

DIDATTICA

360 ore di lezioni frontali, 120 ore di workshop e 500 ore di stage per formare esperti nella promozione e valorizzazione del sistema moda e delle imprese culturali e creative attraverso le moderne tecnologie della comunicazione digitale.

Basato su un approccio dinamico-esperienziale, e guidato da docenti universitari, professionisti e ospiti d'eccezione, il percorso didattico porterà gli studenti a misurarsi con progetti in sintonia con le esigenze delle più note aziende del Made in Italy. Tra i professionisti coinvolti: Fashion Editor, Esperti di Fashion Heritage, Trendwatcher, Product Manager, Web Marketer e Interactive Designer, Design Merchandising Director, Marketing Manager, Brand Manager, WW Communications Director, Direttori di musei e archivi della moda.

Coordinamento Didattico Scientifico / P. Fameli - C. Pompa

360 H
LEZIONI
FRONTALI &
INTERVENTI
DI ESPERTI

120 H FASHION AND VISUAL CULTURES

Estetica e cultura visuale per la moda / G. Matteucci - F. Muzzarelli

Moda e Made in Italy / F. Fabbri - V. C. Caratozzolo

Architetture e Layout per la moda / I. Tolic - L. Marchetti - C. Marengo Mores

Fashion Archive and Cultural Heritage / D. Calanca - A. Arezzi Boza - G. Di Giangirolamo

Immaginari del giornalismo di moda / A. Mancinelli - S. Sbarbati

120 H DESIGN AND MULTIMEDIA PRACTICES

Dalla creatività al progetto / F. Celaschi - C. Giardina

Linguaggi contemporanei della rappresentazione / F. I. Apollonio - C. Bandiera

Mobile and Wearable Computing + HCI Interfaces / G. Marfia - F. Vitali

Rappresentazione e gestione multimediale del Fashion / R. Menarini – Studio Dina & Solomon

120 H INFORMATION TECHNOLOGIES FOR COMMUNICATION

Fashion Storytelling and Social Media Marketing / M.C. Rizzi - F. Verdinelli - E. Chiais

Management for Fashion Companies / M. Colucci - F. Bertini

Web and Multimedia Applications / A. Di Iorio - I. Bartolini

Web and Tools Marketing / S. Peroni - F. Venturoli

From Cultural Production to Fashion Trends / A. Fraticelli - P. Ferrarini

120 H
WORKSHOP
& LABORATORI

OUT OF THE ARCHIVES:

FROM PHYSICAL DISPLAY TO DIGITAL COMMUNICATION

Fashion Archive: Conservation and Valorization

F. Massaccesi - Responsabile Scientifico

Trend Research and Fashion Curating

S. Segre Reinach - Responsabile Scientifico

Display in Action: Space and Narration

F. Celaschi - Responsabile Scientifico

Technology at Work: Representing and Communicating Fashion

G. Marfia - Responsabile Scientifico

500 H
STAGE

Presso le più note realtà della Moda italiana e dell'industria culturale e creativa, tra le quali

AEFFE / ADIDAS / A.N.G.E.L.O. VINTAGE PALACE / DONDUP / BORBONESE / FONDAZIONE GIANFRANCO FERRÉ / FONDAZIONE FASHION RESEARCH ITALY / FIORENTINI & BAKER / FURLA / GALLERY HOLDING / G.A. OPERATIONS SPA / GLAM / INTERFASHION SPA / LA PERLA / LES COPAINS / MAX MARA / MSTUDIO / NEGRI FIRMAN - PR COMMUNICATION / PIQUADRO / TEDDY GROUP / WOOLRICH EUROPE / WP LAVORI IN CORSO / ZOOM ON FASHION TRENDS

TRA I NOSTRI
SPECIAL GUESTS

Rita Airaghi - **FONDAZIONE GIANFRANCO FERRÉ** / Federico Bertini - **AEFFE** / Gianluca Bonini - **NUOVOSTUDIO** / Andrea Canè - **WOOLRICH** / Alberto Caselli Manzini - **SPORT&STREET** - **LOGOS PUBLISHING** / Ildo Damiano - **GRAZIA** / Federica Fornaciari - **MAX MARA** / Melodie Leung - **STUDIO ZAHA HADID** / Antonio Masciariello - **VERSACE** / Emilia Minichiello - **ZOOM ON FASHION TRENDS** / Leonardo Pucci - **CHRISTIAN DIOR HAUTE COUTURE** / Carlo Ratti - **CARLO RATTI ASSOCIATI** / Alessandro Sicoli - **MOSCHINO** / Andrea Signori - **GALLERY HOLDING** / Claudia Sobrero - **NEIL BARRETT** / Alessio Vannetti - **GUCCI**

COMPETENZE & CONOSCENZE TRASMESSE

In conformità alle tre aree che caratterizzano il progetto formativo (moda, design e tecnologie per la comunicazione), al termine dell'attività didattica, suddivisa in 360 ore di lezioni frontali e 120 ore di workshop, i partecipanti avranno: sviluppato una solida cultura della moda e dei suoi processi di ricerca, produzione e comunicazione; acquisito un metodo progettuale di lavoro in grado di generare soluzioni creative in risposta alle costanti evoluzioni del mercato; formato un livello di competenze adeguato nell'uso degli applicativi informatici di progetto, disegno e rappresentazione, indispensabili nella catena di comunicazione del prodotto moda.

TARGET

Neolaureati triennali e magistrali con uno spiccato interesse verso il settore della comunicazione del Fashion System. Giovani professionisti interessati a potenziare e aggiornare le proprie competenze.

PROFILO IN USCITA

Al termine del percorso formativo, gli studenti potranno inserirsi in aziende, agenzie, archivi, enti fieristici, associazioni e istituzioni di categoria del settore Moda e nelle imprese culturali e creative.

Tra le principali aree di inserimento:

Retail Merchandising

E-commerce

Marketing Communication

Organizzazione mostre ed eventi

Brand Management

Visual Merchandising

Heritage Management