SCUOLA DI DESIGN

Sezione A - Gestione Dati Generali

Scuola	SCUOLA DI DESIGN
A1 - Denominazione del corso di studi	Master Primo Livello in Brand Strategy Design for Social Change
Codice interno master	
Codice interno piano di studi	
A3 - Struttura didattica proponente	Dipartimento
A8 - Tipologia	Nuovo Master
A11 - Sito internet del corso	https://www.isiaroma.it/formazione/master-lista/

Sezione B - Gestione Piani di Studio

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Primo anno									
		ISDC/02	Strategie della comunicazione Socially engaged art e pratiche narrative	6	75/75	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISDC/05	Design della comunicazione Brand design trasformativo	4	50/50	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISDE/01	Design del prodotto Design del prodotto trasformativo	6	75/75	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISDE/03	Design dei sistemi	4	50/50	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISME/03	Scienze e linguaggi della percezione Teoria dell'immagine e responsabilità sociale	3	37.5/37.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISSC/01	Storia delle arti e delle tecniche Stora delle pratiche artistiche e delle trasformazioni sociali	3	37.5/37.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISSE/01	Marketing Teoria e critica del marketing e del brand activism	3	37.5/37.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISSE/01	Organizzazione aziendale Mission design e organizzazione aziendale	3	37.5/37.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISST/03	Tecnologie della produzione Valutazione del ciclo di vita del prodotto	2	25/25	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISST/03	Tecnologie della produzione Processi di produzione sostenibili	2	25/25	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISSU/01	Sociologia e antropologia del design Sociologia e antropologia dei consumi	3	37.5/37.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISSU/01	Sociologia e antropologia del design Archetipi dell'immaginario	4	50/50	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		ISSU/03	Psicologia del consumo	3	37.5/37.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
		Prova Finale		4	0/100		Obbligatorio		
		Stage/Tirocini		10	0/250		Obbligatorio		
Totale esami: 13									

Ordinamento

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno
	60		ISDC/02	6	6	0	0
			ISDC/05	4	4	0	0
			ISDE/01	6	6	0	0
			ISDE/03	4	4	0	0
			ISME/03	3	3	0	0
			ISSC/01	3	3	0	0
			ISSE/01	6	6	0	0
			ISST/03	4	4	0	0
			ISSU/01	7	7	0	0
			ISSU/03	3	3	0	0
			Prova Finale	4	4	0	0
			Stage/Tirocini	10	10	0	0
Totale	60				60	0	0

Sezione C - Gestione Testi

C1 - Obiettivi Formativi	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Gli obiettivi formativi del master in Brand Strategy Design for Social Change – sono rivolti a preparare gli studenti ad affrontare le sfide sociali attuali attraverso approcci basati sulle pratiche di Art & Design contemporanee. Gli obiettivi formativi si specificano nel comprendere le questioni sociali, attraverso un approfondimento della comprensione delle problematiche sociali, come la povertà, l'uguaglianza di genere, la sostenibilità ambientale e l'inclusione sociale. Nello sviluppare competenze di progettazione mediante l'acquisizione di competenze avanzate nella progettazione centrata sull'utente e orientata al cambiamento sociale, con un'enfasi particolare sulla partecipazione della comunità e sulla co-creazione tra artisti e designer/progettisti. Nell'utilizzare metodologie di ricerca partecipativa mediante l'apprendimento di come condurre ricerche partecipative che coinvolgano gli utenti e le comunità interessate nel processo di progettazione, assicurando che le soluzioni proposte siano autentiche e culturalmente appropriate. Quindi integrare la sostenibilità, ovvero i principi di sostenibilità ambientale e sociale, nel processo di progettazione, sviluppando soluzioni che siano ecologicamente responsabili e culturalmente sensibili. E anche sviluppare competenze tecniche avanzate attraverso il miglioramento e la specificazione di competenze tecniche nell'uso di strumenti e tecnologie avanzate nel campo del design. Il tutto promuovendo la collaborazione interdisciplinare, ovvero favorire la collaborazione tra diverse discipline, incoraggiando la partecipazione di studenti provenienti da background diversi, come design, scienze sociali, teoria critica e studi culturali in genere, ingegneria e altre discipline pertinenti. E facendo questo sviluppare una consapevolezza, ovvero coltivare una consapevolezza critica degli impatti sociali, etici ed economici delle soluzioni di design proposte, valutando attentamente le conseguenze e i benefici a lungo termine. Applicare il design thinking per la soluzione di problemi sociali come approccio metodologico per affrontare e risolvere i problemi sociali, integrando fasi come l'empatia, la definizione, l'ideazione, la prototipazione e il testing. Collaborare con le comunità locali, attraverso la promozione della collaborazione attiva con le comunità locali per identificare i bisogni reali e sviluppare soluzioni che rispondano in modo efficace alle esigenze specifiche del contesto. Promuovere l'innovazione sociale, ovvero incoraggiare la capacità di sviluppare soluzioni divergenti e innovative che possano portare a un cambiamento sociale positivo, sia a livello locale che globale. Questi obiettivi formativi devono preparare gli studenti a diventare designer consapevoli e impegnati nella creazione di soluzioni che possano avere un impatto positivo sulla società.	
C2 - Prova Finale	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
La prova finale del master in Brand Strategy Design for Social Change comprende diversi elementi, ovvero: Progetto di Design Critico, gli studenti possono essere tenuti a sviluppare un progetto di Socially Engaged Desig e/o del Brand Design e/o del Product Design Orientato alla Sostenibilità che affronti una problematica sociale o culturale specifica. Questo progetto deve riflettere l'applicazione delle teorie del Socially Engaged Design e/o Design orientato alla sostenibilità e dimostrare una profonda comprensione delle questioni affrontate. Agli studenti è richiesto di documentare il processo di progettazione in modo dettagliato, evidenziando le fasi cruciali come la ricerca, l'ideazione, la prototipazione e la valutazione. L'analisi deve essere rivolta a dimostrare la consapevolezza critica delle decisioni di progettazione e dei contesti sociali circostanti. Una componente importante è quella della riflessione critica scritta che analizzi il contesto teorico del progetto, inclusi i concetti di design applicati, la letteratura di riferimento e le scelte progettuali effettuate. Lo studente è quindi tenuto a presentare oralmente il progetto, illustrando le scelte progettuali, le sfide incontrate e le soluzioni proposte. La presentazione è volta a dimostrare abilità comunicative e capacità di difendere le scelte progettuali in modo persuasivo. La succitata discussione avverrà di fronte a una Commissione Esaminatrice, ovvero una sessione di domande e risposte è parte integrante della prova finale. Gli studenti dovranno quindi discutere e approfondire il loro lavoro, rispondendo alle domande della commissione e dimostrando una comprensione approfondita dei concetti di design applicati. È molto importante che sia presente una Riflessione Etica e Sociale, in questo senso la prova finale include una valutazione critica degli impatti etici e sociali e trasformativi del progetto, evidenziando la consapevolezza delle responsabilità del designer nel contesto del Socially Engaged Design e/o del Brand Design e/o del Product Design Orientato alla Sostenibilità. La prova finale dovrà mettere in evidenza non solo le competenze tecniche di progettazione, ma anche la capacità dello studente di applicare criticamente teorie e concetti, dimostrando una comprensione approfondita del Socially Engaged Design e/o del Brand Design e/o del Product Design Orientato alla Sostenibilità e del suo impatto sulla società. Il voto di ammissione alla prova finale è calcolato secondo il metodo della media ponderata sui crediti ottenuti in ogni ambito disciplinare, che prende a riferimento tutti i risultati, espressi in trentesimi, ottenuti negli ambiti disciplinari, e viene rapportata in centodecimi. Alla prova finale viene assegnato, dalla commissione giudicatrice composta dai membri del Consiglio di Corso, un punteggio complessivo da zero a dodici punti che va a sommarsi alla votazione di ammissione data dalla media dei voti conseguiti negli ambiti disciplinari. La proposta di votazione finale viene avanzata alla commissione giudicatrice dai professori relatori. Nel caso di raggiungimento del punteggio di 110, su proposta del Presidente e su parere unanime della Commissione giudicatrice, può essere assegnata la lode nonché la eventuale segnalazione, in casi di assoluta e riconosciuta unanime eccellenza, della menzione di "votazione cum laude" che viene riportata sul verbale finale e trasmessa al Consiglio Accademico per i riconoscimenti di merito.	
C3 - Prospettive occupazionali	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**

Il Socially Engaged Design (SED) e/o il Brand Design e il Product Design Orientati alla Sostenibilità sono aree del design che rispondono a esigenze di sostenibilità, e le prospettive occupazionali in questi campi sono in continua espansione. Ecco alcune prospettive occupazionali per coloro che si specializzano in Socially Engaged Design, Brand Design e Product Design Orientati alla Sostenibilità: Socially Engaged Design (SED): 1. Designer di Comunità: lavorare direttamente con le comunità per affrontare le sfide locali attraverso progetti di design partecipativo e sostenibile; 2. Facilitatore del Dialogo sociale: Mediatore che facilita il dialogo tra gruppi diversi all'interno della società, cercando di creare consapevolezza e comprensione reciproca attraverso il design; 3. Esperto di Inclusione e Diversità: creare soluzioni di design che promuovono l'inclusione sociale e affrontano le disuguaglianze, lavorando con organizzazioni e istituzioni; 4. Consulente per lo Sviluppo Sostenibile: collaborare con organizzazioni no-profit, governi o aziende per integrare approcci sostenibili nei loro progetti e operazioni; 5. Educatore Sociale: insegnare i principi del Socially Engaged Design in istituti di istruzione superiore o attraverso programmi di formazione comunitaria; 6. Esperto in Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR): collaborare con le aziende per sviluppare strategie di CSR che abbiano un impatto positivo sulla società; Brand Design orientato alla sostenibilità: 1. Brand Strategist Sostenibile: sviluppare strategie di branding che integrano i principi della sostenibilità, creando un'identità di marca che rifletta l'impegno verso pratiche socialmente e ambientalmente responsabili; 2. Responsabile della Comunicazione Ambientale: comunicare l'impegno di un'azienda nei confronti della sostenibilità, sia internamente che esternamente, attraverso campagne di comunicazione mirate e materiale promozionale; 3. Designer di Packaging Sostenibile: creare soluzioni di design per il packaging che siano ecologiche e rispettose dell'ambiente, riducendo l'impatto ambientale dell'imballaggio dei prodotti; 4. Brand Manager Responsabile: gestire l'identità di marca di un'azienda, assicurandosi che tutti gli aspetti della comunicazione e del design siano allineati con i valori della sostenibilità; 5. Consulente di Sostenibilità per il Brand: collaborare con le aziende come consulente esterno per integrare le pratiche sostenibili nella gestione del brand, dall'identità visiva alla comunicazione; 6. Direttore Creativo Sostenibile: supervisionare il processo creativo e lo sviluppo del brand, garantendo che ogni aspetto del design rispetti i principi della sostenibilità; 7. Ricercatore di Tendenze Sostenibili: monitorare e analizzare le tendenze di consumo sostenibili per informare il processo creativo e garantire che il brand sia allineato con le aspettative dei consumatori in materia di sostenibilità; 8. Esperto in Circular Design: integrare principi di circolarità nei progetti di design del brand, promuovendo l'uso efficiente delle risorse e il riutilizzo dei materiali; 9. Sviluppatore di Prodotti Sostenibili: collaborare con team di design e sviluppo per creare prodotti che siano sostenibili dal punto di vista ambientale e che riflettano i valori del brand; 11. Formatore: condividere conoscenze e competenze insegnando design orientato alla sostenibilità in istituti di istruzione superiore o attraverso programmi di formazione. Product Design Orientato alla Sostenibilità: 1. Progettista Ambientale: creare soluzioni di design che riducano l'impatto ambientale, incorporando principi di sostenibilità nelle pratiche progettuali; 2. Gestore del Ciclo di Vita dei Prodotti: lavorare con aziende per sviluppare e implementare strategie che estendano la durata di vita dei prodotti e riducano i rifiuti; 3. Consulente in Efficienza Energetica: collaborare con aziende e organizzazioni per migliorare l'efficienza energetica attraverso il design di prodotti; 4. Esperto in Materiali Sostenibili: ricerca e sviluppo di materiali ecologici e sostenibili per l'uso nella progettazione di prodotti e costruzioni; 5. Progettista di Sistemi di Mobilità Sostenibile: sviluppare soluzioni di design per il trasporto che riducano l'impatto ambientale e promuovano la mobilità sostenibile; 6. Progettista di Spazi Verdi Urbani: creare progetti di design che migliorano la qualità ambientale degli spazi urbani, promuovendo la biodiversità e la connessione con la natura; 7. Analista di Ciclo di Vita (LCA): valutare l'impatto ambientale dei prodotti durante tutte le fasi del loro ciclo di vita utilizzando metodologie di analisi del ciclo di vita; 8. Ricercatore in Sostenibilità: lavorare in istituti di ricerca per sviluppare nuove metodologie e approcci alla progettazione sostenibile. Entrambi i campi offrono opportunità di lavoro presso agenzie di design, organizzazioni no-profit, aziende, istituti di ricerca, governi e istituti di istruzione superiore, contribuendo così a creare soluzioni che affrontano le sfide sociali ed ambientali della nostra epoca.

Sezione D - Gestione Documenti

D1 - Nota di richiesta di autorizzazione del Corso sottoscritta dal Direttore o dal Legale Rappresentante	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D2 - Delibera del Consiglio Accademico relativa all'istituzione e l'attivazione del corso di Master, contenente la Proposta di istituzione e attivazione del corso formulata dalla Struttura didattica proponente	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D3 - Delibera CdA relativa all'istituzione e l'attivazione del corso di Master, attestante in particolare la sostenibilità economico finanziaria dell'iniziativa e i compensi previsti per la docenza	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D4 - Regolamento del Corso di Master	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D5 - Calendario didattico, con l'indicazione della data di inizio del corso	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D6 - Convenzioni tra le Istituzioni interessate (in caso di master interIstituzione)	**Obbligatorio: No Universitaly: No**	
D7 - Convenzioni con il mondo imprenditoriale attinenti al corso	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D8 - Regolamento didattico dell'Istituzione e atto di approvazione ministeriale	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito

D9 - Decreto di autorizzazione del Triennio di riferimento	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D10 - Attestazione del Direttore di ASSENZA DI ONERI AGGIUNTIVI A CARICO DELLO STATO per le modifiche richieste	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	Documento Inserito
D11 - Dichiarazione rilasciata dal Direttore dell'Istituzione sulla veridicità e conformità delle dichiarazioni rese e dei documenti inseriti nell'istanza prodotta con la procedura CINECA per il riscontro della conformità dei percorsi formativi alle statuizioni contenute nel D.P.R. 212 del 8.7.2005 e D.M. n. 14 del 2018	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	
D14 - Valutazione periodica favorevole	**Obbligatorio: Si Universitaly: No**	

- Non è stato inserito il documento alla sezione: D11 Dichiarazione rilasciata dal Direttore dell'Istituzione sulla veridicità e conformità delle dichiarazioni rese e dei documenti inseriti nell'istanza prodotta con la procedura CINECA per il riscontro della conformità dei percorsi formativi alle statuizioni contenute nel D.P.R. 212 del 8.7.2005 e D.M. n. 14 del 2018

Sezione E - Valutazione ANVUR

E1 - Requisiti di docenza

E1.1 - Per i docenti a contratto, descrivere le procedure di reclutamento adottate e fornire la documentazione utilizzata	Documento inserito
E1.2 - Curriculum del Coordinatore del Master Comprovare in particolare: **-l'afferenza all' Istituzione proponente** **-l'elevata e qualificata competenza nel settore** **-i risultati di particolare e documentato rilievo in ambito scientifico/artistico e professionale.** **Nel caso di Master di II livello il CV dovrà attestare anche il coordinamento di gruppi di ricerca e/o di progetti (o di unità di progetto) nazionali o internazionali di ambito artistico.**	Documento inserito
E1.10 - ULTIMA RELAZIONE ANNUALE DEL NUCLEO DI VALUTAZIONE	Documento inserito

Indirizzo: Generico

È necessario utilizzare esclusivamente il "template" (scarica) ANVUR messo a disposizione, firmato dal docente, datato e corredato da una fotocopia di identità (in formato .pdf);

Settore (Gruppo)	Disciplina	CFA	Docente - Ruolo - Settore - Curriculum (solo se richiesto)
Primo anno cfa: 60			
ISDC/02	Strategie della comunicazione Socially engaged art e pratiche narrative	6	Procedura selettiva pubblica Procedura selettiva pubblica - Docente a Contratto - ISDC/02 [Cv inserito]
ISDC/05	Design della comunicazione Brand design trasformativo	4	Rullo Mario - Docente a TD - ISDC/05 [Cv inserito]
ISDE/01	Design del prodotto Design del prodotto trasformativo	6	Datti Massimiliano - Docente a TI - ISDE/01 [Cv inserito]
ISDE/03	Design dei sistemi	4	Spalletta Alessandro - Docente a TI - ISDE/03 [Cv inserito]
ISME/03	Scienze e linguaggi della percezione Teoria dell'immagine e responsabilità sociale	3	Procedura Selettiva Pubblica Procedura Selettiva Pubblica - Docente a Contratto - ISME/03 [Cv inserito]
ISSC/01	Storia delle arti e delle tecniche Stora delle pratiche artistiche e delle trasformazioni sociali	3	Procedura selettiva pubblica Procedura selettiva pubblica - Docente a Contratto - ISSC/01 [Cv inserito]
ISSE/01	Marketing Teoria e critica del marketing e del brand activism	3	Procedura selettiva pubblica Procedura selettiva pubblica - Docente a Contratto - ISSE/01 [Cv inserito]
ISSE/01	Organizzazione aziendale Mission design e organizzazione aziendale	3	Procedura selettiva pubblica Procedura selettiva pubblica - Docente a Contratto - ISSE/01 [Cv inserito]
ISST/03	Tecnologie della produzione Valutazione del ciclo di vita del prodotto	2	Bruno Testa - Docente a Contratto - ISST/03 [Cv inserito]
ISST/03	Tecnologie della produzione Processi di produzione sostenibili	2	Bruno Testa - Docente a Contratto - ISST/03 [Cv inserito]
ISSU/01	Sociologia e antropologia del design Sociologia e antropologia dei consumi	3	Monico Francesco - Docente a Contratto - ISSU/01 [Cv inserito]
ISSU/01	Sociologia e antropologia del design Archetipi dell'immaginario	4	Monico Francesco - Docente a Contratto - ISSU/01 [Cv inserito]
ISSU/03	Psicologia del consumo	3	Procedura selettiva pubblica Procedura selettiva pubblica - Docente a Contratto - ISSU/03 [Cv inserito]

Settore (Gruppo)	Disciplina	CFA	Docente - Ruolo - Settore - Curriculum (solo se richiesto)
Prova Finale		4	
Stage/Tirocini		10	

E2 - Requisiti di sostenibilità finanziaria e esiti

E2.1 - Bilancio di esercizio dell'Istituzione dell'ultimo triennio	Documento inserito
E2.2 - Piano finanziario comprovante la piena sostenibilità del progetto formativo del Corso in oggetto e la sua evoluzione nel tempo	Documento inserito
E2.3 - Valutazione dei risultati Relazione del Coordinatore sull'attività svolta e sui risultati conseguiti, anche sulla base degli esiti di processi di verifica della soddisfazione degli iscritti e delle ricadute professionali del titolo	Documento inserito

E2.1 Consiglio di Corso (numero di componenti)	
E2.2 Numero di docenti interni all'Istituzione	
E2.3 Numero di Tutor	

ⓘ Scheda chiusa il: 2024-02-05 10:35:11