



FACOLTÀ DI SCIENZE AZIENDALI

MASTER DI II LIVELLO IN "ARCHITECTURE, INTERIORS AND BRANDING"

Descrizione e Obiettivi del Master di II Livello

Il Master di II Livello in "Architecture, Interiors and Branding" mira alla promozione delle attività relative ai progetti architettonici e all'*interior design* attraverso una solida preparazione manageriale, la conoscenza del mercato immobiliare e della finanza immobiliare unite a quegli aspetti psicologici, comunicativi, estetici e di *branding* che concorrono a formare il proprio *brand* e la propria *identity* in un contesto nazionale ed internazionale.

Destinatari del Master di II Livello

Architetti e Interior Designer, studenti avanzati in Architettura o Interior Design, specialisti del *Branding*, professionisti che intendono specializzarsi nel Branding dell'Architettura e dell'Interior Design e nella gestione manageriale avanzata di progetti architettonici e del design d'interni.

Requisiti di ammissione, esami di verifica e prova finale

Possono iscriversi i candidati in possesso di Diploma di Scuola Media Superiore e Laurea Triennale o Laurea Specialistica, Magistrale o Vecchio Ordinamento. In difetto dei titoli di studio richiesti, è possibile l'ammissione su dossier, sulla base di una valutazione dei titoli di studio conseguiti e dell'esperienza acquisita, nonché delle competenze sviluppate nel quadro dell'attività professionale.

Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso Tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.

La prova finale consiste in una Tesi di almeno 30 pagine su uno degli argomenti trattati durante il Corso di Master di II Livello.



DURATA E STRUTTURA DEL MASTER DI II LIVELLO

Durata:	Annuale – 1500 ore
Iscrizioni:	Sempre aperte tutto l'anno
Crediti:	60 ECTS
Modalità:	Online
Costo:	CHF/EUR 2.000,00

PROGRAMMA DEL MASTER DI II LIVELLO

SSD	INSEGNAMENTO	ECTS
ICAR/14	Narrative Architecture	9
M-PSI/05	Environmental Psychology for Interior Design	6
SECS-P/08	Innovation Management	8
SECS-P/01	Real Estate Markets	7
SECS-P/08	Branding for Architects & Interior Designers	8
SECS-P/08	General Management	7
SECS-P/08	Real Estate Development and Management	5
SECS-P/09	Real Estate Finance	6
	Tesi Finale	4



PROGRAMMA DEL MASTER DI II LIVELLO IN "ARCHITECTURE, INTERIORS AND BRANDING"

INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
<p>Narrative Architecture</p>	<p>In questo corso verranno studiati tutti quegli elementi che concorrono a fornire un'impronta unica e personale ad un progetto architettonico attraverso l'analisi delle aspirazioni del committente, sia che esso sia privato o <i>corporate</i>, filtrate ed amplificate attraverso la visione creativa dell'architetto. Pertanto tali progetti architettonici acquisiranno sia un valore individuale a sé stante sia un valore collettivo inserito nel contesto urbano o paesaggistico volto ad influenzarne positivamente sia l'aspetto estetico che quello ambientale "narrando" al contempo una sua "storia", comunicando significati espliciti ed impliciti all'osservatore. Verranno analizzate alcune opere architettoniche contemporanee particolarmente significative dal punto di vista "narrativo", illustrandone le chiavi di lettura, i significati metaforici e l'espressività incanalate attraverso i processi creativi propri dell'architetto autore.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ N. COATES, <i>Narrative Architecture</i>, Wiley, 2012▪ L. VAN SCHAIK, <i>Practical Poetics in Architecture</i>, Wiley, 2015▪ S. PSARRA, <i>Architecture and Narrative: The Formation of Space and Cultural Meaning</i>, Routledge, 2009▪ S. DE BLEECKERE, S. GERARDS, <i>Narrative Architecture: A Designer's Story</i>, Routledge, 2017
<p>Environmental Psychology for Interior Design</p>	<p>Questo corso esplora gli aspetti della psicologia ambientale applicati all'<i>interior design</i> fornendo allo studente uno <i>skill set</i> da utilizzare in vari aspetti della progettazione e realizzazione di interni. Verranno studiate ed analizzate le interazioni tra l'ambiente e il comportamento degli individui in base all'età, al genere, all'eventuale presenza di individui affetti da disabilità e dal retroterra culturale di coloro che andranno ad occupare gli ambienti. Lo studente apprenderà come determinati colori, forme e materiali vanno ad influire sul comportamento umano, studierà i principali modelli teorici comportamentali, l'implementazione di alcune funzionalità ambientali speciali per disabilità audiovisive o fisiche e i modelli teorici relativi a specifiche categorie di ambienti quali ad esempio l'ambiente domestico, gli ambienti delle strutture turistiche, degli ambienti educativi, di quelli sanitari, di quelli a carattere sociale, degli ambienti istituzionali, degli ambienti destinati ad attività di culto e degli ambienti lavorativi.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ D. KOPEC, <i>Environmental Psychology for Design</i>, 2nd edition, Fairchild Books, 2012▪ L.B. ROBINSON, A.T. PARMAN, <i>Research-Inspired Design: A Step-by-Step Guide for Interior Designers</i>, Fairchild Books, 2009



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
<p>Innovation Management</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il concetto di Innovazione e l'evoluzione dell'Innovation Management 2. Ruolo e funzione dell'Innovation Management nell'impresa 3. Sviluppare la cultura dell'Innovazione a livello aziendale 4. Il training individuale e collettivo all'Innovazione 5. L'Innovazione nelle aziende costituite 6. Start-up innovative 7. L'Innovazione quale strumento di crescita ed espansione 8. Innovation Management e nuovi prodotti 9. Innovation Management e nuovi servizi 10. Sistemi di Innovazione e partnership strategiche 11. Quantificare il livello di Innovazione e misurare la performance aziendale 12. Aspetti avanzati dell'Innovazione nella Leadership e nel Management <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ M.A. SCHILLING, Strategic Management of Technological Innovation, 6th Edition, McGraw-Hill, 2020
<p>Real Estate Markets</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analisi microeconomiche e macroeconomiche 2. Mercati immobiliari residenziali: affitti, vendite e "principio di indifferenza" 3. Mercati immobiliari residenziali: sviluppo urbano e variazioni di valore 4. Sviluppo residenziale: localizzazione, cambio di destinazione d'uso, densità di popolazione e valore 5. Immobili ad uso industriale: sviluppo storico e cambiamenti tecnologici 6. Immobili ad uso industriale: politiche tributarie, politiche economiche e variazioni di valore 7. Autorità locali e mercato immobiliare: regolamentazione, tassazione ed incentivi 8. Sviluppo immobiliare e pianificazione 9. Macroanalisi degli immobili residenziali 10. Macroanalisi degli immobili ad uso non-residenziale 11. Analisi delle serie storiche dei mercati immobiliari 12. Crescita regionale e sviluppo dei mercati immobiliari <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ R. BETTS, M. CICINO, Essentials of Real Estate Economics, Mbiton LLC, 7^a edizione, 2019



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Branding for Architects & Interior Designers	<p>In questo corso verranno studiati metodi e tecniche di branding specifiche per gli studi di architettura e <i>interior design</i> quali ad esempio l'identificazione del target, la progettazione di una strategia di marketing mirata per il proprio target, l'utilizzo di siti web, social network, blog e altri strumenti digitali personalizzati per la comunicazione e la promozione, la definizione e creazione della propria <i>identity</i> professionale, lo studio degli elementi che andranno a comporre il proprio logo, tecniche di posizionamento all'interno dei maggiori motori di ricerca e tecniche di <i>customer care</i>.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ Sarà cura del Docente consigliare manuali, tesine o dispense
General Management	<ol style="list-style-type: none">1. Il manager e la gestione dell'azienda2. L'evoluzione del pensiero manageriale3. Valori aziendali, etica e responsabilità sociale4. La gestione degli impiegati5. Il management nell'ambiente globalizzato6. Processi decisionali7. Strategia e pianificazione8. L'organizzazione aziendale: controllo e cambiamento9. Le risorse umane10. Tecniche motivazionali e prestazioni11. La leadership e il lavoro di squadra12. Sviluppare le capacità comunicative13. La gestione dei conflitti <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ O. LAASCH, Principles of Management: Practicing Ethics, Sustainability, Responsibility, Sage Pubns Ltd, 2a edizione, 2021
Real Estate Development and Management	<p>In questo corso verranno analizzati concetti chiave della gestione e sviluppo delle proprietà immobiliari attraverso lo studio della fattibilità economico-finanziaria dei progetti, dell'analisi strutturata dei costi, dell'organizzazione del <i>team</i> di progettazione e sviluppo, della selezione dei fornitori, della pianificazione delle operazioni, degli aspetti specifici riguardanti la destinazione d'uso e includendo i principi di sviluppo sostenibile dell'architettura <i>green</i>.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ M.M. MOOYA, Real Estate Valuation Theory: A Critical Appraisal, Springer, 2016▪ A. CIARAMELLA, M. DALL'ORSO, Urban Regeneration and Real Estate Development, Springer, 2021



INSEGNAMENTO	PROGRAMMA
Real Estate Finance	<p>In questo corso verranno studiati gli strumenti di finanziamento sia per gli investimenti in campo immobiliare che per i progetti di sviluppo e valorizzazione. Verranno analizzati nei dettagli il mercato immobiliare e i suoi operatori, i metodi per valutare un investimento immobiliare, le tecniche per quantificare la redditività potenziale di un progetto di sviluppo e tecniche di valutazione dei rischi e i canali di finanziamento.</p> <p>TESTI CONSIGLIATI</p> <ul style="list-style-type: none">▪ A. BORGHI, Finanza immobiliare. Il mercato, la valutazione, gli strumenti e le tecniche di finanziamento, EGEA, 2008
Tesi Finale	Un elaborato su uno dei temi trattati di almeno 30 pagine.