

Le Neuroscienze Per Il Design La Dimensione Emotiva Del Progetto

If you ally obsession such a referred **Le Neuroscienze Per Il Design La Dimensione Emotiva Del Progetto** ebook that will manage to pay for you worth, acquire the totally best seller from us currently from several preferred authors. If you want to comical books, lots of novels, tale, jokes, and more fictions collections are also launched, from best seller to one of the most current released.

You may not be perplexed to enjoy every ebook collections Le Neuroscienze Per Il Design La Dimensione Emotiva Del Progetto that we will unquestionably offer. It is not in relation to the costs. Its more or less what you obsession currently. This Le Neuroscienze Per Il Design La Dimensione Emotiva Del Progetto , as one of the most in force sellers here will enormously be in the midst of the best options to review.

Manuale di neuromarketing - Caterina Garofalo
2021-02-05T00:00:00+01:00
Il neuromarketing si propone di indirizzare,
ispirare e guidare le aziende e le organizzazioni

a comprendere in modo più profondo - e
connesso alle trasformazioni culturali, sociali ed
economiche - i bisogni, le attese e i desideri delle
persone per favorire il miglioramento continuo

delle proprie strategie di marketing, di comunicazione, di management e di brand equity. Questo manuale vi accompagnerà nel viaggio che, partendo dal racconto delle basi scientifiche del neuromarketing e della sua genesi, vi condurrà a scoprire tutti i possibili ambiti di riferimento e le nuove frontiere di applicazione come il neuro-design thinking, il neurobranding, il neuroselling, il neuroretail, il neuromanagement, la neuroleadership, la neuroeconomia e la neuroetica.

Visual Merchandising - Valeria M. Iannilli
2016-03-11

La dimensione narrativa e la pluralità dei linguaggi cui ricorre il progetto sono da sempre oggetto di attenzione teorica, ma divengono ancora più interessanti nel panorama contemporaneo nel quale è divenuto sempre più importante restituire, non solo le qualità fisiche dell'oggetto, quanto le sue caratteristiche valoriali, comunicative, emozionali, relazionali ed autentiche; ormai determinanti nella

costruzione dell'identità di prodotto. I nuovi spazi di vendita attivano un'interazione, simultanea e complessa, di differenti sistemi di significato: il linguaggio dell'oggetto, ovvero degli oggetti, la logica della loro disposizione e la struttura stessa che li contiene. Attraverso una sapiente conoscenza delle strutture percettive, interpretative e motivazionali sottese alle modalità di esperire lo spazio, unitamente alla conoscenza progettuale per disegnarne la forma e il significato, il progetto del visual merchandising è in grado di guidare il pubblico all'interno delle nuove esperienze narrative del brand.

Marketing emozionale e neuroscienze - II edizione - Francesco Gallucci

2014-04-30T00:00:00+02:00

Il marketing, la comunicazione e le neuroscienze hanno un fondamentale punto di contatto: le emozioni. Le marche e le aziende sono strenuamente impegnate a cercare nuove conferme della propria identità e del proprio

posizionamento. Innovare il marketing dipende sempre più dalla capacità di adottare nuovi modelli strategici che combinano in sistemi integrati discipline come le neuroscienze, il design, la filosofia, l'antropologia culturale. Emozioni, esperienze, semplicità sono quindi gli ingredienti di un nuovo modo di fare marketing: il neuromarketing. Di questa innovazione che implica un radicale cambio di paradigma e un passaggio dal monologo dell'azienda al dialogo con i clienti e i partner l'autore è stato precursore e, in virtù di ciò, questo suo libro si pone ormai come testo di riferimento riconosciuto.

Realtà virtuale e realtà aumentata - Lorenzo Montagna 2018-02-13T00:00:00+01:00

Dopo 40 anni di dominio televisivo due fenomeni hanno rivoluzionato le nostre vite creando nuovi scenari e nuovi business: internet e lo smartphone. A partire dal 2018 inizieremo a VIVERE - ed è il caso di scriverlo in maiuscolo - nuove, profonde esperienze 'immersive': quella

della realtà virtuale (VR) e della realtà aumentata (AR). VR e AR hanno la stessa portata rivoluzionaria della tv, del pc e dello smartphone di cui sono la naturale evoluzione, e il prossimo passaggio tecnologico sarà dagli 'handsets' agli 'headsets'. VR e AR diventeranno molto velocemente parte della nostra cultura, del nostro stile di vita quotidiano, esattamente come è accaduto per le altre tecnologie basate sulla comunicazione e sull'intrattenimento. Sono realtà che l'autore definisce 'media reality': realtà che ci informano, ci intrattengono, ci aiutano nello studio e nel lavoro. Per questo è importante, sia come utenti, sia come professionisti sapere come utilizzarle al meglio per il proprio business. Barilla, BMW, Candy, Coca-Cola, Decathlon, Samsung sono alcune delle aziende che hanno collaborato portando la loro esperienza in materia. Siete pronti a iniziare questo percorso? Leggete questo libro e preparatevi a viaggiare in una nuova dimensione 'media', la più coinvolgente dal punto di vista

emotivo e informativo che abbiate mai provato.

Oltre il Design Thinking - Federica Brancale

2021-11-05T00:00:00+01:00

Oltre il Design Thinking offre strategie, modelli e tecniche per risolvere problemi complessi e creare nuove idee per differenziarsi dalla concorrenza, unendo pensiero analitico e creativo. Nella prima parte il libro illustra, con un linguaggio accessibile a tutti, le più recenti teorie dell'innovazione e i metodi del Design Thinking. Nella seconda parte l'autrice approfondisce il tema descrivendo il processo di utilizzo e di integrazione dei dati all'interno di strategie creative elaborate da team ad alto rendimento, dove il gioco è l'elemento propulsore. La carica innovatrice del manuale è racchiusa nell'unione di elementi distanti tra loro come l'analisi dei dati, le emozioni, la creatività e il gioco per riportare il pensiero verso l'intuizione. Completano il libro numerosi casi studio e i canvas a colori disegnati a mano dall'autrice per aiutare la comprensione e la

simulazione. Il testo risulta così particolarmente adatto per chi desidera approcciare il Design Thinking, per gli analisti e i marketer alla ricerca di tecniche di consulenza basate sulla cooperazione e per i creativi chiamati a strutturare strategie di prodotto, business, comunicazione e marketing innovative.

L'analisi della forma urbana. Alnwick, Northumberland - M.R.G Conzen

2013-01-25T00:00:00+01:00

1098.2.13

What is a Designer - Norman Potter 1989
Combining a wide-ranging discussion of the major issues of design with detailed and practical information, Norman Potter looks at the possibilities and limits of design, considers the designer as artisan and as artist, and asks: 'What is good design?' What is a Designer prompts its readers to think and act for themselves. The work adds up to a powerful and endlessly rewarding resource for students of all ages. First published in 1969, the book is now

reissued to present the enduring core of Potter's arguments. An afterword by Robin Kinross sets the work and its author in their contexts.

Design e innovazione tecnologica - Maria

Cristina Forlani 2016-12-28T00:00:00+01:00

Collana STUDI E RICERCHE DI

ARCHITETTURA del Dipartimento di

Architettura Università degli Studi G. d'

Annunzio, Chieti-Pescara, diretta da Paolo

Fusaro La sezione Design e progettazione

tecnologica, Dept, del Dipartimento

d'architettura di Pescara ha promosso, in questi

anni, specifiche attività formative e di ricerca

che hanno privilegiato una riflessione e

un'azione progettuale sinergica tra le discipline

del Disegno industriale e della Progettazione

tecnologica dell'architettura. Il libro propone

una riflessione critica, sia su scenari, metodi e

strumenti di supporto alle attività d'ideazione,

elaborazione e valutazione, sia sul repertorio di

studi, prodotti, ricerche professionali e

sperimentazioni didattiche riferite a cinque filoni

tematici: Metodi e strumenti di progettazione, Valorizzazione delle risorse locali, Sostenibilità, Innovazione e industria, Comunicazione. È rivolto ad architetti, designer, operatori dell'industria e studenti dei corsi di laurea in Architettura e in Disegno industriale che svolgono attività di ricerca e progettazione orientate a generare cambiamento e innovazione nei settori dell'Architettura e del Design. The design and technological planning section, Dept, of the department of Architecture at Pescara has been, in the last few years, promoting specific educational activities and research which has given a privileged place for consideration synergistic planning actions among the Industrial design disciplines and Technological planning of Architecture. This book proposes a critical reflection, whether it be through the different sets, methods and instruments of support of the conceptual activity, elaboration and evaluation or, whether it be through the repertoire of study, its products, professional

research and didactic experimentation with reference to five thematic fields: methods and planning instruments, evaluation of local resources, sustainability, innovation and industry, communication. It is oriented towards architects, designers, industrial operators and students who are studying the B.A. Degree Programme of Architecture and Design and whose studies involve research and planning oriented towards the generation of change and innovation within the field of Architecture and design. M. Cristina Forlani, professore ordinario di Tecnologia dell'architettura presso l'Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara. Svolge attività di ricerca nel campo della Progettazione Ambientale con particolare riferimento alle tecnologie appropriate, allo sviluppo sostenibile e all'uso delle risorse locali. Le sue principali pubblicazioni sono: *Cultura materiale e progetto sostenibile*, L'Università per il terremoto, *Costruzione e uso della terra*. Andrea Vallicelli, professore ordinario di

Disegno industriale presso l'Università G. d'Annunzio di Chieti-Pescara. Svolge attività di progettazione e di ricerca nel campo del design, con particolare riferimento al settore nautico. Ha pubblicato saggi enciclopedici per la Treccani ed è stato responsabile scientifico di sede di numerose ricerche nazionali, tra cui: Sistema Design Italia (Compasso d'Oro ADI 2001), Il design per i distretti industriali e Me-Design.

Frontiers of Sound in Design - Dorian Dal Palù
2018-03-20

This book serves as a guide to developing and designing the right sound to enhance a product's identity, its use, its affordance and its acceptance by consumers. It is of interest to designers, researchers, R&D departments, marketing experts and industries involved in the exploration of the new frontiers now offered by sound. We are all immersed in an intangible world of sounds; however, the fact that only an infinitesimal part of the sound to which we are

exposed has been wittingly created is often ignored. An interdisciplinary and trans-disciplinary approach encompassing design methods and design engineering, psychology and cognitive ergonomics, acoustics and psychoacoustics contributes to the improvement of product sound development. Providing readers with an overview of design methods in which sound becomes a new requirement, the book investigates the role of sound from the consumer viewpoint, presents several tools and practical examples of sensory design tools and projects, and lastly, introduces a new tool and method developed expressly to support the design of product sound.

La mente in architettura - Sarah Robinson
2022

Anche se trascorriamo più del novanta per cento della nostra vita all'interno degli edifici, capiamo poco di come l'ambiente costruito influenza il nostro comportamento, i nostri pensieri, le nostre emozioni e il nostro benessere. Siamo

esseri biologici i cui sensi e sistemi neuronali si sono sviluppati nel corso di milioni di anni; è ragionevole pensare che la ricerca nelle scienze della vita, in particolare nelle neuroscienze, possa offrire intuizioni convincenti sul modo in cui i nostri edifici modellano le nostre interazioni con il mondo. Ne La mente in architettura i principali pensatori di architettura e di altre discipline, tra cui le neuroscienze, le scienze cognitive, la psichiatria e la filosofia, esplorano ciò che l'architettura e le neuroscienze possono imparare l'una dall'altra.

Graphic and digital designer - Mariano Diotto
2016-09

Dall'interno - Jacopo Leveratto 2021-12-22
Perché esiste la progettazione d'interni ma non quella di esterni? Per rispondere alla domanda, questo libro guarda alle azioni del progetto d'interni, cercando di capire cosa faccia, non tanto che cosa sia. E per farlo studia la disciplina per intersezione, provando a descrivere un

approccio operativo comune a tutte le posizioni che si riconoscono in questo campo, attraverso l'individuazione dei principi e dei parametri essenziali che ne caratterizzano il progetto. Il tutto attraverso il racconto delle idee e delle opere di alcuni protagonisti che hanno segnato non tanto una specifica identità disciplinare, quanto una particolare sensibilità progettuale che non conosce limitazioni tipologiche o scalari.

Dispositivi transculturali per la cura degli adolescenti. Un modello di intervento - AA.

VV. 2010-02-28T00:00:00+01:00

1222.131

Ricerche in Neuroscienze Educative -

Francesco Peluso Cassese 2021-09-20

Il volume raccoglie gli atti del convegno internazionale Research on Educational Neuroscience, School, Sports & Society, tenutosi in modalità virtuale il 30 e 31 marzo 2021.

Questa prima edizione, la cui regia è stata condotta egregiamente dal collega Peluso Cassese presso l'Università Telematica

Unicusano di Roma, ha riscosso un enorme successo, non solo per la grande partecipazione registrata di studiosi del contesto di ricerca internazionale, ma anche per la qualità dei lavori scientifici presentati, prodotti che hanno evidenziato una forte convergenza d'interesse verso le neuroscienze educative da parte dei differenti ambiti di studio. Il convegno ha creato ed aperto un fertile spazio di dibattito e confronto, il cui obiettivo è stato quello di mettere a fuoco l'attuale scenario nazionale ed internazionale evidenziandone, tanto lo stato dell'arte quanto l'evoluzione, alla luce degli studi e delle ricerche avviati ormai da oltre trent'anni.

Design Research - Lucia Rampino 2012

User eXperience design - Debora Bottà

2018-10-26T00:00:00+02:00

Progettare esperienze coinvolgenti e significative è una condizione fondamentale per differenziarsi dalla concorrenza, soddisfare i clienti e, di conseguenza, raggiungere gli

obiettivi aziendali. Aziende e professionisti dimostrano sempre più interesse per il design delle esperienze, e questo libro fa finalmente chiarezza sulla disciplina, ne fissa le basi e ne dà una visione completa e concreta. User eXperience Design spiega come un approccio human-centered consenta di individuare soluzioni desiderabili per le persone, realizzabili tecnicamente e profittevoli per le aziende. Nel contempo, illustra passo passo un processo di progettazione che conduce alla scoperta di strade innovative, iniziando dalla individuazione del problema da risolvere. Il libro descrive tutte le fasi di lavoro con le relative attività da svolgere e fornisce strumenti pratici, alcuni scaricabili dal sito www.uqlab.it. Gli elementi della strategia di UX design proposti nel libro si basano su un requisito imprescindibile: il coinvolgimento di utenti e aziende, necessario per ideare e testare soluzioni e costruire esperienze di valore. Oggi design, marketing e business sono chiamati a collaborare per

dissolvere le divisioni aziendali, adottando una visione condivisa, olistica e omnicanale dell'esperienza utente, e User eXperience Design sposa questo approccio, dimostrandone la validità. Grazie a questa guida pratica e completa sullo UX design, la prima in italiano, imprenditori, manager e designer possono capire e sfruttare il grande potenziale del design per progettare prodotti e servizi in grado di fare la differenza.

Materials Experience 2 - Owain Pedgley

2021-09-23

Materials Experience 2: Expanding Territories of Materials and Design is the follow-up companion to Materials Experience published in 2014.

Materials experience as a concept has evolved substantially and is now mobilized to incorporate new ways of thinking and designing. Through all-new peer-reviewed chapters and project write-ups, the book presents critical perspectives on new and emerging relationships between designers, materials, and artifacts.

Subtitled *Expanding Territories of Materials and Design*, the book examines in depth the increased prevalence of material-driven design practices, as well as the changing role of materials themselves, toward active and influential agents within and outside design processes. The book is essential reading for anyone involved in materials and design, containing 11 authoritative chapters and 18 illustrated accounts of contemporary research projects and practices. Presents both the knowledge and understanding of what 'new and emerging materials' are, where they come from, and how they can be used effectively in design. Looks at how the professional responsibility of material selection is evolving into a more complex and active role of material 'creation' and 'appropriation'. Explores how an elevated sensitivity to materials influence people's experiences of the designed world.

Pedagogia e Vita 2018/1 - AA.VV. 2018-11-06
Abstracts Editoriale Saggi Michel Imberty - Il

cervello musicale, sociale e narratore Milena Santerini - Coscienza di sé e educazione all'altruismo Alberto Oliverio - Neuroscienze, sviluppo e apprendimento Raniero Regni - Cervello, mente, educazione: da Montessori alle neuroscienze Articoli Calogero Caltagirone - Neuroscienze, antropologia, educazione. Verso la definizione di un paradigma relazionale Cosimo Costa - La relazione educativa tra fenomeno empatico e sintonia sinergica Lorena Menditto - Il Cervello sensibile. Riflessioni sulla mente matematica silenziosa, tra plasticità cerebrale e sistema educativo Valeria Caricaterra - Alla ricerca della persona: l'apporto delle neuroscienze Recensioni *Neurocopywriting* - Marco La Rosa 2021-05-14T02:00:00+02:00
Neurocopywriting è il primo manuale italiano a spiegare l'applicazione del neuromarketing e delle neuroscienze allo storytelling. Attraverso uno stile discorsivo ma rigorosamente documentato a livello scientifico, in queste

pagine scoprirete come creare contenuti efficaci, grazie alle conoscenze sul cervello e le sue modalità di reazione, apprendimento e attenzione: una delle nuove frontiere aperte dalle neuroscienze. Il libro si addentra in un percorso stimolante, ricco di esempi pratici, interviste, esperimenti e casi aziendali, risultando particolarmente utile per tutti coloro che, pur non essendo addetti ai lavori, devono ogni giorno confrontarsi con le sfide della comunicazione.

Il marketing per una società migliore -

Angelo Di Gregorio 2022-11-04

«Nell'economia e nella società il marketing crea valore per le persone, le istituzioni e le imprese, costruendo e mantenendo relazioni con clienti, consumatori e altri stakeholder al fine di rispondere a bisogni e desideri individuali ed esigenze collettive». Intorno a questa dichiarazione contenuta nel «Manifesto del Marketing» si snoda il percorso del libro, che si sviluppa in diverse direzioni complementari: il

contributo del marketing alla società e al mondo accademico; le tendenze nella letteratura accademica viste dalla prospettiva degli editor di prestigiose riviste internazionali; il punto di vista di manager e imprenditori sul ruolo del marketing per accrescere il vantaggio competitivo dell'impresa (con un capitolo scritto da un imprenditore, che racconta come «il bello e ben fatto» ha contribuito a fare della sua impresa una leader mondiale nel suo settore); il punto di vista dei consumatori sul significato del marketing e sul suo contributo al benessere della società contemporanea. A partire da queste considerazioni nasce Il marketing per una società migliore, con un approfondimento dei temi enunciati durante la XVII conferenza della Società Italiana di Marketing (SIM), svoltasi presso LIUC - Università Cattaneo il 29 e il 30 ottobre 2020.

CITTÀ DI SUONO - Martino Mocchi

Un uomo, una sera, vede una persona nei pressi dell'unico lampione della zona. «Cosa state

cercando?» chiede. «Ho perso le chiavi». «Le sono cadute qui?». «No, ma questo è l'unico posto dove le posso cercare. Perché solo qui, nel caso, le potrei vedere». L'obiettivo del libro è quello di "accendere una luce". Per illuminare un terreno che forse da troppo tempo si trova in ombra, e che separa l'affascinante ambito degli studi sul paesaggio sonoro da quello del progetto dell'architettura. Un "lampione" che possa permettere in primis all'architettura di dotarsi di nuovi strumenti per avviare delle forme di progettazione multisensoriale dei luoghi. E al contempo agli studi sul paesaggio sonoro di radicarsi a un solido sfondo, per favorire un effettivo cambiamento dei contesti reali. La contingenza storica per proporre tale riflessione è quantomai matura, vista la prossima imminente trasformazione del paesaggio sonoro urbano, dovuta all'introduzione delle auto elettriche, al diffondersi di nuove tecnologie sostenibili e silenziose, e al contempo di strumenti di riproduzione sempre più rumorosi e

portatili. E vista l'ormai inarrestabile evoluzione del percorso del progetto di architettura, che sta determinando un ampliamento delle responsabilità, delle figure e degli ambiti disciplinari coinvolti. Prendere posizione nel mondo significa mettersi in luce, esprimere dei punti di vista, introdurre delle visioni. Dentro a questo pregiudizio linguistico e percettivo, che fin dai tempi di Aristotele ha premiato la vista rispetto alle altre sensazioni, è andata affermandosi una differente modalità di interpretazione dei luoghi, a partire dai cosiddetti "sensi minori". All'interno delle nostre città tradizionalmente visive, fatte di palazzi, luci, colori, si nascondono altrettante città popolate da suoni, sapori, odori, che influenzano profondamente la percezione dei luoghi, portando alla luce simbologie intime e complesse. Una dimensione svelata proprio dai recenti lockdown, che hanno fatto emergere elementi percettivi normalmente soffocati dal brusio quotidiano, risvegliando un'attenzione

assopita. Conoscere questi riferimenti rappresenta un imperativo per coloro che praticano il progetto dell'architettura, nella prospettiva di realizzare in modo più consapevole ambienti adatti e sicuri per la nostra vita. "Città di suono" propone una lettura di questo tema, in una prospettiva multidisciplinare ricca di suggestioni. Scegliere, comprare - Michela Balconi
2009-11-18

Anche il marketing, come tanti ambiti professionali, vive oggi l'opportunità di aggiornare i paradigmi e le metodologie tradizionali grazie a contributi provenienti da altre discipline, soprattutto da quelle di più recente sviluppo. Tra queste, si segnalano oggi la psicologia cognitiva e le neuroscienze. Il libro intende offrire al lettore uno spaccato di quanto questi due settori possono offrire alla comprensione delle dinamiche di acquisto, mostrando come la conoscenza dei meccanismi di pensiero e dei processi cerebrali aiuti a

identificare ciò che accade nella mente del destinatario della comunicazione pubblicitaria e di colui che si trova a dover valutare e scegliere se e che cosa comprare. Psicologia e neuroscienze mettono oggi a disposizione di chi studia i comportamenti di acquisto sia nuovi modelli concettuali, sia nuovi strumenti e procedure di analisi. I contributi raccolti nel volume offrono al lettore da un lato delle rassegne circa i più recenti contributi di queste discipline al marketing, dall'altro esempi di ricerche da cui è possibile ricavare spunti applicativi. Nel complesso risulta un quadro generale di alcune delle più promettenti tendenze e linee di indagine che si stanno affermando nel settore.

Destra e sinistra al tempo delle neuroscienze - Stefano Calabrese
2020-11-19T00:00:00+01:00

Circolano molte semplificazioni giornalistiche sulle rispettive competenze dell'emisfero destro e sinistro del cervello. Contro di esse,

l'importante scoperta che, di fronte a una nuova esperienza, si attiverebbe dapprima l'emisfero destro e solo successivamente l'informazione passerebbe all'emisfero sinistro è stata in seguito codificata dalla comunità scientifica in questi termini: i nuovi stimoli sono preferenzialmente processati dall'emisfero destro, mentre la routine lo è dal sinistro. All'emisfero destro arriverebbe dalla realtà un corpo pulsante di vita, mutevole dall'oggi al domani; all'emisfero sinistro una spoglia cadaverica, non più contagiosa, né proiettata a un futuro da cui è stata esonerata per sempre. E l'intera storia dell'uomo - come questo libro documenta, passando in rassegna ambiti differenti quali la pittura, il cinema, il design, la letteratura, l'architettura - è la storia di un'incessante sopraffazione di un emisfero sull'altro, in Occidente con una nitida prevalenza del sinistro sul destro. Nessuna aria di gioviale camaraderie tra destra e sinistra. Un cupo, esulcerato conflitto in cui il valore di un emisfero

spesso cresce in proporzione alla resistenza che incontra il suo riconoscimento da parte dell'altro, e dove le differenze tra l'uno e l'altro sono talvolta semplici interruzioni di reciprocità.

Pensieri su una scommessa - Gianluigi Spreafico 2009-07-01

Questo lavoro nasce dal constatare come ogni giorno l'uomo si trovi di fronte ad un sistema relativo di conoscenze in campo scientifico, etico e filosofico. Questo relativismo può spingere a volte alla ricerca di comode verità come quelle, ad esempio, proposte dall'ateismo. In questo scritto, partendo dalla famosa scommessa di Pascal vengono analizzate le varie ipotesi avanzate in campo scientifico, filosofico, antropologico e teologico sull'esistenza di Dio. Anche se non è possibile una conclusione razionale del problema, l'autore avanza alcune proposte di ricerca per approfondire questo tema all'interno della religione cristiana, suggerendo in particolare un costante impegno personale alla ricerca della verità ultima.

Architecture and Embodiment - Harry Francis Mallgrave 2013-06-26

In recent years we have seen a number of dramatic discoveries within the biological and related sciences. Traditional arguments such as "nature versus nurture" are rapidly disappearing because of the realization that just as we are affecting our environments, so too do these altered environments restructure our cognitive abilities and outlooks. If the biological and technological breakthroughs are promising benefits such as extended life expectancies, these same discoveries also have the potential to improve in significant ways the quality of our built environments. This poses a compelling challenge to conventional architectural theory... This is the first book to consider these new scientific and humanistic models in architectural terms. Constructed as a series of five essays around the themes of beauty, culture, emotion, the experience of architecture, and artistic play, this book draws upon a broad range of

discussions taking place in philosophy, psychology, biology, neuroscience, and anthropology, and in doing so questions what implications these discussions hold for architectural design. Drawing upon a wealth of research, Mallgrave argues that we should turn our focus away from the objectification of architecture (treating design as the creation of objects) and redirect it back to those for whom we design: the people inhabiting our built environments.

City Signs - AA. VV. 2015-04-30

Lo studio è incentrato sul tema del rapporto che lega la città al sistema dei segnali prescrittivo-indicativi. L'obiettivo è di ridefinire un disegno della città per icone e immagini sintetiche che siano in grado di raccontare, con un linguaggio immediato

Vedere per progettare. Basic design e percezione visiva per il disegno Industriale - Ferraris 2014

Design&culturalheritage. Immateriale Virtuale Interattivo / Intangible Virtual Interactive -

Fulvio Irace 2014-04-22

Parlare di Design dei Beni Culturali avrebbe avuto fino a pochi anni fa il sapore di una provocazione. Il Design affonda le sue radici nella cultura industriale del XIX secolo, mentre il Cultural Heritage è tradizionalmente legato alla conservazione dell'antico e al valore dell'unicità. La nuova dizione assume dunque un senso preciso solo se la si considera frutto di una doppia rivoluzione che ha modificato sia la nostra percezione del concetto di "bene" legato al passato sia il campo di significati attribuiti alle pratiche del progetto industriale. Questo libro affronta i diversi e dibattuti aspetti di una disciplina che grazie anche all'ausilio delle nuove tecnologie si propone di trasformare la crisi delle istituzioni della memoria in un'occasione di sviluppo e di produzione di nuovi scenari. The impact of Design on the Cultural Heritage may sound at first sight outrageous:

design has its roots in the industrial culture of the 20th century, while the Cultural Heritage is related to history and the past. Yet this encounter is made possible by a twofold revolution: nowadays design is no longer related only to the idea of standards and machine-made objects, and the Cultural Heritage no longer comprises only artefacts from the past, but also the heritage of the industrial society of the 19th and 20th centuries and all those anthropological aspects of human behaviour that make up what is called intangible culture. On the other hand all major cultural institutions museums, libraries, archives, etc. are experiencing a crisis which concerns their content. Design, with its ability to govern change, can give the right answers to these questions and the new digital technologies can address the challenges of the communication society, as long as we avoid any dangerous confusion between reality and virtual.

Bibliografia nazionale italiana - 2011

Forma e informazione - Stefano Pirovano

2014-09-02T00:00:00+02:00

In un'epoca in cui ci s'interroga di frequente sul perché - e sul reale valore - di certe rappresentazioni visive, il saggio di Stefano Pirovano risponde mettendo a fuoco la natura del legame tra la componente materiale dell'opera e quegli elementi che l'occhio non può cogliere. L'opera d'arte, infatti, si è a tal punto dilatata oltre i propri confini da non essere più riconducibile all'esclusiva dimensione fisica: deve avere un racconto che la accompagni e informazioni che introducano il lettore al mistero della sua immagine. È in questa direzione, secondo l'autore, che stanno insistendo gli artisti più significativi degli ultimi anni. Date tali premesse, *Forma e informazione* scatta un'istantanea sul panorama attuale e lo fa partendo dal principio di astrazione, inteso come primordiale motore dell'opera d'arte. Per rendere conto della dialettica tra l'oggetto e l'"informazione" che anima le astrazioni

contemporanee, l'autore si misura con una serie di artisti dai lavori particolarmente emblematici. È il caso di Carol Bove e Goshka Macuga, che intrecciano relazioni tra oggetti e sapere; di Cory Arcangel, Peter Coffin e Tomas Saraceno, con i loro passaggi nella cultura tecnologica; o ancora di Wade Guyton, Josh Smith, Beatriz Milhazes le cui immagini su tela sono generate da processi informativi. Nel libro si alternano approfondimenti teorici a puntuali descrizioni di opere, intervallate dalle testimonianze degli artisti. Numerose le incursioni in altri campi del sapere: dai più prossimi del design e dell'architettura, ad altri più lontani quali la fisica, le neuroscienze, la filosofia e la letteratura. Sono così chiamati in causa scienziati come Vilayanur Ramachandran o Brian Greene, accanto a scrittori del calibro di Orhan Pamuk, Sergej Nosov, Cormac McCarthy, Bret Easton Ellis e Patrick McGrath, le cui opere, disseminate di riferimenti all'arte contemporanea, offrono efficaci spunti

interpretativi. Resta alla fine una precisazione: nella sua continua contrattazione tra creatività, teoria e contesto, il percorso del libro non è stato pensato per raggiungere una destinazione stabilita, ma piuttosto per restituire, persino al non addetto ai lavori, la ricchezza di un territorio dai molti luoghi inesplorati.

Neuro Web Design - Susan Weinschenk

2009-03-30

"While you're reading Neuro Web Design, you'll probably find yourself thinking 'I already knew that...' a lot. But when you're finished, you'll discover that your ability to create effective web sites has mysteriously improved. A brilliant idea for a book, and very nicely done." - Steve Krug, author of Don't Make Me Think! A Common Sense Approach to Web Usability Why do people decide to buy a product online? Register at your Web site? Trust the information you provide? Neuro Web Design applies the research on motivation, decision making, and neuroscience to the design of Web sites. You will learn the

unconscious reasons for people's actions, how emotions affect decisions, and how to apply the principles of persuasion to design Web sites that encourage users to click. Neuro Web Design employs "neuro-marketing" concepts, which are at the intersection of psychology and user experience. It's scientific, yet you'll find it accessible, easy to read, and easy to understand. By applying the concepts and examples in this book, you'll be able to dramatically increase the effectiveness and conversion rates of your own Web site.

FuTurismi - Armando Peres

2016-10-21T00:00:00+02:00

Il turismo è uno dei settori forti dell'economia mondiale ed è diventato il fronte di sperimentazione più avanzato dell'economia dell'esperienza, dell'innovazione tecnologica applicata ai trasporti e all'intrattenimento, della sharing economy, dell'architettura. Il libro racconta cos'era il turismo ieri e i grandi cambiamenti economici, sociali e tecnologici che

lo stanno trasformando: dalla nascita dei parchi a tema all'invenzione del trolley, dai viaggi sulle meganavi al gaming nei musei, da Airbnb all'uso dei big data per gestire i flussi e indirizzare le scelte dei turisti. Queste trasformazioni riguardano anche gli stili di consumo dei turisti e pongono importanti sfide in termini di innovazione. Come emergere in un mercato sempre più affollato di proposte? Come viaggeranno le persone in un prossimo futuro?

Introduzione al neurodesign - Fabio Babiloni
2021-04-01

Quest'opera rappresenta un'introduzione, dal punto di vista della psicologia e del design, all'impiego delle neuroscienze e del neuromarketing nella valutazione della user experience. Nel testo si mira ad indagare l'effetto sull'utente delle caratteristiche estetiche e funzionali di un determinato prodotto attraverso l'analisi di specifiche risposte psicofisiologiche. Il metodo sperimentale offre importanti dati per formulare le prime

congetture sulla possibilità di sviluppare un campo di ricerca ancora totalmente da determinare. Il testo propone le introduzioni ai lavori da parte di differenti discipline quali le neuroscienze, il design e la psicologia, le cui metodologie sono caratterizzate da percorsi storici indipendenti. Offre quindi la possibilità di acquisire gli elementi fondamentali con cui comprendere i vari approcci disciplinari, senza però escludere il tentativo di proporre legami teorici e sperimentali tra le diverse materie. Il presente lavoro, dunque, oltreché essere introduttivo per coloro che non conoscano gli argomenti in questione, propone nuovi approcci sperimentali con cui aprire possibili campi di ricerca innovativi.

Ludo Magazine - N. Zero - Diego Racconi
2017-03-20

Una nuova fanzine dedicata al mondo dell'intrattenimento : dall'esperienza ludica all'arte, dalla tecnologia alla creatività. Una panoramica di argomenti associati al gioco e al

divertimento, a completamento di un progetto artistico culturale.

Estetica e comunicazione - Federica Negri 2016

Post-design - Giorgio Bersano

2019-10-03T00:00:00+02:00

Negli ultimi anni il design ha messo a punto eclettici scenari governati da una frammentazione delle pratiche e da una moltiplicazione delle aree lontane da ogni consolidata tradizione del progetto, dando così origine a un contraddittorio contesto che Post-design si è proposto di esaminare. Non c'è dubbio che il design sia ormai onnipresente perché strumento di definizione di ogni aspetto della vita quotidiana; in apparenza coerentemente con i presupposti di quella società estetica teorizzata dalle avanguardie del Novecento ma in realtà in funzione delle strategie dello sviluppo economico. Da dimensione minoritaria della cultura e della produzione seriale, il progetto si è trasformato in

componente strategica di una economia post-fordista che ne ha progressivamente sfruttato la capacità di innovazione, utilizzata dal marketing come strumento utile alla costruzione del valore economico di prodotti messi in circolo dagli attori dell'economia globale.

Pensare Damasio. Due o tre cose che so di lui -

Emilia Barile 2013-04-04T00:00:00+02:00

495.232

The Wind in the Rose Bush - Mary E. Wilkins Freeman 2014-05-01

The 6 stories in this collection add a new dimension to the fictional portrayal of New England life. The author's apparently simple, declarative prose moves the reader convincingly into a world where ghosts dwell and evil is real. These stories contain buried comments on the life of women at the turn of the century. By the author of *Pembroke*.

Microimpresa macrocompetizione - Andrea Scalia 2013-01-09T00:00:00+01:00

Questo libro nasce, prima di tutto, da una

grande passione e da una esperienza per la microimpresa, quel luogo produttivo e ideale in cui l'essere umano artefice e protagonista della propria esistenza lavorativa, ben lungi dalla fabbrica fordista del famoso film di Charlie Chaplin, Tempi Moderni. Oggi in Italia inevitabile puntare sulla microimpresa, quella della manifattura, dei servizi, del commercio o dell'agricoltura, una forma organizzativa che molto pi diffusa di quello che comunemente si crede: le microimprese con meno di 20 addetti rappresentano in Italia il 98% circa di tutte le imprese esistenti. Vi sono motivazioni profonde, insomma, per interessarsi della microimpresa e il contesto tecnologico della nostra epoca non solo non limita le peculiarit presenti nel DNA italiano, quali sono l'ingegno e la creativit, ma ne esalta le caratteristiche ed in grado di

spalmarle, potenzialmente, in tutto il mondo pi ben descritto da esperti e guru. Un avvertimento necessario: la competizione delle imprese italiane dovrebbe finalizzarsi al sempre maggiore valore dei prodotti e servizi realizzati. é un certo tipo di innovazione la chiave di volta per gli imprenditori italiani che, da sempre, sono attenti per aggiungere peculiarit e valore al loro lavoro, quella innovazione che spesso non si vede, quella fatta giorno dopo giorno con l'ossessione della perfezione, quella invisibile che sta dentro le catene globali del valore, quella che ormai si sviluppa nelle reti e nei collegamenti del mondo globale, quella, in sintesi, di cui racconta questo libro Design, territorio e sostenibilit. Ricerca e innovazione per la valorizzazione delle risorse locali - AA. VV. 2011-09-30T00:00:00+02:00 85.82