POLI.DESIGN
Consorzio
del Politecnico
di Milano

DSBI
DESIGN STRATEGICO E BRAND IDENTITY
Design, comunicazione e innovazione per la regione Puglia

Corso di alta formazione organizzato da POLI.design, consorzio del Politecnico di Milano

Edizione 2008/2009

Inizio: ottobre 2008
Durata: 800 ore
Frequenza: 3 giorni a settimana

www.polidesign.net/dsbi

PROGRAMMA
Le nuove dinamiche competitive che investono i territori rendono necessarie risposte strategiche di innovazione di sistema. Il corso "Design Strategico e Brand Identity" ha come obiettivo proprio la definizione di progetti orientati a creare le condizioni per uno sviluppo locale armonico e duraturo, capaci di valorizzare e rigenerare in modo creativo anche le risorse già presenti sul territorio. Una attività progettuale, quindi, che mira a mettere a sistema le risorse disponibili, ad immaginare scenari possibili di innovazione e valorizzazione sostenibile, a creare sinergie e piattaforme di condivisione tra gli attori presenti a livello locale.
L'approccio strategico allo sviluppo locale permette di:
- valorizzare le identità ed i genius loci dei diversi territori;
- fare leva sul capitale territoriale, inteso quale complesso di elementi tangibili ed intangibili che compongono il sistema d'offerta locale;
- definire strategie di innovazione e valorizzazione del territorio enfatizzandone i caratteri distintivi e identitari attraverso azioni di comunicazione, progettazione di nuove soluzioni di servizio, e progettazione del prodotto per la valorizzazione dell'artigianato locale e delle produzioni agroalimentari .
La frammentazione dell'offerta territoriale in diverse componenti ed attori, inoltre, pone con forza il tema della gestione e dell'organizzazione dell'intero processo di innovazione (di sistema prodotto). Un progetto di valorizzazione locale non può che fondarsi sulla condivisione dei valori e degli scenari di sviluppo da parte dei principali stakeholder ed operatori che 'insistono' sul territorio.
Le dinamiche competitive unite a tali nuove esigenze territoriali impongono la formazione di nuovi profili di operatori capaci di coniugare competenze di tipo manageriale ed organizzativo con competenze di tipo progettuale nella definizione di scenari di innovazione di sistema. Il territorio Pugliese, che in questi anni sta vivendo profondi cambiamenti sul versante della valorizzazione turistica e della valorizzazione di produzioni agroalimentari di qualità, si presenta come particolarmente adatto per un percorso di alta formazione di questo tipo. Particolarmente adatto e bisognoso di profili di questo tipo.
Il corso "Design Strategico e Brand Identity" si propone quindi di trasferire le metodologie e gli strumenti di gestione operativa del Design Strategico e della comunicazione.
In particolare, il corso si sviluppa lungo due direttrici principali:
- quella del progetto di design, in cui verranno trasferite competenze e conoscenze relative alla definizione di un progetto di sistema-prodotto (prodotto-servizio-comunicazione) a scala territoriale;
- quella del management e dell'organizzazione; in cui verranno trasferite competenze e conoscenze relative all'organizzazione del processo di innovazione e alla gestione economica del progetto, con una particolare attenzione al trasferimento di conoscenze utili a stimolare l'autoimprenditorialità e la creazione di impresa.

Obiettivi e sbocchi professionali
L'obiettivo del corso "Design Strategico e Brand Identity" è quello di sviluppare nei partecipanti una serie articolata di capacità:
- progettualità: capacità di operare in termini di problem setting e problem solving (produrre e comunicare attraverso immagini, schemi, mappe);
- intraprendenza e auto-imprenditorialità: capacità di trovare i modi, le risorse, i partner per raggiungere un obiettivo prefissato;
- attitudine a gestire la complessità: capacità di integrare risorse e attori di un processo progettuale;
- visione: capacità di selezionare le informazioni, di individuare le tendenze e di produrre scenari;
- innovazione: capacità di progettare e gestire l'innovazione nelle diverse componenti del sistema-prodotto (in

particolare della comunicazione e del servizio);
- racconto: capacità di presentare le proprie idee ed i propri progetti e di lavorare a distanza, comunicando tramite sistemi multimediali.
- strategia: capacità di usare le strategie di design per innovare nei settori dell'artigianato, dei servizi e del settore agroalimentare.

Il Corso di Alta Formazione in "Design Strategico e Brand Identity" rappresenta un'esperienza formativa, teorico e pratico-progettuale, orientata a:
- potenziare le competenze di giovani laureati che intendono operare presso istituzioni pubbliche , agenzie di sviluppo locale ed imprese che operano per lo sviluppo competitivo e sostenibile del territorio Pugliese e più in generale di tutti i territori a vocazione turistica.
- favorire in giovani laureati l'autoimprenditorialità e la creazione di impresa nei settori del turismo, dell'artigianato, nei servizi sviluppando idee di business che fanno leva sul design.

Titolo rilasciato
Ai partecipanti è rilasciato un attestato di frequenza del corso da parte di POLI.design

Luogo di svolgimento delle lezioni
Le lezioni si terranno presso l'aula accreditata per la formazione professionale Regione Puglia - formazione continua e formazione superiore, della SIN Srl, Ostuni (Br) – Via Stazione - Zona Industriale.

DIDATTICA

Piano didattico:
Il corso prevede 500 ore di didattica frontale e workshop e 300 ore di stage. Il percorso didattico si articola in sette macroaree:
- Marketing territoriale e strategie per lo sviluppo locale: nozioni di base, metodologie di analisi del territorio, strategie e modelli di sviluppo, Case Studies, sistemi territoriali evoluti; benchmarking dei sistemi territoriali.
- Design per lo sviluppo locale: Design strategico e progettazione orientata all'innovazione sostenibile del contesto (approccio user-centered e context-based); valorizzazione creativa delle risorse territoriali; design dei servizi; design della comunicazione degli strumenti ICT; imprese design oriented nei settori dell'artigianato, case studies
- Strategie aziendali, innovazione a scala territoriale, project management: nozioni base di economia ed organizzazione aziendale, nozioni di base di strategie aziendali, gli attori del progetto di innovazione a scala territoriale, il project management, case studies, il contesto Pugliese e le opportunità di innovazione (opportunità di auto-imprenditorialità).
- Progettazione partecipata e legislazione di riferimento: strumenti di progettazione partecipata, negoziazione e risoluzione dei conflitti, bandi e finanziamenti nazionali e regionali (PON, POR).
- Strumenti per l'autoimprenditorialità e la creazione di impresa "design oriented": definire una business idea innovativa, la formulazione del business plan, la verifica della fattibilità economica, strumenti finanziari di sostegno allo start up.
- 4 Workshop progettuali: attività progettuali svolte con imprese e simulazione creazione business plan.
- Stage: lo stage consisterà in un'esperienza progettuale concreta, svolta in collaborazione con un'azienda, ente o associazione sponsor, la quale proporrà un tema, individuato rispetto a criteri di attualità, rilevanza e significatività, così da consentire ai partecipanti lo sviluppo di un percorso progettuale coerente ed esauriente. Lo stage si svolgerà nella Regione Puglia e potrà essere svolto anche sotto forma di affiancamento all'avvio di impresa.

Modalità di lezione:
Il corso prevede frequenza obbligatoria e si svolgerà nelle giornate di mercoledì, giovedì e venerdì.

Numero di ore erogate:
500 ore di didattica frontale
300 ore di stage

AMMISSIONE

Modalità di ammissione:
L'ammissione al corso è subordinata alla verifica della validità dei titoli e al superamento di una selezione, basata sulla valutazione del curriculum.
Per partecipare alle selezioni è necessario inviare il proprio curriculum vitae a:
Coordinamento Formazione – Polidesign/ Corso DSBI, via Durando 38/A, 20158 Milano o via e-mail a: formazione@polidesign.net
La scadenza per la presentazione della domanda è il 20 settembre 2008

Requisiti di ammissione:
Il corso è riservato ai possessori di laurea del v.o. o di laurea di primo o di secondo livello.

Borse di studio
Il corso risponde ai requisiti necessari per la richiesta di Borse di Studio per residenti in Puglia

(http://formazione.regione.puglia.it/)

Scadenza per l'iscrizione
20-09-2008

Costo
7.000 Euro + IVA

La quota di iscrizione può essere rateizzata

FACULTY
Le attività formative saranno condotte da docenti universitari, professionisti ed esperti nel campo del design, della comunicazione e del management. Tra questi:

Venanzio Arquilla, Politecnico Milano
Francesco Bergonzi, Politecnico Milano
Massimo Bianchini, Politecnico Milano
Luigi Brenna, Politecnico Milano
Michele Carriero, Organising & Consulting
Cabirio Cautela, Politecnico Milano
Luisa Collina, Politecnico Milano
Vincenzo Cristallo, Università degli Studi di Napoli
Donato D'ercole, Università di Pescara
Giuseppe Di Bucchianico, Università di Pescara
Francesco Guida, AIAP
Eleonora Lupo, Politecnico Milano
Stefano Maffei, Politecnico Milano
Massimiliano Mandarini, Marchingenio Srl
Antonio Marano, Università di Pescara
Alfonso Morone, IULM Milano
Marina Parente, Politecnico Milano
Mario Piazza, Politecnico Milano
Edoardo Pozio, Organising & Consulting
Innocenzo Rifino, designer
Elena Riva, Visualmade
Giuliano Simonelli, Politecnico Milano
Samuele Spinoni, Stileurbano
Viviana Trapani, Università di Palermo
Raffaella Trocchianesi, Politecnico Milano
Alessandra Ubertazzi, architetto
Beatrice Villari, Politecnico Milano
Francesco Zurlo, Politecnico Milano
Arianna Vignati, Politecnico di Milano

Per informazioni
Ufficio coordinamento corsi POLI.design – Consorzio del Politecnico di Milano
Via durando 38/a
Tel. +39 02 2399 7208
Fax +39 022399 7217
formazione@polidesign.net
www.polidesign.net