli argomenti, piena proprietà di linguaggio, lo studente è in grado di applicare le conoscenze per risolvere i problemi proposti.</p> <p>24-25: conoscenza di base dei principali argomenti, discreta proprietà di linguaggio, con limitata capacità di applicare autonomamente le conoscenze alla soluzione dei problemi proposti.</p> <p>21-23: non ha piena padronanza degli argomenti principali dell'insegnamento ma ne possiede le conoscenze, soddisfacente proprietà linguaggio, scarsa capacità di applicare autonomamente le conoscenze acquisite.</p> <p>18-20: minima conoscenza degli argomenti principali dell'insegnamento e del linguaggio tecnico, scarsissima o nulla capacità di applicare autonomamente le conoscenze acquisite.</p> <p>INSUFFICIENTE: non possiede una conoscenza accettabile dei contenuti degli argomenti trattati nell'insegnamento.</p>
OBIETTIVI FORMATIVI	Il corso mira a fornire gli strumenti per comprendere, e in un secondo momento progettare, i meccanismi di senso e comunicativi che stanno alla base dei vari artefatti materiali che costituiscono gli ambiti del food design e del food packaging. Dunque il corso si concentrerà sul fornire gli strumenti teorici e metodologici efficaci per una completa e approfondita comprensione delle strategie di senso che reggono e rendono funzionali molteplici tipi di prodotti di design agroalimentare: confezioni, grafiche, etichette, oggetti di cucina,

	accessori per la tavola, per il consumo, per la vendita di cibo etc. Il corso intende mostrare come analizzare prodotti così eterogenei individuando quali sono le strategie e gli effetti di senso, più o meno volontari e coerenti, che sottendono l'attuale discorso gastronomico e le sue ricadute culturali, economiche, di brand.
ORGANIZZAZIONE DELLA DIDATTICA	lezioni ed esercitazioni
TESTI CONSIGLIATI	<ul style="list-style-type: none"> - D. Mangano, 2014, "Food design", Roma, Carocci - I. Ventura Bordenca, 2022, "Food packaging", Milano, FrancoAngeli. <p>e le seguenti dispense che saranno fornite dalla docente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - D. Mangano, 2019, "Officine del gusto", in D. Mangano, "Ikea e altre semiosfere", Mimesis, Milano - G. Marrone, 2016, "Ritmi alimentari. Dal fast allo slow", in G. Marrone "Semiotica del gusto", Mimesis, Milano - D. Mangano, G. Marrone, 2002, "Intorno allo sbattitore", in Versus n. 92, a cura di M. Deni - A. Giannitrapani, 2012, "Mukka express. Una contrazione mancata", in A. Giannitrapani, G. Marrone, a cura di, "La cucina del senso", Mimesis, Milano - I. Ventura Bordenca, 2020, "Baby food design", in I. Ventura Bordenca, "Essere a dieta", Meltemi, Milano

PROGRAMMA

ORE	Lezioni
4	cos'è il food design - la gastrosfera - semiotica del design - come si fa analisi degli oggetti
6	marketing e design alimentare - la progettazione dell'identità alimentare - dal ristorante al piatto: strategie di design del territorio - logo alimentari: la progettazione dell'identità dello chef
6	oggetti in cucina: i significati culturali degli strumenti di trasformazione culinaria - dal coltello alle pentole, dalla caffettiera agli elettrodomestici (planetarie etc.): come cambia il senso della cucina e il ruolo del cuoco
6	oggetti per la tavola: i significati culturali e sociali degli accessori per il consumo alimentare - dalla forchetta al tovagliolo: come si costruisce il commensale - il caso degli oggetti da tavola per bambini
6	che cos'è il food packaging - funzioni generali del packaging nel sistema delle merci e del branding contemporaneo - funzioni di differenziazione e identificazione del brand - principali strategie comunicative
6	analisi delle principali aree del food packaging - comunicare il vino attraverso il packaging: le etichette e le bottiglie - comunicare la naturalità: il packaging dei prodotti bio e veg - la retorica del senza - il packaging delle acque minerali - iconic packaging: come si crea un packaging-icona
ORE	Esercitazioni
6	lavori di gruppo in aula su food e packaging design