

L'IDEALISTA WEB

Mensile online sottoposto a revisione paritaria (peer review) | Reg. Trib. Roma Nro. 75/2021 del 05/05/2021

Rivista scientifica che promuove la pubblicazione di ricerche originali e di contributi critici nei campi del giornalismo, dei media, dei processi di comunicazione, della cultura digitale e dei transmedia. La rivista si propone di favorire il dialogo interdisciplinare tra studiosi, ricercatori e professionisti. Editore e Proprietario: INTERNATIONAL CENTER FOR SOCIAL RESEARCH - Via dell'Orso 73 - 00186 Roma (RM) - Codice Fiscale 97911440580 - ISP BT Italia SpA - Via Tucidide 56 - 20134 Milano Aut. DGSCER/1/FP/68284 Website: www.idealistaweb.com | Direttore Responsabile: Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

© International Center for Social Research - Chiuso in Redazione il 6 luglio 2026 - Open Access

Opera distribuita con licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale (CC BY-NC-ND 4.0). Per maggiori informazioni: creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it

LA USER EXPERIENCE COME DISCIPLINA PROGETTUALE: INTEGRARE RICERCA, BUSINESS E GESTIONE DEL PROGETTO IN UN UNICO PROCESSO DECISIONALE

AUTORE:

Dr. Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

ABSTRACT (ITALIANO). La User Experience (UX) viene frequentemente descritta come una disciplina orientata alla progettazione delle interfacce e allo studio dell'interazione tra utenti e sistemi digitali. Una simile interpretazione, pur cogliendo un aspetto importante della disciplina, tende a sottovalutare la natura sistemica del processo progettuale. La progettazione richiede infatti l'integrazione continua di ricerca, analisi competitiva, modellazione del business, service design, prototipazione, validazione empirica, pianificazione economica e gestione temporale del progetto. Il presente contributo ricostruisce criticamente questa evoluzione, mostrando come la User Experience possa essere interpretata come una disciplina di integrazione tra conoscenze eterogenee. Attraverso l'analisi delle relazioni tra ricerca sugli utenti, project management e decisioni di business, l'articolo sostiene che il valore della UX non risiede nelle singole tecniche utilizzate, bensì nella capacità di coordinare competenze differenti all'interno di un processo iterativo orientato alla produzione di valore. Come contributo originale viene proposto un modello teorico che descrive la User Experience come disciplina di integrazione progettuale, nella quale la qualità dell'esperienza nasce dall'equilibrio tra bisogni umani, sostenibilità economica e fattibilità organizzativa. **Parole chiave:** User Experience, Human-Centered Design, Project Management, Business Design, Service Design, Diagramma di Gantt, Budget, Design Process.

ABSTRACT (ENGLISH). User Experience (UX) is frequently described as a discipline concerned with interface design and the study of interactions between users and digital systems. While this perspective captures an important aspect of UX, it underestimates its systemic nature. Design requires the continuous integration of user research, competitive analysis, business modelling, service design, prototyping, empirical validation, economic planning, and project management. This paper critically reconstructs this evolution, arguing that User Experience should be understood as a discipline of integration across heterogeneous domains of knowledge. By analysing the relationships between user research, business strategy, and project planning, the article contends that the value of UX lies not in individual methods but in the ability to coordinate diverse competencies within an iterative value-creation process. As its original contribution, the paper proposes an interpretative model that conceptualizes User Experience as an integrative design discipline balancing human needs, economic sustainability, and organizational feasibility. **Keywords:** User Experience, Human-Centered Design, Project Management, Business Design, Service Design, Gantt Chart, Budgeting, Design Process.

Introduzione

La User Experience (UX) viene spesso identificata con la progettazione delle interfacce digitali o con lo studio dell'usabilità dei prodotti tecnologici. Questa rappresentazione, pur ampiamente diffusa, restituisce soltanto una parte della disciplina.

L'evoluzione metodologica degli ultimi anni mostra infatti come la progettazione non possa essere ricondotta a una singola attività progettuale, ma ad una serie di componenti che non costituiscono quindi attività indipendenti ma parti di un unico processo progettuale che include:

- ricerca sugli utenti;
- analisi competitiva;
- business model;
- service design;
- prototipazione;
- testing;
- pianificazione economica;
- gestione del tempo;
- valutazione retrospettiva.

L'intero percorso della User Experience contemporanea si dimostra essere una sequenza integrata che collega ricerca, progettazione, validazione, pianificazione e riflessione critica sul progetto svolto. Da questa prospettiva la User Experience assume caratteristiche che la avvicinano alle discipline della progettazione sistemica.

L'obiettivo non consiste semplicemente nel progettare interfacce efficaci ma nel coordinare conoscenze differenti affinché il prodotto finale risulti desiderabile per gli utenti, sostenibile per l'organizzazione e realizzabile dal punto di vista tecnico ed economico.

Il presente contributo sostiene che la User Experience debba essere interpretata come una **disciplina di integrazione progettuale**. Il valore della UX non deriva dall'applicazione isolata di singoli strumenti, ma dalla capacità di collegare ricerca empirica, decisioni di business, gestione del progetto e validazione continua all'interno di un processo iterativo orientato alla creazione di valore.

Oltre il design dell'interfaccia: la natura sistemica della User Experience

La diffusione della User Experience è stata accompagnata, soprattutto nella pratica professionale, da una progressiva estensione del suo campo di applicazione. Se originariamente l'attenzione era rivolta prevalentemente all'usabilità delle interfacce, oggi il processo progettuale coinvolge una pluralità di competenze che spaziano dalla ricerca qualitativa al business design, dalla prototipazione alla gestione economica del progetto.

La struttura stessa del percorso rende evidente questa evoluzione: il progetto viene rappresentato come una sequenza continua di attività che comprende *discovery*, *benchmark*, *interviste*, *personas*, *customer journey*, *Business Model Canvas*, *Value Proposition Canvas*, *service design*, *prototipazione*, *testing*, *iterazione*, *pianificazione temporale*, *budget* e *retrospettiva*.

Questa organizzazione non è casuale. Essa suggerisce che nessuna delle singole attività possieda significato autonomo. Ogni fase acquisisce valore soltanto in relazione alle altre: le interviste iniziali orientano la definizione delle *personas*, le *personas* guidano la costruzione della *customer journey*, la *customer journey* consente di passare alla prototipazione, il prototipo viene verificato attraverso lo *user testing*, i risultati del testing modificano il Business Model, il Business Model influenza la sostenibilità economica del progetto e quindi del budget che determina infine la concreta realizzabilità della soluzione.

La User Experience appare quindi come un sistema di relazioni piuttosto che come una sequenza di tecniche. Il progettista non applica semplicemente strumenti differenti. Coordina forme diverse di conoscenza.

La progettazione come processo di integrazione

Una delle principali conseguenze di questa impostazione riguarda il ruolo stesso del progettista. Nella tradizione del design industriale il progettista veniva spesso identificato con colui che elaborava la soluzione formale del prodotto. Nella User Experience contemporanea questa funzione si amplia considerevolmente. Il designer diventa un mediatore tra utenti e organizzazione, tra esigenze di business e bisogni umani, tra fattibilità tecnica e sostenibilità economica, tra ricerca empirica e decisioni progettuali. La progettazione assume pertanto una natura eminentemente interdisciplinare.

Ogni decisione richiede infatti la continua negoziazione tra obiettivi differenti: un'interfaccia può risultare estremamente semplice da utilizzare, ma economicamente insostenibile; un modello di business può essere altamente redditizio, ma produrre un'esperienza insoddisfacente.

Una soluzione tecnologicamente avanzata può non rispondere ai bisogni reali degli utenti, il progettista della User Experience opera quindi come integratore di prospettive. Il suo compito non consiste nell'ottimizzare una singola dimensione. Consiste nel costruire un equilibrio complessivo.

Questa funzione distingue la UX da discipline maggiormente specialistiche. La qualità del progetto dipende dalla capacità di armonizzare interessi differenti all'interno di un'unica visione sistemica.

Tempo e costo come variabili progettuali

Uno degli aspetti più interessanti riguarda l'introduzione di strumenti tradizionalmente associati al project management, come il diagramma di Gantt, la pianificazione delle attività, il calcolo dell'effort e la costruzione del budget. Questi elementi potrebbero apparire estranei alla User Experience.

In realtà rappresentano una naturale estensione della progettazione Human-Centered. Ogni soluzione progettuale esiste infatti all'interno di vincoli concreti: tempo, risorse economiche, competenze disponibili, scadenze, capacità produttiva. La qualità di un progetto non può essere valutata indipendentemente da tali condizioni, così —ad esempio— un'interfaccia perfettamente progettata ma irrealizzabile entro i tempi previsti non costituisce una soluzione efficace.

Analogamente, una soluzione eccellente dal punto di vista dell'esperienza utente ma economicamente insostenibile difficilmente potrà generare valore nel lungo periodo. La pianificazione assume quindi una funzione progettuale.

Il diagramma di Gantt non rappresenta soltanto uno strumento amministrativo. Esso visualizza la struttura temporale del progetto, le dipendenze tra le attività e l'organizzazione complessiva del processo decisionale. La scomposizione delle attività, l'assegnazione delle risorse, la stima delle giornate-uomo, dell'effort e dei costi costituiscono elementi essenziali della gestione di un progetto UX.

In questa prospettiva il tempo non rappresenta semplicemente un vincolo esterno. Diventa una variabile progettuale. Ogni decisione modifica la distribuzione delle risorse disponibili. Ogni scelta progettuale possiede inevitabilmente un costo. La User Experience non può quindi essere separata dalla gestione del progetto.

Dal valore per l'utente al valore per l'organizzazione

L'intero percorso sviluppato nel corso mostra come la User Experience persegua simultaneamente due obiettivi:

- da un lato migliorare la qualità dell'esperienza dell'utente;
- dall'altro generare valore per l'organizzazione che sviluppa il prodotto.

La presenza del Business Model Canvas, del Value Proposition Canvas, del budget e della pianificazione economica testimonia chiaramente questa duplice prospettiva. L'efficacia della progettazione non coincide quindi esclusivamente con la soddisfazione dell'utente.

Essa dipende dalla capacità di rendere compatibili tre differenti dimensioni:

- la desiderabilità;
- la fattibilità;
- la sostenibilità.

Un prodotto può essere desiderato dagli utenti, ma risultare troppo costoso da sviluppare. Può essere tecnicamente realizzabile, ma non risolvere alcun problema significativo. Può generare ricavi, ma compromettere la qualità dell'esperienza.

La progettazione Human-Centered consiste proprio nella ricerca di un equilibrio dinamico tra queste tre dimensioni: *desiderabilità*, *fattibilità* e *sostenibilità*. Il valore nasce dalla loro integrazione. Non dalla prevalenza di una sull'altra.

La retrospettiva: apprendere dal progetto

Tra gli strumenti, assume particolare rilievo la **retrospettiva**. Essa rappresenta un momento di riflessione critica nel quale il team analizza il lavoro svolto, individua gli aspetti positivi del progetto e riconosce gli elementi suscettibili di miglioramento. La retrospettiva è parte integrante del processo progettuale, evidenziando come la valutazione finale riguardi non soltanto il prodotto realizzato, ma anche il metodo seguito durante il suo sviluppo.

La retrospettiva introduce una dimensione metacognitiva. Il progetto non viene osservato esclusivamente nei suoi risultati. Viene analizzato come processo. Quali decisioni si sono rivelate corrette? Quali ipotesi erano infondate? Quali attività hanno richiesto più tempo del previsto? Quali strumenti si sono dimostrati maggiormente efficaci? Queste domande non riguardano direttamente il prodotto, riguardano il modo in cui il prodotto è stato costruito.

In questa prospettiva la retrospettiva costituisce uno strumento di apprendimento organizzativo. Essa permette di trasformare l'esperienza accumulata durante il progetto in conoscenza riutilizzabile nei progetti successivi, perché la User Experience non deve migliorare soltanto i prodotti, ma progressivamente anche il processo attraverso cui tali prodotti vengono progettati.

Una proposta interpretativa: la User Experience come disciplina di integrazione progettuale

Tradizionalmente la UX viene descritta attraverso una successione di strumenti. Questa rappresentazione, pur corretta sul piano operativo, rischia di frammentare il processo progettuale in una serie di tecniche apparentemente indipendenti.

Una prospettiva alternativa consiste nell'interpretare tutti questi strumenti come manifestazioni di una medesima funzione: l'integrazione della conoscenza.

Ogni fase produce infatti informazioni differenti. La ricerca qualitativa descrive i bisogni degli utenti. L'analisi competitiva contestualizza il mercato. Il Business Model verifica la sostenibilità economica. La prototipazione rende osservabili le ipotesi progettuali. Lo User Testing le confronta con il comportamento reale. Il budget valuta la disponibilità delle risorse. Il Gantt organizza il tempo. La retrospettiva trasforma l'esperienza in apprendimento.

La User Experience può quindi essere definita come una **disciplina di integrazione progettuale**. Il progettista non applica semplicemente strumenti, coordina differenti forme di conoscenza. Ogni decisione nasce dall'incontro tra evidenze empiriche, obiettivi organizzativi, vincoli tecnologici e disponibilità economiche.

La qualità del progetto dipende dalla capacità di mantenere in equilibrio queste dimensioni. La UX assume così una funzione di sintesi. Essa costruisce relazioni, non semplicemente prodotti.

La creazione di valore come obiettivo sistemico

L'integrazione tra ricerca, progettazione e business conduce inevitabilmente a una ridefinizione del concetto stesso di valore. Nella tradizione del design il valore veniva spesso identificato con la qualità formale dell'oggetto progettato: nella User Experience contemporanea esso assume una natura relazionale.

Il valore emerge quando differenti soggetti ottengono benefici compatibili: l'utente soddisfa un bisogno, l'organizzazione realizza i propri obiettivi strategici, il team di sviluppo opera entro tempi e costi sostenibili, la tecnologia risulta implementabile, la soluzione può essere mantenuta ed evoluta nel tempo.

La creazione di valore non coincide quindi con la massimizzazione di una singola variabile. Essa dipende dall'equilibrio dell'intero sistema progettuale. Questo principio richiama direttamente la logica del ***Design Thinking***, secondo cui innovazione, desiderabilità, fattibilità e sostenibilità devono essere considerate simultaneamente. La User Experience rappresenta il contesto operativo nel quale tale equilibrio viene continuamente ricercato attraverso iterazioni successive.

Ogni nuova versione del progetto modifica l'equilibrio complessivo. Ogni decisione influenza contemporaneamente esperienza utente, organizzazione, tecnologia ed economia. La progettazione assume quindi una natura sistemica.

Verso una teoria generale della User Experience

L'evoluzione della disciplina mostra come la User Experience abbia progressivamente ampliato il proprio ambito di applicazione. Nata all'interno della *Human-Computer Interaction* per migliorare l'usabilità delle interfacce, essa integra oggi contributi provenienti dalla psicologia cognitiva, dall'ergonomia, dal design industriale, dai media studies, dal service design, dal project management, dalle scienze organizzative e dal business design.

Questa convergenza rende sempre più difficile delimitare la User Experience attraverso un singolo oggetto di studio. Il suo vero oggetto non è l'interfaccia. Non è il prototipo. Non è il test. È il *processo progettuale*.

La UX studia il modo in cui differenti competenze vengono coordinate per trasformare bisogni umani in prodotti e servizi capaci di generare valore. Questa prospettiva consente di interpretare la User Experience non come una disciplina specialistica, ma come una scienza della progettazione interdisciplinare, il cui compito consiste nell'integrare ricerca, progettazione, validazione, organizzazione e gestione economica all'interno di un unico paradigma *Human-Centered*.

Conclusioni

L'analisi del percorso metodologico della User Experience evidenzia come la disciplina non possa essere ricondotta a un insieme di strumenti o tecniche progettuali considerate isolatamente. Interviste, *personas*, customer journey, Business Model Canvas, prototipazione, User Testing, pianificazione economica e retrospettiva rappresentano piuttosto differenti prospettive attraverso cui osservare un medesimo processo di costruzione del valore.

Il contributo teorico proposto in questo saggio consiste nell'interpretare la User Experience come una **disciplina di integrazione progettuale**. Tale prospettiva consente di superare la tradizionale

distinzione tra progettazione dell'esperienza, gestione del progetto e strategia di business, mostrando come queste dimensioni siano profondamente interdipendenti e concorrano alla realizzazione di prodotti e servizi realmente *Human-Centered*.

In questa prospettiva il progettista della UX non assume il ruolo di semplice designer dell'interfaccia, ma quello di integratore di conoscenze, capace di coordinare ricerca empirica, innovazione tecnologica, sostenibilità economica e organizzazione del lavoro all'interno di un unico processo decisionale. La maturità della disciplina risiede proprio in questa capacità di trasformare strumenti eterogenei in un sistema coerente di progettazione, nel quale il valore non nasce da una singola tecnica, ma dall'equilibrio dinamico tra bisogni umani, obiettivi organizzativi e possibilità tecnologiche.

Bibliografia

AA.VV., *ISO 9241-210:2019. Ergonomics of Human-System Interaction – Human-Centred Design for Interactive Systems*, Ginevra, International Organization for Standardization, 2019, last reviewed and confirmed in 2025. <https://www.iso.org/standard/77520.html>

AA.VV., *The Design Process: What is the Double Diamond?*, Londra, Design Council, 2019. (<https://www.designcouncil.org.uk/resources/the-double-diamond/>; ultima consultazione 18 maggio 2026).

AA.VV., *The Field Guide to Human-Centered Design*, disponibile presso Design Kit – The Field Guide to Human-Centered Design alla URL <https://www.designkit.org/resources/1.html>, San Francisco, IDEO.org, 2015. ISBN 9780991406319

AA.VV., *What Is User Experience (UX)?*, User Experience Professionals Association (UXPA) Minneapolis, UXPA International, 2020. (<https://uxpa.org/what-is-user-experience/>; ultima consultazione 18 maggio 2026).

Bannon, Liam, "From Human Factors to Human Actors: The Role of Psychology and Human-Computer Interaction Studies in System Design", in Greenbaum, Joan e Kyng, Morten (a cura di), *Design at Work: Cooperative Design of Computer Systems*, New York, Routledge, 2020. <https://doi.org/10.1201/9781003063988-3>

Bitner, Mary Jo, Ostrom, Amy L. E Morgan, Felicia N., “Service Blueprinting: A Practical Technique for Service Innovation”, in *California Management Review*, Vol. 50, No. 3, pp. 66-94, 2008. <https://doi.org/10.2307/41166446>

Blank, Steve G., *The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win*, Pescadero, K&S Ranch, 2013. ISBN 9780989200509

Bolter, Jay David e Gromala, Diane, *Windows and Mirrors: Interaction Design, Digital Art, and the Myth of Transparency*, Cambridge, MIT Press, 2003. ISBN 9780262025454

Brignull, Harry, *Deceptive Patterns: Exposing the Tricks Tech Companies Use to Control You*, Eastbourne, Testimonium, 2023. ISBN 9781739454401

Brooke, John, “SUS: A ‘Quick and Dirty’ Usability Scale”, in Jordan, Patrick W., Thomas, Bruce, Weerdmeester, Bernard A. e McClelland, Ian L., *Usability Evaluation in Industry*, Boca Raton, CRC Press, 1996. <https://doi.org/10.1201/9781498710411-35>

Brown, Tim, *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*, New York, HarperBusiness, 2009. ISBN 9780061766084

Brown, Tim e Katz, Barry, *Change by Design: Revised and Updated*, New York, Harper Business, 2019. ISBN 9780062856623

Buchanan, Richard, “Wicked Problems in Design Thinking”, in *Design Issues*, Vol. 8, No. 2, Spring 1992, Pp. 5-21, Cambridge, Massachusetts Institute of Technology, 1992. <https://doi.org/10.2307/1511637>

Buxton, Bill, *Sketching User Experiences: Getting the Design Right and the Right Design*, San Francisco, Morgan Kaufmann, 2007. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-374037-3.X5043-3>

Cagan, Marty, *Inspired: How to Create Tech Products Customers Love*, 2^a ed., Hoboken, John Wiley & Sons, 2018. ISBN 9781119387503

Cagan, Marty e Jones, Chris, *Empowered: Ordinary People, Extraordinary Products*, Hoboken (NJ), John Wiley & Sons, 2020. ISBN 9781119691297

Christensen, Clayton M., Hall, Taddy, Dillon, Karen e Duncan, David S., *Competing Against Luck: The Story of Innovation and Customer Choice*, New York, Harper Business, 2016. ISBN 9780062435613

Cooper, Alan, Reimann, Robert, Cronin, David e Noessel, Christopher, *About Face: The Essentials of Interaction Design*, 4th ed., Indianapolis, Wiley, 2014. ISBN 9781118766576

Denning, Peter J. e Metcalfe, Robert M., *Beyond Calculation: The Next Fifty Years of Computing*, New York, Springer, 1997. <https://doi.org/10.1007/978-1-4612-0685-9>

Dewey, John, *Art as Experience*, New York, Perigee Books, 2005. ISBN 9780399531972

Eyal, Nir; Hoover, Ryan, *Hooked: How to Build Habit-Forming Products*, New York, Portfolio, 2014. ISBN 9781591847786

Floridi, Luciano, *The Philosophy of Information*, Oxford, Oxford University Press, 2011. 10.1093/
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199232383.001.0001>

Fogg, Brian J., *Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do*, Amsterdam, Elsevier Science & Technology, 2003. ISBN 9781558606432

Forlizzi, Jodi e Battarbee, Katja, “Understanding Experience in Interactive Systems”, in *Proceedings of the 5th Conference on Designing Interactive Systems: Processes, Practices, Methods, and Techniques (DIS 2004)*, New York, Association for Computing Machinery (ACM), pp. 261–268, 2004. <https://doi.org/10.1145/1013115.1013152>

Galloway, Alexander R., *The Interface Effect*, Hoboken, John Wiley and Sons, 2011. ISBN 9780745662527

Garrett, Jesse James, *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*, 2nd ed., Berkeley, New Riders, 2011. ISBN 9780321683687

Gonen, Esra, “Tim Brown, Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society (2009)”, in *Markets, Globalization & Development Review*, Vol. 4, No. 2, Art. 8, International Society of Markets and Development, Kingston, University of Rhode Island, 2019. <https://doi.org/10.23860/MGDR-2019-04-02-08>

Goodman, Elizabeth, Kuniavsky, Mike e Moed, Andrea, *Observing the User Experience: A Practitioner's Guide to User Research*, 2^a ed., Waltham, Morgan Kaufmann, 2012. ISBN 9780123848697

Goodwin, Kim, *Designing for the Digital Age: How to Create Human-Centered Products and Services*, Indianapolis, Wiley Publishing, 2009. ISBN 9780470229101

Gothelf, Jeff e Seiden, Josh, *Lean UX: Designing Great Products with Agile Teams*, 3^a ed., Sebastopol, O'Reilly Media, 2021. ISBN 9781098116309

Gothelf, Jeff, *Lean vs. Agile vs. Design Thinking*, New York, Sense & Respond Press, 2017. ISBN 9780999476918

Grechenig, Thomas e Tscheligi, Manfred, "Human Computer Interaction", Vienna Conference, VCHCI '93, Fin de Siècle, Vienna, Austria, 20-22 settembre 1993 (Conference Proceedings), in *Lecture Notes in Computer Science*, Vol. 733, Berlino, Springer, 1993. <https://doi.org/10.1007/3-540-57312-7>

Hassenzahl, Marc, *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*, Cham, Springer Nature Switzerland, 2022 (reprinted of original edition, San Rafael, Morgan & Claypool, 2010). <https://doi.org/10.1007/978-3-031-02191-6>

Hassenzahl, Marc, "The Thing and I: Understanding the relationship between user and product, in *Funology2: From usability to enjoyment* (pp. 97-106), Springer Nature Switzerland, 2018. https://doi.org/10.1007/1-4020-2967-5_4

Hassenzahl, Marc e Tractinsky, Noam, "User Experience: A Research Agenda", in *Behaviour & Information Technology*, Vol. 25, No. 2, pp. 91-97, 2006. <https://doi.org/10.1080/01449290500330331>

Howard, Steve, Hammond, Judy e Lindgaard, Gitte, Human-Computer Interaction: INTERACT '97, IFIP Advances in Information and Communication Technology, International Conference on Human-Computer Interaction, Sydney, Australia, 14–18 July 1997, London, Chapman & Hall, 1997. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-35175-9>

Houde, Stephanie e Hill, Charles, "What Do Prototypes Prototype?", in Helander, Martin G., Landauer, Thomas K. e Prabhu, Prasad (a cura di), *Handbook of Human-Computer Interaction*, 2^a ed., Amsterdam, North Holland, 1997. ISBN 9781492051961

Jordan, Patrick W., Thomas, Bruce, Weerdmeester, Bernard A. e McClelland, Ian L., *Usability Evaluation in Industry*, Boca Raton, CRC Press, 1996. ISBN 9780748404605

Kalbach, James, *Mapping Experiences: A Complete Guide to Customer Alignment Through Journeys, Blueprints, and Diagrams*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2021. ISBN 9781492076636

Kahneman, Daniel, *Thinking, Fast and Slow*, New York, Farrar, Straus and Giroux, 2011. ISBN 9780374275631

Kano, Noriaki, Seraku, Nobuhiko, Takahashi, Fumio e Tsuji, Shinichi, “Attractive Quality and Must-Be Quality”, *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, vol. 14, n. 2, pp.147–156, 1984. https://doi.org/10.20684/quality.14.2_147

Kay, Alan C., *A Personal Computer for Children of All Ages*, Glendale, Viewpoints Research Institute, 1972. (https://tinlizzie.org/VPRI Papers/hc_pers_comp_for_children.pdf; ultima consultazione 18 maggio 2026).

Kim, W. Chan e Mauborgne, Renée, *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Expanded Edition*, Boston, Harvard Business Review Press, 2015. ISBN 9781625274496

Knapp, Jake, Zeratsky, John e Kowitz, Braden, *Sprint: How to Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days*, New York, Simon & Schuster, 2016. ISBN 9781501121746

Krippendorff, Klaus, *The Semantic Turn: A New Foundation for Design*, Boca Raton, CRC Press, 2006. <https://doi.org/10.4324/9780203299951>

Krug, Steve, *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*, 3^a ed., Berkeley, New Riders, 2014. ISBN 9780321965516

Laurel, Brenda, *Computers as Theatre*, 2^a ed., Boston, Addison-Wesley, 2014. ISBN 9780321918628

Law, Effie Lai-Chong, Roto, Virpi, Hassenzahl, Marc, Vermeeren, Arnold P.O.S. e Kort, Joke, “Understanding, Scoping and Defining User Experience: A Survey Approach”, in *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Boston, New York, Association for Computing Machinery (ACM), Pp. 719–728, 2009. <https://doi.org/10.1145/1518701.1518813>

Lewis, James R., “The System Usability Scale: Past, Present, and Future”, in *International Journal of Human–Computer Interaction*, Vol. 34, No. 7, pp. 577-590, 2018. <https://doi.org/10.1080/10447318.2018.1455307>

Manovich, Lev, *The Language of New Media*, Cambridge, MIT Press, 2001. ISBN 9780262133746
Martin, Bella e Hanington, Bruce, *Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions*, Beverly, Rockport Publishers, 2012. ISBN 9781592537563

McCarthy, John e Wright, Peter, *Technology as Experience*, Cambridge, Massachusetts Institute of Technology, 2004. ISBN 9780262632596

Monteiro, Mike, *Design Is a Job*, New York, A Book Apart, 2012. ISBN 9781937557041

Morville, Peter, *Ambient Findability*, Sebastopol (CA), O'Reilly Media, 2005. ISBN 9780596007652

Nielsen, Jakob, "Enhancing the Explanatory Power of Usability Heuristics", in *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '94)*, pp. 152-158, Boston, ACM, 1994. <https://doi.org/10.1145/191666.191729>

Nielsen, Jakob e Molich, Rolf, "Heuristic Evaluation of User Interfaces", in *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '90)*, pp. 249-256, Seattle, ACM, 1990 <https://doi.org/10.1145/97243.97281>

Nielsen, Jakob, *Usability Engineering*, San Francisco, Morgan Kaufmann Publishers, 1993. ISBN 9780125184069

Norman, Donald A., *The Design of Everyday Things, Revised and Expanded Edition*, New York, Basic Books, 2013. ISBN 9780465050659

Osterwalder, Alexander, Pigneur, Yves, Bernarda, Gregory e Smith, Alan, *Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want*, Hoboken, John Wiley & Sons, 2014. ISBN 9781118968055

Osterwalder, Alexander e Pigneur, Yves, *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Hoboken, John Wiley & Sons, 2010. ISBN 9780470876411

Perri, Melissa, *Escaping the Build Trap: How Effective Product Management Creates Real Value*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2018. ISBN 9781491973790

Pine II, Joseph B. e Gilmore, James H., *The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money*, Boston, Harvard Business Review Press, 2019. ISBN 9781633697973

Preece, Jennifer, Rogers, Yvonne e Sharp, Helen, *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, 5^a ed., Hoboken, John Wiley & Sons, 2019. ISBN 9781119547303

Protzen, Jean-Pierre e Harris, David, *The Universe of Design: Horst Rittel's Theories of Design and Planning*, New York, Routledge, 2010. ISBN 9780415779883

Raskin, Jef, *The Humane Interface: New Directions for Designing Interactive Systems*, Boston, Addison-Wesley, 2000. ISBN 9780201379372

Ries, Eric, *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, New York, Crown Business, 2011. ISBN 9780307887894

Rittel, Horst W.T., "The Reasoning of Designers, Arbeitspapier", paper presentato all'International Congress on Planning and Design Theory, Boston, 1987, successivamente pubblicato come rapporto dell'Università di Stoccarda nel 1988. (https://mafiles.maxfrischknecht.ch/media/pages/documentation/problem-oriented-design/1854400224-1613052907/rittel_the_reasoning_of_designers_university_of_california_berkeley.pdf; ultima consultazione 18 maggio 2026)

Rubin, Jeffrey e Chisnell, Dana, *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*, 2^a ed., Indianapolis, Wiley Publishing, 2008. ISBN 9780470185483

Savoia, Alberto, *Pretotype It: Make Sure You Are Building the Right "It" Before You Build "It" Right*, Mountain View, Pretotype Labs, 2011. (https://www.pretotyping.org/uploads/1/4/0/9/14099067/pretotype_it_2nd_pretotype_edition-2.pdf; ultima consultazione 18 maggio 2026)

Schön, Donald A., *The Reflective Practitioner: How Professionals Think in Action*, New York, Basic Books, 1983. ISBN 9780465068746

Shneiderman, Ben, Plaisant, Catherine, Cohen, Maxine, Jacobs, Steven, Elmquist, Niklas e Diakopoulos, Nicholas, *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*, 6^a ed., Boston, Pearson, 2016. ISBN 9780134380384

Simon, Herbert A., *The Sciences of the Artificial*, Cambridge, Massachusetts Institute of Technology, 2019. <https://doi.org/10.7551/mitpress/12107.001.0001>

Stickdorn, Marc, Hormess, Markus E., Lawrence, Adam e Schneider, Jakob, *This Is Service Design Doing*, Sebastopol, O'Reilly Media, 2018. ISBN 9781491927182

Sunstein, Cass R., *The Ethics of Influence: Government in the Age of Behavioral Science*, Cambridge, Cambridge University Press, 2016. <https://doi.org/10.1017/CBO9781316493021>

Thaler, Richard H.; Sunstein, Cass R., *Nudge: The Final Edition*, New York, Penguin Books, 2021. ISBN 9780143137009

Tidwell, Jenifer, Brewer, Charles e Valencia, Aynne, *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design*, 3^a ed., Sebastopol, O'Reilly Media, 2020. ISBN 9781492058199

Torres, Teresa, *Continuous Discovery Habits: Discover Products That Create Customer Value and Business Value*, Portland, Product Talk, 2021. ISBN 9781736633304

Tullis, Thomas e Albert, Bill, *Measuring the User Experience: Collecting, Analyzing, and Presenting Usability Metrics*, 2^a ed., Waltham, Morgan Kaufmann, 2013. ISBN 9780124157811

Vargo, Stephen L. e Lusch, Robert F., "Evolving to a New Dominant Logic for Marketing", in *Journal of Marketing*, Vol. 68, no. 1, 2004, pp. 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>

Verbeek, Peter-Paul, *Moralizing Technology: Understanding and Designing the Morality of Things*, Chicago, University of Chicago Press, 2011. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226852904.001.0001>

Weiser, Mark, "The Computer for the Twenty-First Century", in *Scientific American*, Vol. 265, No. 3, pp. 94-104, 1991. <https://doi.org/10.1038/scientificamerican0991-94>

Winograd, Terry e Flores, Fernando F., *Understanding Computers and Cognition: A New Foundation for Design*, Bristol, Intellect Ltd, 1986. ISBN 9780893910501

Wixon, Dennis e Ramey, Judith, *Field Methods Casebook for Software Design*, New York, John Wiley & Sons, 1996. ISBN 9780471149675

Wright, Peter e McCarthy, John, *Experience-Centered Design: Designers, Users, and Communities in Dialogue*, San Rafael, Morgan & Claypool Publishers, 2010. DOI: <https://doi.org/10.2200/S00229ED1V01Y201003HCI009>