



Tecnico della progettazione di mobili e complementi

Area di attività

1. Analisi del fabbisogno progettuale

Competenze acquisite

Interpretare le indicazioni provenienti dal cliente e dall'impresa verificandone la rispondenza alle esigenze di mercato, fattibilità tecnica, problematiche di costi e traducendole in idee progettuali.

Abilità

Selezionare gli aspetti rilevanti nelle richieste dell'azienda per tradurli in idee progettuali. Arricchire le indicazioni dell'azienda attraverso le proprie competenze professionali. Approfondire gli argomenti emersi a livello di brief, aiutando il cliente ad esplicitare le proprie esigenze.

Conoscenze

Informazioni relative alla concorrenza al fine di garantire all'impresa un plus competitivo. Elementi di storia e critica del design al fine di inquadrare correttamente le richieste dell'impresa e proporre una corretta innovazione. Scenari di mercato, a livello tipologico-funzionale, relativi ai materiali e alle tecnologie al fine di comprendere ed interpretare le indicazioni del brief. Vision e mission aziendale al fine di inquadrare le indicazioni all'interno delle strategie dell'impresa.

2. Elaborazione di ipotesi progettuali

Competenze acquisite

Definire l'idea di prodotto muovendo dalle indicazioni formulate a livello di brief aziendale e tenendo conto delle tendenze emergenti, delle disponibilità di acquisto materiali ed accessori, delle esigenze di economicità e competitività dell'impresa.

Abilità

Conoscere le tipologie e le caratteristiche dei materiali e accessori disponibili sul mercato. Progettare innovazioni compatibili con il mercato ed in grado di accrescere la competitività dell'impresa. Trasferire le indicazioni emerse a livello di analisi del brief nel progetto di prodotto. Leggere le tendenze emergenti a livello di scenari di mercato, tipologico-funzionali e tecnologici

Conoscenze

Scenari emergenti a livello di funzionalità e tipologie di prodotto al fine di rispondere ed

anticipare bisogni e desideri emergenti. Caratteristiche delle tecnologie tradizionali ed innovative al fine di effettuare scelte congruenti con la realtà dell'impresa, il mercato e le specificità del progetto.

Mission e vision dell'azienda al fine di elaborare strategie di prodotto coerenti con le scelte imprenditoriali.

Tecniche di disegno veloce e ideogrammatico al fine di comunicare con efficacia i contenuti del progetto alla committenza e al marketing. Elementi di marketing ed analisi di mercato al fine di rispondere, attraverso il progetto, a tendenze emergenti contribuendo così ad accrescere la competitività dell'impresa. Caratteristiche della concorrenza e competitor principali al fine di definire con le proprie proposte progettuali un efficace posizionamento competitivo sul mercato. Tendenze del design contemporaneo per effettuare un corretto inserimento del prodotto dal punto di vista delle soluzioni linguistiche.

3. Verifica delle proposte con i responsabili dell'azienda

Competenze acquisite

Decodificare gli aspetti espliciti ed impliciti nelle richieste della committenza ed in quelle del settore marketing per presentare soluzioni di progetto soddisfacenti per il committente e per l'azienda.

Abilità

Comunicare efficacemente con la committenza ed il settore marketing. Descrivere con chiarezza e capacità di coinvolgimento i contenuti del progetto. Decodificare gli aspetti impliciti nelle richieste della committenza e del settore marketing per apportare le necessarie modifiche al progetto. Mediare tra le esigenze del progetto e le richieste espresse dall'azienda. Presentare evoluzioni del progetto sulla base delle considerazioni emerse.

Conoscenze

Informazioni relative alla concorrenza al fine di contribuire alla costruzione di strategie di prodotto competitive. Scenari emergenti a livello di mercato, tipologico-funzionali, tecnologici al fine di interloquire con cognizione con la committenza ed i responsabili marketing. Vision e mission per un corretto inserimento competitivo del progetto.

Caratteristiche delle tecnologie, materiali e finiture utilizzabili dall'azienda o a livello di subfornitura, al fine di interloquire sui contenuti del progetto con i rappresentanti dell'azienda.

3. Definizione tecnico-esecutiva del progetto.

Competenze acquisite

Elaborare disegni tecnici con specifiche relative alle forme, dimensioni, soluzioni tecnologiche e materiali coerenti con l'idea progettuale concordata.

Abilità

Comunicare in maniera chiara ed efficace i contenuti del progetto alla committenza e ai tecnici di ingegnerizzazione e di produzione. Selezionare materiali, tecnologie di lavorazione e finitura coerenti con i contenuti del progetto e la realtà aziendale di riferimento. Definire dettagli tecnici necessari al completamento del progetto ed altri aspetti di natura dimensionale, ergonomica, sicurezza. Individuare soluzioni tecniche in grado di risolvere i problemi posti dal progetto.

Conoscenze

Strumenti e tecniche, manuali ed informatizzate, adatti a rappresentare in maniera efficace i contenuti del progetto. Normativa ambientale al fine di adeguare il prodotto alle attuali norme in materia di ecosostenibilità. Normative Uni e specifiche di prodotto, al fine di garantire un adeguamento alle disposizioni definite a livello nazionale ed internazionale. Materiali e tecnologie produttive e di finitura al fine di garantire una definizione del prodotto appropriata all'impresa, ai costi e al mercato di riferimento.

Ambito di Attività: Produzione di beni e servizi.

Il corso si sviluppa in 384 ore complessive, così strutturate:

240 ore di aula suddivise in 4 Aree di Attività.

12 ore di competenza Informatica.

12 ore di competenze in lingua straniera.

120 ore di stage.

Contesto professionale

Intrattiene rapporti di lavoro come libero professionista con imprese del settore, come dipendente nel caso di aziende maggiormente strutturate. Progetta "il nuovo" in modo autonomo, sia pure nelle linee della strategia di marketing aziendale o delle richieste del cliente. Si relaziona direttamente con l'imprenditore (nel caso di imprese di piccola dimensione), i manager, il responsabile marketing, i tecnici per l'ingegnerizzazione e di produzione.

Descrizione

Realizza la progettazione del prodotto ligneo dal punto di vista prestazionale, tecnologico e formale. Opera attraverso tecniche di rappresentazione e modellizzazione tradizionali ed informatiche (CAD e 3D).