Syllabus

Kursbeschreibung

Titel der Lehrveranstaltung	Food design und die ganzheitliche Erfahrung des Essens
Code der Lehrveranstaltung	40419
Zusätzlicher Titel der Lehrveranstaltung	
Wissenschaftlich-disziplinärer Bereich	CEAR-08/D
Sprache	Deutsch
Studiengang	Bachelor in Gastronomie und Önologie in Bergregionen
Andere Studiengänge (gem. Lehrveranstaltung)	
Dozenten/Dozentinnen	Dott.ssa Eleonore Eisath, Eleonore.Eisath@unibz.it https://www.unibz.it/en/faculties/agricultural-environmental-food-sciences/academic-staff/person/52877
Wissensch. Mitarbeiter/Mitarbeiterin	
Semester	Erstes Semester
Studienjahr/e	3
KP	6
Vorlesungsstunden	36
Laboratoriumsstunden	24
Stunden für individuelles Studium	90
Vorgesehene Sprechzeiten	18
Inhaltsangabe	Nicht nur das Essen selbst, sondern auch die Art und Weise, wie es konsumiert wird, kann gestaltet werden. Die Zutaten eines Gerichts gehen weit über seinen Nährstoffgehalt hinaus und umfassen auch Tradition, Kommunikation und Kultur. In „Food Design und die ganzheitliche Erfahrung des Essens" wird der Begriff der Speisenzubereitung erweitert und die Kreation eines Gerichts als synästhetisches Projekt betrachtet, das alle Phasen von der

	Zubereitung bis zur Verkostung umfasst, einschließlich der dafür vorgesehenen Räume und Umgebungen (von den Utensilien zur Zubereitung oder zum Verzehr eines Gerichts bis hin zur Atmosphäre der Orte, an denen es verzehrt wird).
Themen der Lehrveranstaltung	Der Kurs Food Design vermittelt den Studierenden ein tiefes Verständnis dafür, wie Produkt, Rezeptur und Verpackung ein ganzheitliches kulinarisches Erlebnis prägen und verstärken können. Durch die Auseinandersetzung mit grundlegenden Konzepten des Produkt- und Verpackungsdesigns – von Markenstrategie über Materialwahl bis hin zu Kommunikations- und Digitaldesign – erlangen die Studierenden das notwendige Wissen, um ein stimmiges, markenfähiges Food-Konzept zu entwickeln. Der Kurs bietet zudem einen praxisnahen Einblick in den Arbeitsalltag des Designstudios für Food- und Verpackungsinnovationen MILK und präsentiert Fallstudien erfolgreicher Lebensmittelmarken. Diese Beispiele verdeutlichen, wie Food-Produkte und ihre Verpackungen nicht nur Träger von Geschmack, sondern auch entscheidend für Markenwahrnehmung, Nachhaltigkeit und die Gestaltung einzigartiger Konsumerlebnisse sind. Am Ende des Kurses werden die Studierenden in der Lage sein, ein vollständiges Konzept für ein eigenes Food-Produkt zu präsentieren – einschließlich Zielgruppenanalyse, Rezeptur, Markenaufbau, Verpackungsdesign, digitaler Präsenz und Kommunikationsstrategie – und dieses in einem professionellen Pitchdeck überzeugend zu präsentieren.
Stichwörter	Food Design Packaging Design Brand Building Business Modells Präsentation
Empfohlene Voraussetzungen	-
Propädeutische Lehrveranstaltungen	Nein
Unterrichtsform	Frontalunterricht, Übungen, Präsenz- und Onlinelehre
Anwesenheitspflicht	Nein
Spezifische Bildungsziele und erwartete	-

Lernergebnisse	
Spezifisches Bildungsziel und erwartete Lernergebnisse (zusätzliche Informationen)	Die Studierenden verstehen, wie Produkt, Rezeptur und Verpackung ein ganzheitliches kulinarisches Erlebnis prägen. Sie sind in der Lage, ein eigenes Food-Konzept mit Markenaufbau, Verpackungs- und Kommunikationsstrategie zu entwickeln und professionell zu präsentieren.
Art der Prüfung	Präsentation des Kursprojekts
Bewertungskriterien	- Qualität des Konzepts - Visualisierung - Vermarktung - Präsentation
Pflichtliteratur	101 Design Methods: 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation Why Shrinkwrap a Cucumber?: The Complete Guide to Environmental Packaging
Weiterführende Literatur	
Weitere Informationen	
Ziele für nachhaltige Entwicklung (SDGs)	Industrie, Innovation und Infrastruktur, Leben an Land, Nachhaltiger Konsum und Produktion, Nachhaltige Städte und Gemeinden