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 & Brand Strategies*
Codicione	A1IS30557N000038
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	Idoneità	

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/07 - Tecniche informatiche multimediali	Tecnologie della comunicazione	8	60/140	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ISST/01 - Scienze matematiche e fisiche	Matematica per il design	4	30/70	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	ISDE/05 - Design della moda	Ricerca tendenze	6	75/75	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISME/01 - Metodologia della progettazione	Metodologia della progettazione	10	125/125	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISSE/03 - Economia e marketing della moda	Organizzazione azienda moda	8	100/100	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISSE/03 - Economia e marketing della moda	Marketing della moda	6	75/75	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISST/04 - Tecnologie del prodotto moda	Tecnologie del prodotto moda	6	75/75	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Scelta studente	A scelta dello studente			4				Obbligatorio	Idoneità	
Terzo anno cfa: 60										
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/08 - Comunicazione del progetto di moda	Semiotica dell'immagine	5	37.5/87.5	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/01 - Design del prodotto	Design del prodotto	10	125/125	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/03 - Design dei sistemi	Innovazione di processo	8	60/140	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISDE/04 - Ingegnerizzazione del prodotto	Ingegnerizzazione del prodotto	8	60/140	7.5	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ISSE/01 - Economia e gestione delle imprese	Design management	6	75/75	12.5	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Prova finale	Prova finale			8				Obbligatorio	Esame	
	Tirocinio			9				Obbligatorio		

Totale esami: 21

Totale idoneità: 3

Ordinamento

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno
Attività di Base	38	Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base	ISDC/07 - Tecniche informatiche multimediali ISSC/01 - Storia e cultura del design ISST/01 - Scienze matematiche e fisiche ISST/02 - Scienza e tecnologia dei materiali ISSU/05 - Sociologia antropologia e psicologia della moda	16 6 4 6 6	8 6 0 6 6	8 0 4 0 0	0 0 0 0 0
Attività Caratterizzanti	112	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 Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti	ISDC/02 - Tecniche e linguaggi della comunicazione ISDC/05 - Design della comunicazione ISDC/08 - Comunicazione del progetto di moda ISDE/01 - Design del prodotto ISDE/03 - Design dei sistemi ISDE/04 - Ingegnerizzazione del prodotto ISDE/05 - Design della moda ISDR/03 - Tecniche di rappresentazione e comunicazione del progetto ISME/01 - Metodologia della progettazione ISME/02 - Basic design ISSE/01 - Economia e gestione delle imprese ISSE/03 - Economia e marketing della moda ISST/04 - Tecnologie del prodotto moda	8 6 5 10 8 8 18 5 10 8 6 14 6	0 0 0 0 0 0 12 5 0 8 0 0 0	8 0 0 0 0 0 6 0 10 0 0 14 6	0 6 5 10 8 8 0 0 0 0 6 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 and Brand Strategies lo studente, oltre a sviluppare e applicare una buona conoscenza del sistema moda contemporaneo nelle sue implicazioni economiche, culturali e sociali, saprà: • analizzare e gestire gli aspetti qualitativi e quantitativi connessi alla progettazione, creazione e sviluppo di un'impresa o una marca nel settore moda; • comprendere i processi di gestione strategica di un'impresa o una marca del settore moda; conoscere attori, processi e strutture di un'impresa di moda; . seguire la metodologia di progettazione e il processo strategico corretti per progettare una start-up nel settore moda; • gestire con consapevolezza e senso critico gli aspetti tecnologico-produttivi, culturali, sociali ed economici per sviluppare e gestire la marca; • comprendere iil ruolo dei differenti strumenti espressivi, dei linguaggi multimediali e digitali per sviluppare il brand di moda e i suoi valori; • sviluppare un'analisi dei brand, delle imprese e dei processi industriali finalizzati alla comprensione dei contesti produttivi e socio-economici di riferimento; • valutare e applicare l'innovazione, la sostenibilità e l'etica come elementi essenziali nel processo creativo di progettazione e sviluppo tecnologico del progetto moda, impresa o brand; • comprendere gli aspetti economici del progetto moda legati alla gestione dell'impresa e della marca; • 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 essere trattati all'interno della tesi spaziano dall'analisi del sistema moda contemporaneo al fine di proporre strategie di marca, dall'analisi dei linguaggi multimediali e digitali legati ai brand allo sviluppo di modelli di gestione dell'impresa di moda, dalla definizione nuovi business e start-up 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 sistema moda.	
C3 - Prospettive occupazionali	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**

I profili professionali dei diplomati del corso Fashion Management and Brand Strategies potranno lavorare in aziende di moda nell'ambito della progettazione, creazione, sviluppo ed innovazione di imprese o brand di moda, dalla fase ideativa alla realizzazione, promozione, gestione. 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 un personale progetto imprenditoriale o di espansione del proprio Family Business, oppure entrare in aziende esistenti contribuendo all'approccio strategico e innovativo nei ruoli professionali legati Brand Management.	
C4 - Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Conoscenza e capacità di comprensione analitica dei processi economici, sociali, estetici e culturali relativi alle industrie, ai mercati della moda e alle strategie di progettazione, comunicazione e sviluppo legate ai fashion brand nel più ampio contesto delle tendenze in atto. In particolare, al termine del corso, lo studente avrà compreso e approfondito i processi fondamentali, la corretta metodologia, gli strumenti e i linguaggi per la progettazione nell'ambito della strategia di marca, della gestione dell'impresa di moda, della creazione di start-up.	
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 progettazione, creazione e sviluppo di un'impresa o una marca nel settore moda. Applicazione a progetti concreti degli elementi teorici tecnologico-produttivi, culturali, sociali ed economici per sviluppare e comunicare la marca.	
C6 - Autonomia di giudizio (making judgements)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Capacità di leggere e interpretare criticamente conoscenze teoriche, informazioni e dati di mercato, tendenze del sistema moda contemporaneo legate ai fashion brand e alle imprese di settore, riferimenti sociali e culturali, al fine di sviluppare un buon grado di autonomia nell'utilizzo e applicazione delle conoscenze, dei linguaggi, nell'uso dei corretti strumenti progettuali e nell'applicazione della metodologia più efficace per la realizzazione di progetti di strategie per i fashion brand o di gestione dell'impresa moda.	
C7 - Abilità comunicative (communication skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Capacità di comunicare efficacemente le proprie idee in forma scritta, orale e attraverso lo sviluppo di progetti organici, coerenti e completi e la costruzione di testi multimediali , utilizzando in modo corretto le fonti disponibili, i codici e i linguaggi nell'ambito delle strategie dei fashion brand e della gestione dell'impresa di moda.	
C8 - Capacità di apprendimento (learning skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Capacità di apprendere conoscenze e competenze rilevanti nell'ambito del sistema moda contemporaneo, con particolare riferimento a fashion brand e alla gestione delle imprese di settore, 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.	