|  |  |
| --- | --- |
| **Chapitre** | **1. Projet technologique** |
| **Objectif général de formation** | Vivre les principales étapes d’un projet technologique justifié par la modification d’un système existant, imaginer et représenter un principe de solution technique à partir d’une démarche de créativité. |
| **Paragraphe** | 1.2 Créativité et innovation technologique |
| **Sous paragraphe** |  |
| **Connaissances** | Dimension design d’un produit, impact d’une approche design sur les fonctions, la structure et les solutions techniques |
| **Niveau d’enseignement** | Première Terminale |
| **Niveau taxonomique** | **2.** Le contenu est relatif à **l’acquisition de moyens d’expression et de communication** : définir, utiliser les termes composant la discipline. Il s’agit de maîtriser un savoir « appris ». |
| **Commentaire** | *Enseignement s’appuyant sur des études de dossiers technologiques amenant à découvrir et modifier la relation fonction-solution technique-formes et ergonomie d’un système simple.* |
| **Liens** | <http://www.declicdesign.fr/><http://www.innovalis-aquitaine.org/><http://www.4design.fr/>  |



D’après [*Déclic Design*](http://www.declicdesign.fr/): guide en ligne au lien ci-dessus, qui est une mine de renseignements sur le design, l’innovation, la démarche de projet.

A noter [un glossaire très complet](http://www.declicdesign.fr/spip.php?page=glossaire) des termes de la discipline page 151 ou tout en bas de page sur le site.

**Design Global**



Intégrer le design de produits, le design graphique, le design d’espace, le packaging, le web design et plus rarement le design de service. L’intérêt pour l’entreprise de recourir à de telles agences est d’avoir une continuité sur tous ses supports d’identité, sans perte d’informations, de la création du produit à sa communication et commercialisation.

**Designs spécialisés**

***Designers de produits industriels***

Ils ont généralement une culture technique acquise lors de leur formation et développée au cours des projets rencontrés. Ils sont habitués à dialoguer avec les équipes techniques des entreprises. Certaines agences intègrent un bureau d’étude. Ils interviennent sur tout bien de consommation ou d’équipement ; toutefois certains sont plus spécialisés dans les produits techniques ou les produits de décoration. Leur méthodologie fait appel à la connaissance des usages, à l’ergonomie, à la connaissance des matériaux et de leur transformation



***Designers packaging***



Ils interviennent sur le graphisme, la forme et l’ergonomie d’un emballage. Leur méthodologie se distingue de celle des designers graphiques. Elle fait appel à la connaissance des marchés et des consommateurs, des tendances, des procédés de fabrication, à la pratique de tests en linéaires, etc.



***Designers d’espace***

Ils interviennent sur l’aménagement d’espaces publics ou commerciaux. Ils définissent les aspects architecturaux et communicants : gestion des flux, scénographie, signalétique, mobilier… en cohérence avec l’identité de l’enseigne. La plupart de ces agences travaillent en réseau et sont à même de porter un projet global. Toutefois la multiplication des interlocuteurs peut engendrer des pertes d’informations. Certaines agences intègrent des activités liées au graphisme, à la communication ; ces activités complémentaires s’inscrivent dans une logique métier. Le design graphique est l’interface du design produit : marquage produit, notice, plaquette commerciale, signalétique…



Pré requis : tronc commun : principes de conception des systèmes et développement durable, analyse fonctionnelle

Les supports possibles : dossiers industriels, produits industriels courants. Intégrant du design

Ce dont l’élève doit être capable :

* + D’identifier les étapes, le rôle du designer dans un produit.
	+ Connaître l’esprit et le vocabulaire du design.

Les limites à ne pas dépasser :