DIPL02 - Diploma ISIA di Primo Livello in DESIGN

Sezione A - Gestione Dati Generali

Scuola	SCUOLA DI DESIGN
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI DISEGNO INDUSTRIALE
A1 - Denominazione del corso di studi	Corso di Diploma Accademico di Primo Livello in *Fashion Management, Digital Communication & Media*
Codicione	A1IS38122N000036
Codice interno corso	
A2 - Valore del credito formativo	1/25
A5 - Indirizzi	
A8 - Tipologia	Nuovo corso
A11 - Sito internet del corso	https://www.istitutomarangoni.com/it/
Visibile su Universitaly	No non è visibile

Sezione B - Gestione Piani di Studio

Indirizzo: Generico

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Primo anno cfa: 60										
Base	Attività formative base	ISDC/07 - Tecniche informatiche multimediali	Elaborazione digitale dell'immagine	8	100/100	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISSC/01 - Storia e cultura del design	Storia dell'arte applicata	6	45/105	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISST/02 - Scienza e tecnologia dei materiali	Scienza e tecnologia dei materiali	6	45/105	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISSU/05 - Sociologia antropologia e psicologia della moda	Sociologia antropologia e psicologia della moda	6	45/105	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/05 - Design della moda	Design della moda	12	150/150	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDR/03 - Tecniche di rappresentazione e comunicazione del progetto	Tecniche di comunicazione visiva	5	62.5/62.5	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISME/02 - Basic design	Basic design	8	100/100	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Scelta studente	A scelta dello studente			5				Obbligatorio		

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Lingua straniera	Conoscenza lingua straniera	ISSE/02 - Gestione dell'attività professionale	Lingua inglese a indirizzo professionale	4	50/50	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Idoneità	
Secondo anno cfa: 60										
Base	Attività formative base	ISDC/01 - Scienze della comunicazione	Scienze della comunicazione	4	30/70	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISSC/03 - Storia e cultura della moda	Storia e critica della moda contemporanea	8	60/140	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione	Strategie della comunicazione	8	60/140	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Progettazione multimediale	6	75/75	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/05 - Design della comunicazione	Progettazione per l'editoria	4	50/50	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISSE/03 - Economia e marketing della moda	Sviluppo prodotto moda, dal concetto al consumatore	8	100/100	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISSE/03 - Economia e marketing della moda	Organizzazione azienda moda	6	45/105	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISST/03 - Tecnologie della produzione	Processi di produzione	12	150/150	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Scelta studente	A scelta dello studente			4				Obbligatorio		
Terzo anno cfa: 60										
Base	Attività formative base	ISDC/01 - Scienze della comunicazione	Semiotica dell'immagine	5	37.5/87.5	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione	Comunicazione della marca	8	60/140	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/04 - Progettazione multimediale	Design multimediale	6	45/105	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/05 - Design della comunicazione	Comunicazione d'impresa	6	45/105	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDC/05 - Design della comunicazione	Art direction	10	125/125	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/01 - Design del prodotto	Design del prodotto	8	100/100	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Prova finale	Prova finale			8				Obbligatorio		
	Tirocinio			9				Obbligatorio		

Totale esami: 21

Totale idoneità: 1

Ordinamento

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno
Attività di Base	43	Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base	ISDC/01 - Scienze della comunicazione ISDC/07 - Tecniche informatiche multimediali ISSC/01 - Storia e cultura del design ISSC/03 - Storia e cultura della moda ISST/02 - Scienza e tecnologia dei materiali ISSU/05 - Sociologia antropologia e psicologia della moda	9 8 6 8 6 6	0 8 6 0 6 6	4 0 0 8 0 0	5 0 0 0 0 0
Attività Caratterizzanti	107	Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione ISDC/04 - Progettazione multimediale ISDC/05 - Design della comunicazione ISDE/01 - Design del prodotto ISDE/05 - Design della moda ISDR/03 - Tecniche di rappresentazione e comunicazione del progetto ISME/02 - Basic design ISSE/03 - Economia e marketing della moda ISST/03 - Tecnologie della produzione	16 12 20 8 12 5 8 14 12	0 0 0 0 12 5 8 0 0	8 6 4 0 0 0 0 14 12	8 6 16 8 0 0 0 0 0
A scelta dello studente	9	A scelta dello studente	-	9	5	4	0
Conoscenza lingua straniera	4	Conoscenza lingua straniera	ISSE/02 - Gestione dell'attività professionale	4	4	0	0
Prova finale	8	Prova finale	-	8	0	0	8
	9	Tirocinio	-	9	0	0	9
Totale	180				60	60	60

Sezione C - Gestione Testi

C1 - Obiettivi Formativi	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Al termine del corso in Fashion Management, Digital Communication and Media lo studente saprà: • analizzare e gestire gli aspetti connessi alla pianificazione, sviluppo e produzione di una linea di moda; • comprendere i processi di gestione dalla comunicazione industriale; • gestire con consapevolezza e senso critico gli aspetti tecnologico-produttivi, culturali, sociali ed economici per svluppare e comunicare la marca; • comunicare utilizzando differenti strumenti espressivi di tecnica, linguaggi multimediali e digitali il brand e i suoi valori; • sviluppare un'analisi dei prodotti e processi industriali finalizzati alla comprensione dei contesti produttivi e socio-economici di riferimento; • valutare l'innovazione come naturale integrazione di momento creativo e sviluppo tecnologico del progetto di comunicazione; • valutare la fattibilità economica dei prodotti; • sviluppare adeguate capacità per la gestione dell'attività professionale, sia per favorire l'ingresso nel mondo del lavoro, sia per assicurare l'interfaccia con l'organizzazione economica e produttiva.	
C2 - Prova Finale	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
La tesi di diploma è la verifica finale delle capacità acquisite dallo studente, la sua maturità sia per quanto riguarda l'impostazione metodologica, sia per quanto riguarda l'acquisizione degli strumenti tecnici e culturali di riferimento e dovrà pertanto sfociare in un progetto dal quale emergano chiaramente gli aspetti e le fasi del percorso seguito dal candidato. La tesi (dissertation) consiste nell'applicazione di studi teorici e culturali derivanti da ricerche critiche (primarie e secondarie) su un argomento a scelta che può essere collegato con il progetto finale o con l'esperienza di internship. Gli ambiti di indagine e progettazione che possono esserrre trattati all'interno della tesi spaziano dallo sviluppo prodotto moda alle definizione strategie di marca, dall'analisi delle tendenze socio-culturali ai comportamenti di acquisto dei consumatori, dalla definizione di nuovi business alla promozione degli stessi. Particolare attenzione viene dedicata al tema dell'innovazione, attraverso la valutazione critiche delle opportuntà derivanti dalle nuove tecnologie, la digitalizzazione e le crescenti attese di soluzioni sostenibili da parte del mercato.	
C3 - Prospettive occupazionali	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
I profili professionali dei diplomati del corso in Fashion Management, Digital Communication and Media potranno lavorare in aziende di moda nella gestione di prodotti e progetti di comunicazione dalla fase ideativa alla sua realizzazione, promozione e inserimento nel mercato. Un'approfondita conoscenza delle aziende del fashion system sarà determinante per operare con successo in questo settore. I diplomati del corso potranno inserirsi nel mondo professionale con i seguenti ruoli: Digital marketing manager; Media planner/media manager; Communication manager/director; Marketing manager; Multimedia content designer; Social media editor/manager	
C4 - Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Conoscenza e capacità analitica di comprensione dei processi economici, sociali, estetici e culturali relativi alle industrie e ai mercati della moda; in particolare, al termine del corso, lo studente conoscerà la corretta metodologia e gli strumenti per la progettazione nell'ambito della comunicazione del settore moda con riferimento al linguaggio digital media.	

C5 - Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Applicare conoscenze teoriche e competenze tecniche a casi di studio reali e a progetti in modo professionale, in materia di comunicazione del prodotto moda e del brand con particolare attenzione per i nuovi linguaggi e i nuovi media digitali.	
C6 - Autonomia di giudizio (making judgements)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Capacità di elaborare e interpretare criticamente conoscenze teoriche, informazioni e dati di mercato e di sviluppare un buon grado di autonomia nell'uso dei corretti strumenti progettuali e nell'applicazione della metodologia più efficace.	
C7 - Abilità comunicative (communication skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Capacità di comunicare efficacemente le proprie idee in forma scritta, orale e attraverso la costruzione di testi multimediali, utilizzando in modo corretto i codici e i linguaggi nell'ambito della comunicazione di moda e digital media.	
C8 - Capacità di apprendimento (learning skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Capacità di apprendere conoscenze e competenze rilevanti nell'ambito del management della moda, attraverso l'acquisizione di una metodologia di studio e di ricerca efficace in grado di integrare armonicamente conoscenze teoriche e competenze di natura tecnica, strategica e gestionale.	