

Università	Libera Università di lingue e comunicazione IULM-MI
Classe	L-3 - Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda
Nome del corso in italiano	Moda e industrie creative <i>reformulazione di: Comunicazione e promozione della moda e del design (1392279)</i>
Nome del corso in inglese	Fashion and creative industries
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	251
Data di approvazione della struttura didattica	10/02/2020
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	12/02/2020
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	11/11/2019 - 14/01/2020
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	29/11/2019
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.iulm.it/it/offerta-formativa/corsi-di-lauree-triennali/comunicazione-promozione-moda-design/co
Facoltà di riferimento ai fini amministrativi	ARTI e TURISMO
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Corsi della medesima classe	<ul style="list-style-type: none"> • Arti, spettacolo, eventi culturali
Numero del gruppo di affinità	1

Obiettivi formativi qualificanti della classe: L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda

I laureati nei corsi di laurea della classe devono:

- possedere un'adeguata formazione di base relativamente ai settori delle arti, del cinema, della musica, del teatro e del costume;
- possedere strumenti metodologici e critici adeguati all'acquisizione di competenze dei linguaggi espressivi, delle tecniche e dei contesti delle manifestazioni specifiche;
- possedere informazioni sull'uso degli strumenti informatici e della comunicazione telematica negli ambiti specifici di competenza;
- essere in grado di utilizzare efficacemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea, oltre l'italiano, nell'ambito specifico di competenza e per lo scambio di informazioni generali;
- possedere adeguate competenze e strumenti per la comunicazione e la gestione dell'informazione.

Sbocchi occupazionali e attività professionali previsti dai corsi di laurea sono in diversi ambiti, quali l'animazione e l'industria culturale, le televisioni e i mass-media, il costume e la moda, dall'ideazione del prodotto alla sua realizzazione.

Gli atenei organizzeranno, in accordo con enti pubblici e privati, gli stages e i tirocini più opportuni per concorrere al conseguimento dei crediti richiesti per le "altre attività formative" e potranno definire ulteriormente, per ogni corso di studio, gli obiettivi formativi specifici, anche con riferimento ai corrispondenti profili professionali.

Relazione del nucleo di valutazione per accreditamento

[Vedi allegato](#)

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

Per la progettazione del Corso di Laurea sono stati effettuati degli studi di settore prendendo in considerazione gli studi di Mediobanca e di Fondazione Altgamma in collaborazione con Excelsior-Unioncamere e Anpal. Tali studi hanno evidenziato il fabbisogno occupazionale della moda delle industrie creative (Vedere il documento allegato al quadro D.5).

Il giorno 11 novembre 2019 alle ore 18:00, presso la sala Consiliare dell'Università IULM, in Via Carlo Bo n. 1 a Milano, si è tenuto l'incontro di consultazione tra gli organi universitari proponenti il Corso di Laurea e i referenti delle organizzazioni rappresentative della produzione e delle professioni di riferimento. All'incontro erano presenti:

Per il Corso di Studio:

- il Rettore dell'Università IULM;
- il Preside della Facoltà di Arti, turismo e mercati dell'Università IULM;
- il Direttore Generale dell'Ateneo.

È inoltre presente il Responsabile della Direzione dell'Ateneo con funzioni di supporto organizzativo.

Per le organizzazioni rappresentative produzione e delle professioni di riferimento:

- il Direttore Generale della Fondazione Altgamma;
- il Group PR e Communication Director di Dolce & Gabbana;
- il Direttore Generale della Fondazione Gianfranco Ferré;
- il Direttore di Bernasconi Tessuti;
- il Managing Director di Hermès.

La discussione ha preso in esame la bozza non definitiva del progetto formativo del Corso di laurea e in particolare:

- il progetto istitutivo del corso di laurea e gli obiettivi formativi specifici del corso;
- i risultati di apprendimento attesi e il quadro delle attività formative;
- i profili professionali individuati per il Corso di laurea con i relativi sbocchi occupazionali;
- le modalità e la cadenza di studi e consultazioni successive.

Durante l'incontro è emerso in particolare quanto segue:

1. Obiettivi formativi: è segnalata la necessità di fornire agli studenti gli strumenti per comprendere e affrontare la diversità dei protocolli che caratterizzano ogni paese, anche con l'inserimento tra le attività formative di tematiche come la sostenibilità, l'inclusione e la diversità, ormai imprescindibili. Oltre a ciò, è suggerito di affrontare il tema del crisis management. È richiesto di sviluppare una sensibilità ai dati economico-finanziari negli studenti di questo nuovo corso di laurea. Infatti, i futuri laureati - pur con competenze spiccatamente artistiche e creative - si troveranno a lavorare in contesti in cui è necessario saper almeno leggere un budget e un report economico-finanziario. Infine, è suggerito di dare maggior rilievo ai Trend e Data Analyst che rilevano le opportunità per modificare la comunicazione e l'experience dei punti vendita.

2. Punti di forza dell'offerta formativa proposta: l'inserimento del corso di laurea nella Facoltà di Arti è emerso come un importante punto di forza poiché il binomio "arte e cultura", e quello "immagine e arti" sono connotati nei settori della moda e del design e nella loro comunicazione. Infatti, il ruolo del retail pur fondamentale non è esaustivo, e quindi il corso è utile perché risponde all'esigenza di narrare il prodotto (Storytelling). Altri punti di forza emersi sono l'approccio laboratoriale e il costante interesse alla lingua inglese che è previsto in tutti gli anni di corso.

3. Criticità dell'offerta formativa proposta: è segnalata la mancanza di un'attività laboratoriale che fornisca da subito delle conoscenze di base sulla terminologia della moda e del design (es. "Sillabario della Moda e del Design"); è segnalata la carenza di formazione sugli aspetti legati all'area economico-finanziaria del budgeting.

4. Profili professionali e relativi sbocchi occupazionali: è richiesto di separare alcuni profili professionali proposti che presentano ruoli fondamentali ma distanti (es. Trend Analyst -profilo socio-economico- e Direttore Artistico -profilo creativo). Il ruolo del Fair manager va ripensato perché risulta troppo specialistico a livello economico e poco attinente alla comunicazione di moda e design. Il ruolo del Packaging manager risulta troppo creativo e pratico, forse orientato ai designer. Infine, emerge il suggerimento e di incorporare il mondo del Beauty in quanto strettamente connesso, seppur con altre specificità, al mondo della Moda.

In chiusura dell'incontro si concorda:

1. di modificare e integrare la bozza del progetto formativo tenendo presenti le risultanze della consultazione in particolare:

a. aggiungendo alcune attività formative vincolate tra le seguenti aree:

- Trend;
- Budget;
- Interculturalità.

b. Ampliando gli insegnamenti a scelta degli studenti, includendo, alcuni corsi tra le seguenti aree:

- Beauty;
- Linguaggi specifici della moda e del design;
- Gestione delle crisi.

2. di rivedere e affinare i profili formativi secondo quanto emerso durante la consultazione;

3. di provvedere alla periodica analisi delle professioni della moda e del design, dei loro fabbisogni formativi e della loro domanda sul mercato del lavoro.

4. di definire successivi incontri periodici con frequenza annuale.

Successivamente, nel mese di gennaio 2020, il progetto del Corso di Laurea, dopo le modifiche e le integrazioni apportate e gli affinamenti ai profili formativi, è stato sottoposto a validazione degli stakeholder con un'ulteriore consultazione che ha visto anche il coinvolgimento anche del Direttore comunicazione di Zegna.

Al termine della consultazione gli stakeholder hanno espresso il loro apprezzamento per i tratti distintivi del progetto che, differenziandosi dagli altri corsi di studio focalizzati su moda e design, colma un vuoto formativo.

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

Si allega il parere favorevole all'istituzione del Corso di laurea in Comunicazione e promozione della moda e del design dall'a.a. 2020/21 espresso dal Comitato di coordinamento universitario per la Lombardia nella seduta del 29 novembre 2019.

[Vedi allegato](#)

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il corso in Moda e industrie creative garantisce agli iscritti una preparazione base sulle culture e i linguaggi delle industrie creative con particolare riferimento alla moda e più in generale ai settori artistico-creativi. Il corso fornisce inoltre gli strumenti essenziali per una riflessione critica sull'intreccio tra processi culturali, creativi e produttivi che caratterizzano l'ambito della moda in analogia con altre forme estetiche.

Il corso forma figure professionali in grado di comprendere le specificità delle industrie creative e di inserirsi nei processi di: organizzazione di eventi e sfilate; creazione di contenuti e sviluppo di materiali per valorizzare le produzioni artistico-creative; ricerca e interpretazione delle tendenze artistiche, culturali e di lifestyle contemporanee nella scena nazionale e internazionale.

Il corso fornisce agli iscritti sia conoscenze critico-teoriche relative ai diversi linguaggi artistico-visuali necessari alla comprensione della moda, sia strumenti metodologici e pratici per la comprensione delle dinamiche dell'ambiente competitivo in cui operano le industrie creative e per affrontare le principali sfide alla base dei processi di ideazione, produzione, distribuzione e valorizzazione delle creazioni di moda e degli altri prodotti delle industrie creative.

Il corso prevede una componente di didattica frontale, a cui si assommano le attività laboratoriali necessarie a sviluppare un'attitudine analitica nei confronti dei linguaggi artistici, a stimolare la creatività e la propensione all'innovazione come atteggiamento, a consolidare gli apprendimenti teorici e sviluppare le competenze

tecnico-pratiche e gestionali necessarie alle professioni al servizio della moda e delle industrie creative.

Il percorso si caratterizza per la sua capacità di integrare una vocazione teorica a uno spirito pratico-applicativo, ma anche per la sua predisposizione alla commistione tra discipline umanistiche come le arti visive contemporanee, il rapporto tra le arti e i media, le culture e linguaggi della creatività, la storia della moda e discipline linguistico-comunicative e gestionali, che spaziano sino ad aspetti semiologici, antropologici, sociologici, economici e giuridici. La struttura del piano di studi è formulata in modo da sviluppare, nel corso dei tre anni, le conoscenze fondamentali e le competenze critico-operative nelle singole discipline. Dopo un avvio comune, il terzo anno di corso potrà articolarsi in più indirizzi che approfondiscano diversi aspetti della moda e delle industrie creative.

Project work, workshop ed esperienze sul campo, incontri con professionisti e protagonisti del sistema moda e design, seminari con docenti provenienti da università di altre aree geografiche, visite-studio in aziende, fondazioni, musei e associazioni di categoria: tutto questo contribuisce alla crescita professionale degli studenti.

Arricchiscono l'offerta formativa progetti e collaborazioni con enti esterni, nonché stage e tirocini in Italia e all'estero esperienze che costituiscono l'occasione per mettere alla prova e monitorare conoscenze e competenze impartite in aula.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Lo studente in Moda e industrie creative acquisisce conoscenze relative alle arti visive contemporanee, al rapporto tra le arti e i media, alla storia e alla cultura della moda, del design e del Made in Italy, all'estetica, alle culture e i linguaggi della creatività, alle tecniche e alle pratiche della comunicazione visiva per le industrie creative, nonché la conoscenza dei temi cruciali della moda e delle industrie creative -interculturalità, inclusività e sostenibilità- e alle pratiche di innovazione grazie agli insegnamenti caratterizzanti del Corso. Lo studente affronta lo studio delle aziende di moda e delle industrie creative dal punto di vista storico-critico e metodologico, e comprende la dimensione culturale, comunicativa e simbolica alla base dei processi creativi e comunicativi di questi settori. Acquisisce inoltre le conoscenze utili alla ricerca e l'interpretazione dei trend artistici culturali contemporanei che caratterizzano gli scenari in continua evoluzione in cui operano le imprese creative.

Le attività affini garantiscono invece la conoscenza della dimensione competitiva ed economico-gestionale e di marketing delle imprese creative, nonché strumenti per la ricerca e l'analisi dei dati utili a comprendere i gusti dei consumatori, per la lettura di budget e la comprensione delle tecniche di redazione. Lo studente apprende inoltre conoscenze relative alle norme per la protezione dei diritti collegati alla proprietà intellettuale anche in ambito internazionale.

Grazie alle attività di base lo studente incrementa le capacità comunicative, acquisisce conoscenze nell'ambito della pubblicità e della comunicazione web e social.

Grazie alle discipline linguistiche, lo studente acquisisce, in lingua inglese, padronanza del linguaggio e delle tecniche comunicative legate al settore della moda e delle industrie creative.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

Il laureato in Moda e industrie creative, grazie agli insegnamenti caratterizzanti e di base, è in grado di applicare in maniera autonoma le conoscenze acquisite per ideare concept di eventi, sfilate di moda, di comunicazione inclusiva e interculturale, anche per il web e i social media; per progettare visual creativi per l'identità aziendale o per il brand; per interpretare la moda e i prodotti dei settori creativi attraverso l'arte e altre forme estetiche.

Grazie alle attività di base lo studente incrementa le capacità comunicative; consegue conoscenze nell'ambito della pubblicità e della comunicazione web e social media; sviluppa materiali per le attività di comunicazione e per il lancio di nuovi prodotti e servizi; elabora testi divulgativi relativi alle tendenze artistiche e culturali in atto nella moda e nelle industrie creative.

Le attività affini permettono al laureato: di elaborare strategie per promuovere le creazioni delle aziende di moda; di definire la strategia social del brand, dalla creazione di contenuti, alla gestione dei canali social e il monitoraggio dei risultati; di acquisire le capacità di lettura e interpretazione di budget; di sapersi orientare sui temi della protezione della proprietà intellettuale soprattutto in ambito internazionale; ricercare trend artistici, culturali e di stile nella moda e di interpretare dati per comprendere i gusti dei consumatori, anticipare le tendenze e supportare le attività di marketing sui punti vendita.

Grazie alle discipline linguistiche, lo studente è capace, in lingua inglese, di gestire linguaggio e le tecniche comunicative legate al settore dell'industria creativa.

Per ciascuna attività, l'esame finale permetterà di valutare l'acquisizione dei contenuti. Lavori di ricerca e di progettazione realizzati all'interno di attività seminariali o laboratoriali previste dall'insegnamento costituiranno parte della valutazione d'esame.

Autonomia di giudizio (making judgements)

Il laureato avrà acquisito capacità di analisi critica e interpretativa delle tematiche inerenti le industrie creative con particolare riferimento alla moda, comprensione delle dinamiche competitive ed economico-gestionali del sistema di riferimento, capacità di ricercare e individuare i trend culturali emergenti e le strategie di comunicazione e promozione più efficaci nei diversi contesti. Oltre a saper inquadrare correttamente le problematiche, il laureato sarà in grado di orientarsi nel panorama culturale e creativo nazionale e internazionale, nel sistema della moda e delle industrie creative. Queste capacità saranno conseguite grazie alla lettura della bibliografia assegnata dai vari insegnamenti, alle attività seminariali, alle esperienze sul campo, ai progetti di laboratorio e allo stage curricolare; e saranno verificate negli esami orali e nelle prove scritte, in eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento).

Abilità comunicative (communication skills)

Il Corso di Studio stimola le abilità comunicative tramite attività laboratoriali finalizzate alla produzione di contenuti comunicativi e pubblicitari, visuali e testuali per la moda e le produzioni culturali e creative.

La solida conoscenza dell'inglese è garantita dagli insegnamenti linguistici, che ricorrono agli stessi strumenti didattici utilizzati per la preparazione degli interpreti e traduttori, e sono di conseguenza altamente avanzati e specifici.

Queste abilità saranno verificate tramite esami orali e verifiche scritte, eventuali prove in itinere (laddove previste dall'insegnamento).

Capacità di apprendimento (learning skills)

Il laureato avrà acquisito capacità di studio e di apprendimento specifico, sviluppate durante il percorso formativo e verificate negli esami finali. Le attività seminariali e laboratoriali, che caratterizzano molti insegnamenti del Corso di Studio, costituiranno una prova costante, durante il triennio, delle capacità di assimilazione e interpretazione dei contenuti; la prova finale rappresenterà lo step conclusivo.

Il laureato dovrebbe dunque, al termine del percorso, aver raggiunto un'autonomia gestionale e critica per l'elaborazione e l'applicazione delle informazioni in ambito professionale o per il proseguimento della carriera di studio.

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Per accedere al Corso di Laurea è necessario essere in possesso di un diploma di scuola secondaria di secondo grado o di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Malgrado non siano necessarie conoscenze specifiche, sono richieste un'adeguata capacità espressiva e un adeguato livello di cultura generale, anche declinato nelle tematiche caratteristiche del Corso. Tali conoscenze, unitamente al livello di conoscenza della lingua inglese, saranno verificate mediante un test obbligatorio di verifica della preparazione, le cui modalità operative sono esplicitate nel regolamento didattico del Corso di studi e nel Regolamento di ammissione ai Corsi di laurea, ove sono altresì indicati gli obblighi formativi aggiuntivi (e le relative modalità di recupero entro il primo anno di Corso) nel caso in cui i risultati della prova individuino carenze o lacune.

Caratteristiche della prova finale

(DM 270/04, art 11, comma 3-d)

Il percorso formativo si conclude con la stesura di un elaborato finale secondo quanto previsto dalle "Modalità di valutazione e organizzazione della prova finale".

Il voto di laurea viene espresso in centodecimi, in base al curriculum degli studi, alla valutazione assegnata alla prova finale e a ulteriori elementi di valutazione sulla base di una griglia approvata dal Consiglio di Facoltà.

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

Il Corso di Laurea in Moda e industrie creative si differenzia rispetto al corso di laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali afferente alla stessa classe di laurea L-03 e inserita nell'offerta formativa della Facoltà di Arti, Turismo e Mercati dell'Università IULM.

Infatti, mentre il Corso di Laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali fornisce le competenze di base per operare nel panorama delle professioni culturali, nel sistema delle arti e nelle produzioni dello spettacolo, il nuovo Corso di Laurea fornisce le competenze di base per operare nelle professioni al servizio della moda e delle industrie creative e nello specifico nelle attività creazione di contenuti per la comunicazione della moda e delle industrie creative, nelle attività di organizzazione di eventi e sfilate, nella ricerca e interpretazione di trend artistici e culturali emergenti nel settore delle industrie creative.

Gli scenari che caratterizzano il sistema delle arti e le produzioni dello spettacolo sono profondamente diversi da quelli che connotano il settore della moda e in generale delle industrie creative. Di conseguenza le finalità formative progettate per i due corsi di studio rispecchiano le specifiche esigenze e i fabbisogni dei due diversi settori.

Nel Corso di Laurea in Arti, spettacolo, eventi culturali sono enfatizzati gli aspetti storici e storico-artistici e quelli economico-manageriali utili a professionisti della cultura e dell'arte; nel nuovo Corso di Laurea sono valorizzate le conoscenze storico-critiche necessarie alla comprensione delle culture e dei linguaggi delle industrie creative, dei linguaggi espressivi artistici utili alla comprensione di moda e prodotti delle industrie creative, dei processi comunicativi. Il corso presenta inoltre un approccio laboratoriale che favorisce l'acquisizione di competenze per la pubblicità delle creazioni di moda, comunicazione, ideazione e creazione di eventi e sfilate. Tali differenze si possono apprezzare anche dall'analisi degli obiettivi formativi, dei piani di studio e dei profili professionali che risultano chiaramente diversificati nei due Corsi di Laurea.

Inoltre, il progetto istitutivo del nuovo Corso di Laurea si propone di rispondere al fabbisogno occupazionale della moda e dell'industria creativa, come emerso dalle analisi del contesto che hanno preceduto la stesura della proposta formativa.

Si segnala, poi, che nell'Ateneo non sono attivi CdS di classe diversa con profili culturali e professionali simili a quello di nuova istituzione.

Con riferimento ad altri Corsi di Laurea L-03, un'analisi condotta sugli sbocchi occupazionali, si evidenzia, per il nostro Ateneo, una performance migliore rispetto alla media AlmaLaurea nella medesima classe, sia per quanto riguarda la percentuale dei laureati che lavora, sia per quella dei laureati che lavorano e frequentano un corso di laurea magistrale.

Comunicazioni dell'ateneo al CUN

- Titolo del corso: è stato accolto il rilievo e si è modificato il titolo in "Moda e Industrie creative" (in inglese "Fashion and creative industries"), riportandolo entro i termini della Classe L-3

- Obiettivi formativi: sono stati rivisti gli obiettivi formativi e gli sbocchi occupazionali in maggiore coerenza con quelli previsti dalla Classe L-3, riconducendovi con maggiore precisione gli elementi qualificanti dell'impianto progettuale del Corso già ampiamente condivisi con le parti interessate. Negli obiettivi formativi particolare attenzione è stata posta alla revisione dell'uso dei termini "design" e "comunicazione": il primo ove opportuno è stato declinato con riferimento all'industria culturale e più specificatamente alle "industrie creative"; il secondo riconducendolo all'accezione strumentale prevista dalla Classe L-3 ("possedere adeguate competenze e strumenti per la comunicazione")

- Risultati di apprendimento: sono stati accolti i rilievi ed effettuate le modifiche suggerite

- Sbocchi occupazionali: sono stati accolti i rilievi ed effettuate le modifiche suggerite, ridefinendo i principali sbocchi occupazionali come segue: CREATORE DI CONTENUTI PER LA COMUNICAZIONE DELLA MODA E DELLE INDUSTRIE CREATIVE; RICERCATORE DI TENDENZE PER LA MODA E LE INDUSTRIE CREATIVE; ART DIRECTOR JUNIOR

- Attività di base: con riferimento alle Discipline sociologiche, psicologiche e pedagogiche è stato ridotto il numero di CFU assegnati (erano 24-36 e sono ora 12-24) e al contempo elevato a 3 il numero di SSD indicati, con l'aggiunta di M-PSI/01 ai preesistenti M-PSI/06 e SPS/08

- Attività caratterizzanti: con riferimento alle Discipline storico-artistiche è stato incrementato il numero di CFU (erano 6-12 e sono ora 18-24) e al contempo elevato a 3 il numero di SSD indicati, con l'aggiunta di L-ART/02 ai preesistenti L-ART/03 e L-ART/04

- In considerazione delle revisioni apportate è stata inoltre affinata l'attribuzione di CFU e SSD agli ambiti caratterizzanti delle Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche e della Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche

- Note attività affini: è stata inserita la richiesta nota

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Creatore di contenuti per la comunicazione della moda e delle industrie creative

funzione in un contesto di lavoro:

- sviluppare contenuti per le strategie di comunicazione;
- sviluppare contenuti per le strategie di branding;
- gestire strategie di comunicazione nei diversi media;
- sviluppare materiali per valorizzare i prodotti artistici e creativi, inclusi materiale informativo e documentazione sui prodotti, comunicati stampa, pubblicità;
- supportare la definizione della strategia social del brand, del copywriting, della creazione di contenuti, del monitoraggio dei risultati;
- gestire i profili social e canali collegati;
- collaborare con gli uffici di progettazione degli spazi e visual merchandising;
- collaborare col team di e-commerce, con i team di marketing e PR e brand manager.

competenze associate alla funzione:

- conoscenze storico-artistiche;
- conoscenza della storia della moda, del design e del Made in Italy;
- conoscenza delle culture e linguaggi della moda e della creatività;
- capacità di scrittura e conoscenza di tecniche redazionali e di comunicazione;
- familiarità con tecniche di ricerca anche su internet e consultazione di database;
- competenze in ambito artistico e scenografico
- capacità di interpretare il settore della moda e delle industrie creative attraverso l'arte e l'espressione artistica;
- competenze in comunicazione web e social media;
- competenze in comunicazione e sociologia dei consumi;
- competenze in ambito economico-gestionale e di marketing;
- competenze relazionali e di comunicazione;
- competenze in ambito interculturale e dell'inclusione;
- capacità di monitoraggio lettura e dei dati;
- capacità di creazione di contenuti per il web.

sbocchi occupazionali:

Aziende di moda, industria creativa, start up, libera professione, imprese di servizi specialistici per il settore marketing della moda, servizi per la distribuzione e punti vendita e uffici stampa, agenzie di eventi.

Ricercatore di tendenze per la moda e le industrie creative

funzione in un contesto di lavoro:

Tra le principali funzioni:

- raccogliere e interpretare i dati relativi alle tendenze di lifestyle contemporanee dei mercati nazionali e internazionali;
- elaborare la documentazione di progetti per l'innovazione culturale e di prodotto;
- elaborare testi divulgativi relativi alle macro-tendenze in atto.

competenze associate alla funzione:

- conoscenze storico-artistiche
- conoscenza della storia della moda;
- competenze semiologiche e socio-antropologiche;
- competenze in sociologia dei consumi;
- buone capacità di organizzazione e analisi;
- capacità di lettura delle tendenze di stile e comunicazione specifiche del settore moda e design;
- familiarità con tecniche di ricerca field, su internet e consultazione di database;
- competenze gestionali;
- gestione del tempo;
- competenze comunicative;
- pensiero laterale;
- capacità di ricerca e lettura di dati e analisi.

sbocchi occupazionali:

Enti e aziende private, centri di ricerca per l'industria creativa, fondazioni e gallerie d'arte, stampa, agenzie, libera professione.

Art Director junior per la moda e le industrie creative**funzione in un contesto di lavoro:**

- contribuire alla creazione dell'identità visiva per l'azienda o il brand aziendale e un immaginario adeguato all'universo di valori del brand aziendale;
- concepire ed implementare concetti e linee guida nell'esecuzione di progetti creativi, sovrintendendone il completamento;
- garantire qualità e coerenza di immagini e messaggi;
- progettare, organizzare e gestire eventi e sfilate di moda.

competenze associate alla funzione:

- conoscenze storico artistiche;
- conoscenza delle culture e linguaggi della moda e della creatività
- conoscenza della storia delle industrie creative;
- capacità di interpretare il settore della moda e delle industrie creative attraverso l'arte e l'espressione artistica;
- competenze in ambito artistico e scenografico;
- competenze di marketing;
- capacità di ricerca, lettura e gestione di archivi materiali;
- capacità di lettura, interpretazione e creazione di moodboard e collezioni materiche;
- pensiero laterale.

sbocchi occupazionali:

Enti e aziende private, fondazioni e gallerie d'arte, editoria specialistica, uffici stampa, musei, agenzie di pubblicità, libera professione.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)
- Tecnici della pubblicità - (3.3.3.6.1)
- Tecnici delle pubbliche relazioni - (3.3.3.6.2)
- Organizzatori di convegni e ricevimenti - (3.4.1.2.2)

Il corso consente di conseguire l'abilitazione alle seguenti professioni regolamentate:

- perito industriale laureato

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 40 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 ÷ 1/2.

Attività di base

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline linguistiche e letterarie	L-FIL-LET/10 Letteratura italiana L-FIL-LET/11 Letteratura italiana contemporanea L-FIL-LET/12 Linguistica italiana	6	12	-
Discipline storiche	M-STO/04 Storia contemporanea SECS-P/12 Storia economica	6	12	-
Discipline sociologiche, psicologiche e pedagogiche	M-PSI/01 Psicologia generale M-PSI/06 Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	12	24	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 24:		-		

Totale Attività di Base	24 - 48
--------------------------------	---------

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Discipline critiche, semiologiche e socio-antropologiche	M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche M-FIL/04 Estetica M-FIL/05 Filosofia e teoria dei linguaggi	18	24	-
Discipline storico-artistiche	L-ART/02 Storia dell'arte moderna L-ART/03 Storia dell'arte contemporanea L-ART/04 Museologia e critica artistica e del restauro	18	24	-
Discipline linguistiche	L-LIN/12 Lingua e traduzione - lingua inglese	6	12	-
Musica e spettacolo, tecniche della moda e delle produzioni artistiche	ICAR/13 Disegno industriale L-ART/05 Discipline dello spettacolo L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	30	48	24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 66:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	72 - 108
--	----------

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	IUS/02 - Diritto privato comparato SECS-P/06 - Economia applicata SECS-P/07 - Economia aziendale SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese SECS-P/10 - Organizzazione aziendale SECS-S/03 - Statistica economica SECS-S/05 - Statistica sociale	24	36	18

Totale Attività Affini	24 - 36
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	18
Per la prova finale e la lingua straniera (art. 10, comma 5, lettera c)	Per la prova finale	3	9
	Per la conoscenza di almeno una lingua straniera	6	12
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. c		-	
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	6	12
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	0	6
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	0	6
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		6	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		0	6
Totale Altre Attività		27 - 69	

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	180
Range CFU totali del corso	147 - 261

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

Si specificano di seguito le motivazioni relative all'inserimento degli SSD elencati nelle attività affini:

IUS-02: il SSD è stato inserito per garantire un mirato apporto di conoscenza e comprensione dei diritti di proprietà intellettuale per la protezione delle creazioni di moda e dei prodotti creativi soprattutto in contesti internazionali, considerando che le dinamiche economiche della moda e della creatività in Italia sono spiccatamente orientate al mercato globale

SECS-P/06, SECS-P/07, SECS-P/08, SECS-P/10: i SSD di area economica sono stati inseriti per fornire rispettivamente conoscenza, comprensione e capacità di analisi:

dei settori produttivi della moda e delle industrie creative e del loro sviluppo territoriale;

relativamente alla funzionalità economica e ai modelli di business delle aziende della moda e della creatività, offrendo anche la capacità di leggere e interpretare budget e altri report economico-finanziari;

delle modalità e dei processi gestionali e produttivi delle industrie creative e della moda, dell'ambiente competitivo in cui operano e fornire gli strumenti di marketing (anche internazionale) indispensabili per i settori in oggetto e le loro filiere distributive;

sull'organizzazione del lavoro e dei processi di produzione materiale e simbolica nel sistema della moda e dell'industria culturale, con attenzione in particolare ai processi di innovazione

SECS-S/03, SECS-S/05: i SSD sono stati inseriti per fornire le competenze di ricerca, analisi e interpretazione dei dati quantitativi e qualitativi utili sia in fase di ideazione dei prodotti creativi, sia per l'anticipazione delle tendenze di stile e dei gusti dei consumatori.

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività di base

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 13/02/2020