**שם הקורס:** אנתרופולוגיה ועיצוב תעשייתי

**שם המרצה/ים/ות:** דר' יונה וייץ

**היקף הקורס בנ"ז:** 1

**היקף הקורס בשש"ש: 1**

**סוג הקורס:** קורס חובה לשנה א עיצוב תעשייתי

**שנת הלימוד:**  א

**סמסטר: א**

**תמצית הקורס ומטרותיו:**

הקורס בוחן סביבות שווקים באמצעות תיאוריות ומודלים מתחומי הפסיכולוגיה של המרחב, סביבות שרות ויסודות של מחקר מבוסס אנוש לעיצוב ((Human Centered Design.

מטרה של הקורס לפתח ,באמצעות מקרה המבחן של סביבות שווקים, יסודות ראשונים בתהליכי עבודה המשלבים בין הידע המחקרי אקדמי לזה העיצובי.

לצד השיעורים הפרונטלים המשותפים יעבדו הסטודנטים/יות בצוותי עבודה על נושא נבחר (תיאוריה ושטח).באמצעות שילוב בין העבודה הצוותית/אישית של הסטודנטים/יות לבין התהליך המחקרי נפתח מהלך של חקירה פתוחה כשיטת המדגישה את הערך של מחקר בתוך מהליכי הבניה של טריטורית הידע המקצועית בתחום העיצוב התעשייתי. שיטה זו מבקשת לעודד הכלת מהלכים אקדמים ומתדולוגים לצד מהלכים יצירתיים בארגז הכלים המקצועי-אישי.

**תוצרי למידה:**

**בסיום מוצלח של הקורס הסטודנט/ית יוכל/תוכל:**

1. הסטודנט/ית י/תוכל לעשות לקרוא ולנתח מאמרים אקדמים ולייצר בהמשך הלימודים הקשרים בין הידע הטקדמי להתלכי פיתוח רעיוני בארגז הכלים האישי.
2. הסטודנט/ית י/תהיה מסוגל/ת לבצע יסודות של מחקר איכותני כחלק ממחקר אנוש לעיצוב תעשייתי.
3. הסטודנט/ית י/תהיה להבין את התרומה להכלה של הידע האקדמי לצד ובשילוב הידע המקצועי.

**מהלך הקורס על פי מפגשים:**

יש לפרט את הכותרת והתכנים המרכזיים של כל מפגש כולל היוצרים/הכותבים בהם יעסוק כל מפגש

|  |  |
| --- | --- |
| מפגש | נושא |
| 1 | שיעור מקדים: יסודת במחקר אקדמי ומחקר אנוש , היחסים השונים בפעולה העיצובית בין מעצבים/ות,לבין סביבות עיצוב/מוצר ואנוש. תהלכי השיתוף /אי שיתוף השונים והערכים השונים למהלכים המתבצעים.מטלה 1: יציאה לשטח של סביבות שווקים (בחירה אוטונומית) התבוננות, הצגה של storytelling באופן שרטוט וניתוח אינטואיטיבי. כולל צילום. (עבודה בצוותים) |
| 2 | 1.הצגת מטלה 1 בכיתה עי הצוותים השונים. דיון על סביבת השוק שנבחרה בהקשר עקרון מחולל (עיצובי, אנושי וכדומה), תנאים סביבתיים, מקום העיצוב התעשייתי.2. קבלת בריפ מנחה לניתוח מאמרים. לימוד הבריפ. ביבליוגרפיה לשיעור ה3: מודל אטמוספריק (טורלי ומקמילן)-מודל יסוד המציע התבוננות מתודולוגית על 5 קטגוריות בסביבת שווקים ושרות ממבט עיצוב.  |
| 3 | הצגה בכיתה (2 צוותים) של המאמר. דיון בגופי הידע במאמר,טענות, סוגיות, מושגים מרכזיים.מטלה 2: לבחור 2 קטוגוריות מתוך המאמר לניתוח החומרים מהמטלה הראשונה. כולל חזרה לשטח לאיסוף חומרים.  |
| 4 | הצגת מטלה 2 בכיתה עי' הצוותים הושנים. המשך הדיון במודל של סרבסקייפ ובערך שלו לפענוח בשפת עיצוב.ביבליוגרפיה לשיעור 5: מודל סרבסקייפ. (מרי ביטנר) מודל המדגיש את הפסיכולוגיה של המרחב ומפענח הקשרים בין ובתוך סביבות עיצוב מגוונות כולל הקשרים בין האנוש לפענוח הסביבתי והשפעתה עליו. |
| 5 | הצגה בכיתה (2 צוותים) של מודל סרבסקייפ ודיון . בחינת גופי ידע, טענות, סוגיות ומושגים שמציע המודל.מטלה 3: בחינת קטוגירות נבחרות מודל סרבסקייפ בהקשר חומרי הנושא של כל צוות. |
| 6 | דיון משלב בין מודל אטמוספריק למודל סרבסקייפ. בחינת הערך של שימוש במודלים מבחינת פענוח השטח. בחינץת הערך של המודלים בסכמה של מעציבם/ות , סביבות/מוצר/ עיצוב ואנוש.ביבליוגרפיה לשיעור 7: 1. פרקים נבחרים משקדי על מחקרי איכותני. 2. קריאת בריפ מנחה למחקר שטח הכולל קוד אתי. |
| 7 | יסודת ראשונים במחקר איכותני/אנוש לעיצוב. צפיה בעבודתה של מיכל אביעד לימון מעדן (כחלק מהעבודה על הסרט רמלה לוד)מטלה: 1. תרגיל בניה של 25 שאלות לראיונות שטח/שיחות לא פורמליות וזיהוי טריטוריה נוספת להתבוננות/תצפית.נקבעו פגישת אישות עם כל הצוותים מעבר למערכת הסדירה של השיעורים לבחינת מערכי השאלות לראיונות השטח ולתצפית בכדי לקדם את הפיתוח של הנושא הצוותי/אישי. |
| 8 | הצגת חומרים מראיונות/שיחות לא פורמליות/תצפיות התובננות עי הצוותים השונים. דיון בחוזקים ובחולשות של התודה האיכותנית למעצבים/ות. דיון בקשיים הכניסה לשטח, הביצוע ועוד. דיון בשאלות מתוך ההתנסות בשטח.מטלה: 1.קריאת מאמר על יסוד על העקרונות המולכים את הפקת הסביבה המוגדרת כקניון של ג'ון קרוס.2. זיכוך נושא המחקר של הצוותים השונים לתתי נושאים/סוגיות ואיסוף ביבליוגרפיה ייעודית בהתאם. |
| 9 | הצגה בכיתה (2 צוותים) של מאמר על הקניון. דיון כתתי.מטלה: מאמר איקוני על האינטראקציות הכלכליות והאנושיות בשוק המסורתי.(פנסלו) |
| 10 |  הצגה בכיתה (2 צוותים) של המאמר על האינטראקציות הכלכליות והאנושיות בשוק המסורתי. דיון על מכלול המאמרים. |
| 11 | שיעור ניתוח וארגון ממצאי שטח ואופני העבודה עם חומר ביבליוגרפיה תומך.הצגת המטלה המסכמת העוסקת באמצעות 3 סעיפים בחומר תיאורטי, ממצאי שטח , ובפענוח משלב בין תיאוריה לשטח.מטלה: הכנת החומרים לשלד העבודה בהתאם לסעיפי המטלה לקראת הפגישות הקבוצתיות האישיות. |
| 12 | פגישות אישות לקראת סיום הפרויקט האישי. סיוע בחיפוש חומרים ופענוח ממצאים |
| 13 | 1. פגישה מסכמת סמסטר.המשך פגישות קבוצתיות אישות. |

**נהלי נוכחות:**

לסטודנטים/יות מותר להעדר בהתאם לתקנון בצלאל עד 3 שיעורים

**שיטת ההוראה:**  שיעורים פרונטלים, מצגות של מודלים, בריפים להנחיה של ניתוח תיאורטי וניתוחי שטח, בריפ מסכם, פגישות להנחיה אישית של צוותי העבודה השונים.

**מטלות הסטודנטים/יות במהלך הקורס:**

**1.** יציאה לשטח של סבית שווקים. בחירת טריטורית עבודה. סטוריטלינג על הסביה שנבחרה.

2. ניתוח הסביבה בהתאם לשתי קטוןגיות ממודל אטמוסרפיק.

3. בחינת חומרים בהתאם למודל סרבסקייפ.

4. איסוף חומר ביבליוגרפי ייעודי לנושא הנבחר.

5. תרגיל שאלות לראיון טרום יציאה לשטח.

6. יצירת שלד לעבודה בהתאם להנחיות מטלה מסכמת.

7. הגשת מטלה מסכמת (תיאוריה שטח והשילוב המפענח ביניהם)

8. ניתוח מאמר והצגתו בכיתה.

**אופן חישוב הציון לסטודנט/ית:**

קריאת חומרים והשתתפות בכיתה 10 אחוז

הצגת מאמר בכיתה\15 אחוז

הצגת חומרי עבודת שטח בכיתה 15אחוז

מטלה מסכמת 60 אחוז

**רשימת קריאה (ביבליוגרפיה): הערה: לצד חומרים משותפים צוותי העבודה מפתחים את הרישמה הביבליוגרפית הייעודית עובר הנושא של הקבוצה.**

קריאת חובה:

*The Bazaar Economy or How Bizarre is the Bazaar Really?*. Frank S. Fanselow Source: Man, New Series, Vol. 25, No. 2 (Jun., 1990), pp. 250

 *The "Magic of the Mall": An Analysis of Form, Function, and Meaning in the Contemporary Retail Built Environment*. Jon Goss: Annals of the Association of American Geographers, Vol. 83, No. 1 (Mar., 1993), pp.18-47**.**

*Atmospheric Effects on Shopping Behavior: A Review of the*

*Experimental Evidence*. L. W. Turley and Ronald E. Milliman: Journal of Business Research 49 (2000) pp.193–211.

*Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees.*

Mary Jo Bitner.: The Journal of Marketing, Vol. 56, No. 2 (Apr., 1992), pp. 57-71**.**

שקדי, א. (2003). *מילים המנסות לגעת, מחקר איכותני – תיאוריה ויישום*. תל אביב: הוצאת רמות.

קריאה רשות

*The Etiquette of Bargaining in the Middle East* . FUAD I. KHURI American: Anthropologist 70, 1968.

*The American Public Market.* James M. Mayo: Journal of Architectural Education (1984-), Vol. 45, No. 1 (Nov., 1991), pp. 41-57Published

 *The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing*. Clifford Geertz

: The American Economic Review, Vol. 68, No. 2, Papers and Proceedings of the Ninetieth Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1978), pp. 28-32

*The Anthropology of Food and Eating*. Sidney W. Mintz and Christine M. Du Bois:

Annual Review of Anthropology, Vol. 31 (2002), pp. 99-119.

 *Marketing Fun Foods: A Profile and Analysis of Supermarket Food Messages Targeted at Children*. Charlene Elliott: Canadian Public Policy / Analyse de Politiques, Vol. 34, No. 2 (Jun., 2008), pp. 259-273.

*Shedding some light on store atmospherics:Influence of illumination on consumer behavior*.Teresa A. Summersa,\*, Paulette R. Hebertb**:**Journal of Business Research 54 (2001) 145– 150.