

Master Specialistico Integral Fashion Design





Master Specialistico Integral Fashion Design

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/design/master-specialistico/master-specialistico-integral-fashion-design

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 16

04

Direzione del corso

pag. 20

05

Struttura e contenuti

pag. 28

06

Metodologia

pag. 52

07

Titolo

pag. 60

01

Presentazione

Le nuove abitudini sociali hanno trasformato la moda in uno degli elementi culturali più importanti di oggi. L'estetica visiva fa quindi parte dell'identità degli individui e si riflette a livello commerciale, poiché il design di questi prodotti sta diventando sempre più importante per tutti i tipi di aziende. Per questo motivo, i grandi marchi sono alla ricerca di designer in grado di fornire loro nuove prospettive con cui sorprendere e distinguersi. Questo programma offre ai professionisti l'opportunità di approfondire questo settore, preparandoli a disegnare tutti i tipi di capi, concentrandosi sulla moda maschile e femminile. Il tutto con un sistema di insegnamento 100% online.



“

Se sogni di vedere i tuoi modelli sulle passerelle di Parigi, Milano o New York, questo programma ti darà tutto ciò che ti serve per arrivarci"

La moda è in continua evoluzione, guidata da geni creativi che sanno, con anni di anticipo, quali saranno le prossime tendenze. L'influenza di queste persone è enorme, poiché l'importanza del design, dell'abbigliamento e dei tessuti sta diventando sempre più importante a livello sociale e culturale. In breve, milioni di persone si definiscono, in larga misura, sulla base del loro aspetto, e l'abbigliamento ha un peso enorme in questo ambito.

Per questo motivo, le grandi aziende tessili e le case di design più prestigiose sono costantemente alla ricerca delle nuove stelle del design, che non solo conoscono tutte le tecniche sartoriali e i metodi di lavoro, ma che possono portare una nuova visione e uno stile rivoluzionario ai loro capi. Questo Master Specialistico, quindi, è stato sviluppato in quest'ottica, poiché fornirà agli studenti tutto ciò di cui hanno bisogno per distinguersi in questo mondo competitivo e stimolante.

A tal fine, offrirà agli studenti le migliori conoscenze su temi quali il design dell'abbigliamento, il design di gioielli e accessori, il marketing di una collezione, le migliori tecniche di modellistica e sartoria, sia per uomo che per donna, il design della moda, la tecnologia tessile e la tecnologia dei tessuti.

Lo stilista, quindi, potrà diventare una figura di spicco in questo campo grazie a questo programma, che si sviluppa attraverso un sistema di apprendimento 100% online pensato appositamente per i professionisti che lavorano. Essi saranno, inoltre, accompagnati dai migliori docenti, che avranno il compito di guidarli ricorrendo a numerose risorse multimediali: video, master class, riassunti interattivi e letture complementari di ogni tipo.

Questo **Master Specialistico in Integral Fashion Design** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Lo sviluppo di casi di studio presentati da esperti di disegno e moda
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative riguardanti l'Integral Fashion Design
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o portatile provvisto di connessione a internet



Le grandi case di moda sono alla ricerca delle nuove stelle della moda: potresti essere una di loro"

“

Questo programma non solo offre una visione della storia e della tecnica del design della moda, ma ti darà anche una grande visione creativa per migliorare i tuoi capi"

Il sistema 100% online di TECH ti permetterà di studiare al tuo ritmo, senza interrompere la tua vita quotidiana e senza dover rispettare degli orari fissi.

Avrai a disposizione le migliori risorse didattiche, impartite da un personale docente di grande prestigio nel mondo della moda.

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti nell'ambito della moda, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo studente deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.



02

Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Master Specialistico in Integral Fashion Design è quello di fornire al professionista tutti gli strumenti necessari per diventare una figura di spicco in questo importante settore artistico. A tal fine, ha riunito un personale docente di grande prestigio, che ha preparato i contenuti più completi e aggiornati, e offre agli studenti un metodo di apprendimento flessibile che si adatta alla loro situazione personale.





“

*Questo Master Specialistico
integra tutti i contenuti necessari
per progettare al massimo livello”*



Obiettivi generali

- ◆ Sviluppare competenze virtuali per il nuovo ambiente della moda, gestendo i codici attuali e promuovendo uno spirito creativo e artistico
- ◆ Elaborare un progetto di design professionale con la capacità di avere un impatto globale basato su nuove opportunità
- ◆ Progettare con consapevolezza l'uso dei materiali, grazie a una profonda conoscenza sull'uso dei tessuti
- ◆ Avere agilità e flessibilità per affrontare i cambiamenti con una prospettiva interdisciplinare
- ◆ Materializzare la connessione tra il mondo immaginario e il mondo reale
- ◆ Ottenere una conoscenza dettagliata del design della moda e della sua evoluzione, che sarà rilevante per il lavoro dei professionisti che desiderano svilupparsi in questo settore
- ◆ Produrre disegni su carta e con tecniche digitali che riflettano il progetto ideato
- ◆ Utilizzare le tecniche di modellistica e sartoria per creare capi di abbigliamento e accessori
- ◆ Disegnare progetti di moda di successo
- ◆ Imparare a fotografare la moda per sfruttare al meglio le collezioni create
- ◆ Sviluppare le competenze specifiche che consentiranno agli studenti di diventare grandi designer di moda maschile, sia mediante la propria impresa che lavorando per aziende e marchi leader del settore
- ◆ Ideare progetti di moda maschile che ricevino il favore del pubblico





Obiettivi specifici

Modulo 1. Fashion design strutturale e integrale

- ♦ Concepire idee e rappresentarle in modo visivo
- ♦ Conoscere approfonditamente la struttura della figura umana per comunicare la funzione dell'indumento
- ♦ Saper maneggiare le tecniche tradizionali, insieme a quegli strumenti tecnologici che permettono di abbozzare un disegno quasi senza avere alcuna nozione grafica

Modulo 2. Il prodotto tessile

- ♦ Approfondire la struttura della silhouette e le misure
- ♦ Conoscere le basi del design di capi e accessori
- ♦ Testare i prodotti progettati

Modulo 3. Design di gioielli e accessori

- ♦ Ideare e progettare una collezione di accessori a livello professionale, garantendone la fattibilità
- ♦ Sviluppare un processo di modellistica tecnica e artigianale, prestando particolare attenzione alla scelta dei materiali
- ♦ Acquisire conoscenze specialistiche su gemme e pietre preziose, ma anche sugli strumenti digitali specifici del settore

Modulo 4. Costumi per contesti speciali

- ♦ Imparare a disegnare costumi per il cinema, il teatro e la televisione
- ♦ Essere in grado di creare collezioni sportive che attraggono il pubblico
- ♦ Specializzarsi in capi di alta moda

Modulo 5. CLO Virtual Fashion Design

- ♦ Utilizzare diversi strumenti di progettazione 2D e 3D
- ♦ Conoscere a fondo ed essere in grado di utilizzare il programma CLO Virtual Fashion
- ♦ Saper progettare costumi digitali per i videogiochi

Modulo 6. Stili e tendenze di moda

- ♦ Saper preparare un rapporto di tendenza predittivo che riduca al minimo i rischi e ottimizzi le risorse per i progettisti
- ♦ Conoscere le nuove tendenze della moda e gli stili di vita dei consumatori per realizzare creazioni che suscitino interesse

Modulo 7. L'identità visiva = UX + branding

- ♦ Sviluppare la creatività artistica attraverso l'analisi scientifica dei dati
- ♦ Imparare a pensare mettendo in discussione e analizzando le variabili adeguate alla moda
- ♦ Prevedere le tendenze della moda identificando modelli comportamentali, costruendo sequenze di fatti e traducendoli in uno schema di rappresentazione

- ◆ Padroneggiare i principali strumenti e programmi di *Data Science*, capire cos'è l'intelligenza artificiale, a cosa serve e quando applicarla
- ◆ Capire come funzionano i linguaggi di programmazione e acquisire familiarità con essi
- ◆ Sviluppare l'uso e la pratica dei principali strumenti tecnologici del marketing digitale della moda, applicando metriche essenziali e specifiche per valutare il processo decisionale in un dipartimento di innovazione
- ◆ Costruire un'identità rappresentabile e in crescita esponenziale per un marchio di moda creando una trama di vita
- ◆ Replicare il funzionamento degli strumenti tecnologici nella maggior parte dei settori che compongono la moda: cosmetici, gioielli, abbigliamento e calzature

Modulo 8. Commercializzazione della collezione

- ◆ Essere in grado di proiettare un'immagine appropriata del marchio o della collezione
- ◆ Presentare le collezioni al pubblico in modo accattivante e coerente
- ◆ Saper coordinare eventi di moda e promuovere l'uso di capi sostenibili

Modulo 9. Gestione degli acquisti per la moda

- ◆ Imparare a gestire ciascuno dei processi coinvolti nella commercializzazione di un capo d'abbigliamento
- ◆ Condurre un'analisi completa per comprendere le intenzioni di acquisto dei clienti
- ◆ Procurarsi i prodotti più venduti prima della fine dello *Stock*
- ◆ Padroneggiare gli strumenti tecnologici che sono alla base dei *Big Data* e che permettono di ottenere un vantaggio sulla concorrenza, riducendo i tempi di consegna

Modulo 10. Laboratorio di imprenditorialità e gestione creativa

- ◆ Progettare idee di successo con una proposta di valore differenziata attraverso i diversi modelli di business esistenti nella moda
- ◆ Sviluppare una capacità di analisi e di visione del mercato in grado di costruire un ecosistema di marca coerente e duraturo
- ◆ Commercializzare il valore differenziale di un marchio di moda, grazie allo sviluppo di un atteggiamento creativo e innovativo
- ◆ Portare nuove prospettive al mercato internazionale del design con una visione del futuro
- ◆ Applicare il pensiero riflessivo ad azioni concrete e fare della creatività un valore di trasformazione guidando il cambiamento in corso

Modulo 11. Fondamenti e introduzione al design

- ◆ Conoscere i fondamenti del design, nonché i riferimenti, gli stili e i movimenti che lo hanno plasmato dalle origini a oggi
- ◆ Connettere e relazionare le varie aree del design, i campi di applicazione e le branche professionali
- ◆ Scegliere le metodologie di progetto appropriate per ogni caso
- ◆ Conoscere i processi di ideazione, creatività e sperimentazione e saperli applicare ai progetti
- ◆ Integrare il linguaggio e la semantica nei processi di ideazione di un progetto, mettendoli in relazione con gli obiettivi e i valori d'uso

Modulo 12. Modelli e sartoria

- ♦ Conoscere lo sviluppo e la rappresentazione di un modello
- ♦ Imparare a creare qualsiasi tipo di modello in modo autonomo
- ♦ Conoscere le basi del cucito
- ♦ Distinguere i tipi di strumenti e macchinari nella produzione di abbigliamento
- ♦ Identificare i materiali tessili e i loro principali utilizzi
- ♦ Sviluppare metodi pratici di ricerca per la creazione creativa di capi di abbigliamento

Modulo 13. Fotografia

- ♦ Conoscere a fondo le macchine fotografiche
- ♦ Conoscere i software per sviluppare e modificare le fotografie
- ♦ Gestire e comprendere il vocabolario e i concetti di base del linguaggio visivo e audiovisivo
- ♦ Analizzare criticamente immagini di diverso tipo
- ♦ Gestire le risorse e le fonti relative all'argomento trattato

Modulo 14. Disegno di moda

- ♦ Comprendere l'anatomia umana e le sue caratteristiche principali per poterla rappresentare nel figurino di moda
- ♦ Conoscere il canone del corpo umano per consentire la stilizzazione del figurino di moda
- ♦ Analizzare e distinguere in modo esaustivo le aree più importanti del corpo umano nella realizzazione di un figurino di moda
- ♦ Differenziare le tecniche di rappresentazione grafico-plastica nell'illustrazione di moda
- ♦ Ricercare lo stile personale nella figurina di moda come segno distintivo dell'identità dello stilista

Modulo 15. Tecnologia tessile

- ♦ Identificare i diversi tipi di fibre tessili
- ♦ Selezionare il materiale tessile per un progetto specifico in base alle sue proprietà
- ♦ Conoscere le tecniche di tintura
- ♦ Acquisire la padronanza dei legamenti per saperli applicare nel lavoro di tutti i giorni
- ♦ Conoscere le proprietà dei diversi materiali e le tecniche per la loro gestione ed elaborazione
- ♦ Conoscere le principali tecniche di stampa tessile

Modulo 16. Sistemi di rappresentazione applicati alla moda

- ♦ Differenziare i contesti professionali di applicazione del disegno tecnico di moda e comprendere l'utilità delle caratteristiche di questo tipo di rappresentazione
- ♦ Saper realizzare disegni di capi d'abbigliamento
- ♦ Capire come realizzare disegni in piano di capi d'abbigliamento che trasmettano le caratteristiche di ciascun modello al modellista e al confezionista
- ♦ Saper rappresentare i diversi accessori di moda
- ♦ Saper produrre una scheda tecnica altamente descrittiva

Modulo 17. Design della moda

- ♦ Comprendere le diverse metodologie di lavoro applicate al design della moda
- ♦ Definire procedure creative che aiutino il lavoro del design della moda
- ♦ Introdurre lo studente alle procedure tecniche necessarie per la realizzazione di un progetto di moda
- ♦ Conoscere i diversi mezzi di diffusione e comunicazione del prodotto moda
- ♦ Comprendere il processo di realizzazione di progetti di moda in tutte le sue fasi
- ♦ Acquisire risorse per la presentazione e la comunicazione visiva del progetto di moda

Modulo 18. Sostenibilità nella moda

- ♦ Comprendere che l'attuale stile di vita umano ci rende consumatori insostenibili
- ♦ Acquisire e incorporare criteri ambientali e di sostenibilità nella fase di ideazione e sviluppo del progetto
- ♦ Imparare a conoscere le misure preventive e appropriate per ridurre l'impatto ambientale
- ♦ Utilizzare la sostenibilità come requisito nella metodologia di progettazione
- ♦ Fornire agli studenti fonti di ispirazione naturali ed ecologiche

Modulo 19. Storia della moda

- ♦ Riunire strategie metodologiche ed estetiche che aiutino a fondare e sviluppare i processi creativi
- ♦ Associare il linguaggio formale e simbolico alla funzionalità nel campo della moda
- ♦ Giustificare le contraddizioni tra il lusso della moda e i valori etici
- ♦ Riflettere sull'impatto dell'innovazione e della qualità nella produzione della moda, del prêt-à-porter e della moda a basso costo sulla qualità della vita e sull'ambiente
- ♦ Conoscere e valorizzare gli usi storici e i modi in cui la moda ha fatto ricorso alla costruzione di immaginari
- ♦ Saper effettuare una corretta lettura denotativa e connotativa delle immagini di moda

Modulo 20. Design di moda avanzato

- ♦ Sviluppare il pensiero critico in relazione alle pratiche, alle tendenze e ai risultati del fashion design, sviluppando criteri personali informati
- ♦ Essere in grado di comprendere e comunicare visivamente le informazioni, padroneggiare le tecniche di presentazione grafica dei progetti di design





- ◆ Avere una conoscenza di base dei processi di costruzione, della tecnologia dei materiali e delle tecniche di produzione e delle relative discipline
- ◆ Essere in grado di sviluppare coerentemente un processo di progettazione che risponda adeguatamente a un insieme ordinato di esigenze e requisiti

Modulo 21. Storia dell'abbigliamento

- ◆ Identificare le risorse linguistiche ed espressive in relazione al contenuto
- ◆ Scegliere le risorse per la ricerca e l'innovazione per risolvere le questioni sollevate nell'ambito delle funzioni, delle esigenze e dei materiali dell'abbigliamento
- ◆ Distinguere i processi psicologici nell'evoluzione dei capi nella storia dell'abbigliamento
- ◆ Associare il linguaggio formale e simbolico alla funzionalità nel campo dell'abbigliamento
- ◆ Dimostrare la correlazione tra gli elementi dell'abbigliamento e i campi umanistici
- ◆ Giustificare le contraddizioni tra abbigliamento di lusso e valori etici
- ◆ Riflettere sull'impatto dell'innovazione e della qualità nella produzione di abbigliamento rispetto alla qualità della vita e all'ambiente

Modulo 22. Modelli maschili

- ◆ Conoscere la storia della moda maschile
- ◆ Avere criteri propri, basati sulla conoscenza, per affrontare lo studio della moda maschile
- ◆ Comprendere la morfologia maschile e le sue peculiarità
- ◆ Conoscere i modelli più comuni utilizzati nella moda maschile
- ◆ Imparare a confezionare un abito su misura

03

Competenze

Nel corso di questo Master Specialistico il designer sarà in grado di sviluppare una serie di competenze focalizzate sul lavoro professionale che lo renderanno una figura in grado di lavorare in più settori e con approcci diversi, poiché questo programma non si concentra su un solo aspetto del design. Pertanto, questo programma rappresenta un'ottima opzione per ottenere le migliori opportunità professionali in un settore che ha bisogno di nuove menti creative.



“

Scopri tutte le tecniche di progettazione, creazione di modelli e le tecniche di sartoria grazie a questo programma, il cui piano di studi affronta un'ampia gamma di questioni rilevanti in questo campo artistico e culturale"



Competenze generali

- ◆ Sviluppare le competenze necessarie per gestire con successo il Fashion Design
- ◆ Condurre progetti di successo, che siano richiesti dal pubblico
- ◆ Creare collezioni che sfileranno sulle principali passerelle internazionali
- ◆ Ottenere una visione generale del settore che ti permetterà di essere più competitivo
- ◆ Creare design accattivanti che diventeranno *must have* della stagione
- ◆ Applicare i criteri storici dell'industria della moda ai modelli attuali, in modo che diventino dei *must-have* in ogni guardaroba
- ◆ Sviluppare una comunicazione efficace sul settore della moda
- ◆ Utilizzare software e programmi di fotoritocco

“

In questo programma acquisirai tutte le competenze necessarie per realizzare i migliori disegni per la moda femminile o maschile”





Competenze specifiche

- ♦ Avere una conoscenza approfondita di tutte le fasi del fashion design per garantire il successo del prodotto finale
- ♦ Avere un pensiero critico sulla cultura della moda attuale
- ♦ Applicare le tecniche e i materiali più sostenibili per creare progetti adatti alle esigenze della società odierna
- ♦ Utilizzare le principali tecniche e tecnologie tessili per produrre capi di qualità
- ♦ Controllare tutte le fasi della commercializzazione di un capo d'abbigliamento
- ♦ Coordinare e dirigere le sfilate di moda
- ♦ Sviluppare un marchio di moda che raggiunga il successo sul mercato
- ♦ Applicare tecniche di marketing che favoriscano il posizionamento e una maggiore notorietà del marchio
- ♦ Conoscere le tendenze attuali del settore della moda e creare collezioni che diventino un *must* della stagione
- ♦ Utilizzare con agilità il programma CLO Virtual Fashion, fondamentale per creare l'abbigliamento nell'ambito dei videogiochi
- ♦ Disegnare gioielli e altri accessori che incontrino il favore del pubblico
- ♦ Conoscere l'evoluzione della storia della moda
- ♦ Realizzare un modello in base al corpo di una ragazza, di una giovane donna o di una donna adulta
- ♦ Applicare le metodologie ideate dai grandi esponenti della moda per risolvere i problemi di design
- ♦ Realizzare il modello di una gonna, di un pantalone e di un vestito, combinandoli per creare nuovi capi di moda
- ♦ Utilizzare materiali diversi per ricreare la trama del tessuto nei disegni degli schizzi
- ♦ Creare un portfolio con i modelli da presentare in passerella
- ♦ Utilizzare i riferimenti dei grandi maestri della moda per applicarli ai modelli attuali
- ♦ Applicare le basi del fashion design alla creazione di capi d'abbigliamento maschili
- ♦ Realizzare disegni artistici in cui si colga ogni dettaglio del progetto
- ♦ Gestire con successo il campo della fotografia, applicando le principali tecniche per realizzare immagini ricche di dettagli che mostrino i capi in modo fedele
- ♦ Realizzare qualsiasi tipo di modello necessario per la creazione di un capo d'abbigliamento maschile
- ♦ Conoscere a fondo la storia dell'abbigliamento per applicare le risorse più utili e innovative nei progetti
- ♦ Realizzare abiti da uomo che soddisfino le esigenze e i gusti della società odierna
- ♦ Creare disegni tecnici che mostrino chiaramente le caratteristiche di capi e accessori

04

Direzione del corso

Una disciplina così appassionante e complessa richiede un'estrema cura nella selezione dei diversi elementi che compongono il programma. Per questo motivo, TECH ha fatto in modo che il personale docente di questo Master Specialistico sia composto dalle figure più prestigiose ed esperte del mondo della moda, garantendo allo studente il miglior apprendimento, con una prospettiva eminentemente pratica che gli permetterà di applicare tutto ciò che ha appreso direttamente nel suo lavoro.



“

I più grandi specialisti del design ti aspettano in questo Master Specialistico per insegnarti tutte le chiavi del successo nel mondo della moda"

Direttrice ospite internazionale

Con una lunga storia nel settore della moda femminile e maschile, Susanna Moyer ha lavorato per marchi di lusso come Christian Dior Paris, Liz Claiborne e Hickey Freeman. Inoltre, ha gestito e sviluppato strategie aziendali, guidando i risultati dei team di progettazione. Inoltre, ha creato il proprio marchio e per 10 anni ha progettato, finanziato e supervisionato tutte le operazioni della sua collezione omonima, venduta in Neiman Marcus, Nordstrom e oltre 250 negozi specializzati.

Una delle sue aree di interesse è l'educazione al design, quindi ha concentrato gran parte della sua carriera professionale a trasmettere le sue conoscenze in questo settore della moda. Collabora con istituzioni di fama mondiale come la Parsons School of Design e il Fashion Institute of Technology. Ha anche tenuto corsi in diversi paesi, uno di questi è l'Università Americana di Parigi, dove ha creato moduli sulla sostenibilità e l'etica nel settore. Il suo obiettivo è insegnare la propria visione e promuovere progetti sempre più specializzati.

Inoltre, è Direttrice Creativa del Consiglio dei Designer Asiatici d'America, dove fornisce consulenza ai professionisti della moda. In questa linea, è anche membro della Fashion Consort, un'agenzia di esperti in questo campo che creano e diffondono contenuti che ispirano ed educano aziende, studenti e consumatori, concentrandosi su temi di attualità e innovazioni.

Nel corso della sua carriera, ha offerto numerose conferenze in centri di moda incentrati sull'imprenditorialità, la teoria del design e lo sviluppo professionale. Inoltre, per il suo lavoro in questa disciplina, ha ricevuto il premio IAF World Designer e il suo lavoro è apparso su media come Vogue Italia, Vogue Francia, Men's Health, Forbes e GQ.



Dott.ssa Moyer, Susanna

- Direttrice Creativa del Consiglio dei Designer asiatici d'America, New York, Stati Uniti
- Professoressa alla Parsons The New School of Design
- Assistente accademico presso il Fashion Institute of Technology
- Direttrice creativa del Centro Issachar per gli studi aziendali
- Direttrice creativa di Career Gear
- Master in Business e Moda presso il Fashion Institute of Technology
- Laurea in Belle Arti di Parsons The New School of Design

“

*Grazie a TECH potrai
apprendere con i migliori
professionisti del mondo”*

Direzione



Dott.ssa García Barriga, María

- ♦ Più di 15 anni di esperienza nella creazione di contenuti di diverso tipo: logistica, distribuzione, moda, letteratura e conservazione del patrimonio artistico
- ♦ Ha lavorato in grandi mezzi di comunicazione spagnoli come la RTVE e Telemadrid
- ♦ Laurea in Scienze dell'Informazione presso la UCM
- ♦ Corso post-laurea in Marketing e Comunicazione per Aziende di Moda e Lusso presso la UCM
- ♦ MBA presso la ISEM Fashion Business School, la scuola di moda dell'Università della Navarra
- ♦ Candidata al Dottorato in Creazione di Tendenze di Moda
- ♦ Autrice di The Pattern of Eternity: Creare un'identità a spirale per automatizzare le tendenze della moda oggi

Personale docente

Dott.ssa García Barriga, Elisa

- ♦ Dinamizzatrice e Community Manager di un'azienda di cosmetici dedicata alla produzione di saponi naturali
- ♦ Responsabile dell'attuazione delle diverse campagne realizzate da Cosmética Natural El Sapo
- ♦ Consulente di immagine e fotografia per le scuole pubbliche di tutta la Spagna
- ♦ Fotografa specializzata in stampa 3D e per le reti sociali, linguaggio non verbale e creazione di ambienti per la fotografia scolastica
- ♦ Laurea in Scienze della Formazione

Dott. Pereira Paz, Juan Carlos

- ♦ Designer e direttore del progetto DAB (Design e Autori Boliviani)
- ♦ Responsabile dell'area creativa e dell'internazionalizzazione del suo marchio, Juan de la Paz
- ♦ Specializzato in Comunicazione e Marketing della Moda
- ♦ Apparizioni in riviste di moda e cultura di tutto il mondo come Vogue Russia, Harpers Bazaar Russia, L'Officiel Italia, L'Officiel Arabia, Vogue Italia, Vogue Messico, Elle Cina, L'Officiel Argentina, tra gli altri, in edizione digitale e cartacea

Dott.ssa Vela Covisa, Susana

- ◆ Direttrice dell'agenzia Polka Press Comunicación
- ◆ Fondatrice e direttrice della sfilata Atelier Couture
- ◆ Promotrice e coordinatrice dello spazio Esperienza Sostenibile al MOMAD
- ◆ Docente e tutor presso diverse università, scuole di business e centri di formazione, come lo IED, l'Università Francisco de Vitoria e la Scuola di Marketing di Madrid e la Scuola di Moda ELLE
- ◆ Oltre 30 anni di esperienza come responsabile di diversi dipartimenti di moda, in particolare della comunicazione per vari marchi, uffici stampa, agenzie, progetti di moda, fiere e sfilate internazionali, nonché nell'organizzazione di eventi del settore
- ◆ Tecnico Superiore di Moda
- ◆ Formazione supplementare in Moda Sostenibile, con specializzazione in Ecodesign, Moda e Comunicazione

Dott.ssa Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ Consulente d'immagine e responsabile della gestione degli showroom e dell'implementazione dei Concept Stores
- ◆ Produttore e redattore di moda in diversi editoriali, agenzie e marchi
- ◆ Creativo scenografo di diversi spettacoli teatrali, concentrandosi sul simbolismo dell'immagine
- ◆ Laurea in Arti dello Spettacolo presso l'ESAD di Murcia
- ◆ Specializzata nella creazione artistica e nell'analisi delle tendenze della moda
- ◆ Diploma in Relazioni Internazionali presso l'ITC Sraffa di Milano
- ◆ Master in Produzione editoriale di moda e Design di moda presso l'American Modern School of Design, Buenos Aires, Argentina

Dott. Holgueras, Javier

- ◆ Responsabile e analista del mercato presso la sede centrale di Apple in Irlanda
- ◆ Insegnante del sistema Marketing Mix Modelling, che ha implementato presso Kellogg's in Spagna
- ◆ Laurea in Economia
- ◆ Master in *Big Data* e Business Analysis

Dott.ssa Romero Monente, Begoña

- ◆ Amministratore delegato dell'agenzia Young Promotion, creatrice del servizio di personal shopper negli aeroporti spagnoli
- ◆ Specializzata nell'esecuzione di campagne pubblicitarie nei negozi duty free, con clienti come AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, ecc.
- ◆ Trasmettitore, redattore e responsabile della comunicazione per vari media on/off, creando contenuti per le sezioni sport, politica e turismo
- ◆ Coordinatore delle attività dell'Associazione delle Agenzie di Promozione Aeroportuale, un'organizzazione che riunisce le principali agenzie europee di marketing aeroportuale
- ◆ Docente e insegnante in diversi corsi di retail management, marketing digitale e gestione delle persone
- ◆ Leader di processi di mentoring e coaching personalizzati per imprenditori
- ◆ Laurea in Giornalismo conseguita presso l'Università di Malaga
- ◆ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche conseguita presso l'Università Aperta di Catalogna
- ◆ MBA conseguito all'ISEM Fashion Business School dell'Università della Navarra
- ◆ *Coach* certificata presso la Scuola Europea di Coaching

Dott.ssa Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Designer freelance presso Petite Antoinette
- ◆ Cofondatrice del marchio @TheIraMare, specializzato nel design di sciarpe e accessori
- ◆ Stilista in diverse passerelle
- ◆ Laurea in Fashion Design presso Barreira Arte e Design
- ◆ Laurea Specialistica in Fashion Design e Styling presso Barreira Arte e Design
- ◆ Laurea in Design del cappello e degli accessori presso Barreira Arte e Design
- ◆ Corso di tecnologia di confezionamento
- ◆ Corso di Modellistica, Taglio e Sartoria dell'Abbigliamento Valenciano

Dott.ssa Anguiano, Daniela

- ◆ Disegnatrice grafica e di moda, creatrice di contenuti
- ◆ Disegnatrice grafica, Community Manager e creatrice di contenuti Associazioni "Entre Mujeres" e "Soulem" Madrid
- ◆ Disegnatrice grafica e di moda Fasrev International Team
- ◆ Disegnatrice grafica e di moda per il designer Fernando Claro. Madrid
- ◆ Fondatrice e direttrice artistica Pipper's Design. Madrid
- ◆ Disegnatrice testile. Baby Zanell
- ◆ Disegnatrice tessile e di moda Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina
- ◆ Corso in Produzione di Moda, EBA, Buenos Aires, Argentina
- ◆ Corso di Elle Education per Branded Content Creator. Mindway, Madrid





“

*Cogli l'opportunità di conoscere gli
ultimi sviluppi del settore per applicarli
alla tua pratica quotidiana"*

05

Struttura e contenuti

Questo Master Specialistico è stato strutturato in 22 moduli specializzati, attraverso i quali il professionista potrà approfondire diverse tematiche rilevanti come il design strutturale e integrale nella moda, concentrandosi su aspetti come il disegno espressivo o la composizione, i diversi prodotti e le tecnologie tessili, i fondamenti del design, la ricerca creativa, la storia dell'abbigliamento o la fotografia rivolta al settore della moda. In questo modo, lo studente avrà ottenuto una conoscenza completa che gli consentirà di progredire in questo settore in modo rapido e sicuro.



“

Avrai a portata di mano i migliori contenuti per sviluppare una carriera di successo nel mondo della moda"

Modulo 1. Fashion design strutturale e integrale

- 1.1. Disegno espressivo
 - 1.1.1. Struttura anatomica del corpo umano
 - 1.1.2. Spazio tridimensionale
 - 1.1.3. La prospettiva e l'analisi *Matrix*
- 1.2. Semiotica visiva
 - 1.2.1. Colore e luce nelle forme tridimensionali
 - 1.2.2. Contorno e ombreggiatura
 - 1.2.3. Il movimento degli indumenti nell'anatomia femminile e maschile
- 1.3. Composizione I
 - 1.3.1. Volume
 - 1.3.2. Silhouette femminile e maschile
 - 1.3.3. Forma e forma negativa
- 1.4. Composizione II
 - 1.4.1. Simmetria e asimmetria
 - 1.4.2. Costruzione e decostruzione
 - 1.4.3. Drappeggi e decorazioni gioiello
- 1.5. Strumenti di rappresentazione
 - 1.5.1. Lo schizzo geometrico
 - 1.5.2. Tecniche di *Rapid Sketching* e veleno
 - 1.5.3. *Canva*
- 1.6. Metodologia del Design
 - 1.6.1. Design assistito da computer
 - 1.6.2. CAD/CAM: prototipi
 - 1.6.3. Prodotti finiti e serie di produzione
- 1.7. Personalizzazione e trasformazione degli indumenti
 - 1.7.1. Taglio, assemblaggio e finitura
 - 1.7.2. Adattamenti dei modelli
 - 1.7.3. Personalizzazioni per capi di abbigliamento
- 1.8. *Packaging*
 - 1.8.1. Il packaging come estensione del *Branding*
 - 1.8.2. *Packaging* sostenibile
 - 1.8.3. Personalizzazione automatizzata

- 1.9. *Atomic Design*
 - 1.9.1. Componenti del sistema
 - 1.9.2. Modelli
 - 1.9.3. Tipologia dei siti web dei designer
- 1.10. *App Design*
 - 1.10.1. Tecniche di illustrazione con dispositivi mobili
 - 1.10.2. Strumenti di progettazione integrati: *Procreate*
 - 1.10.3. Strumenti di supporto: *Pantone Studio*

Modulo 2. Il prodotto tessile

- 2.1. Antropologia del Design
 - 2.1.1. La trasformazione dell'abbigliamento sportivo
 - 2.1.2. Pensiero visivo: retorica e linguaggio
 - 2.1.3. L'artificazione dei prodotti nell'industria della moda
- 2.2. Il genere nel design di prodotto
 - 2.2.1. Abbigliamento femminile
 - 2.2.2. Abbigliamento maschile
 - 2.2.3. L'ibridazione del capo di moda
- 2.3. Il design degli accessori
 - 2.3.1. Pelle e materiali sintetici
 - 2.3.2. Gioielli
 - 2.3.3. Calzature
- 2.4. Design del prodotto
 - 2.4.1. Prototipazione
 - 2.4.2. L'ambiente *Fashion Tech* e i nuovi tessuti industriali
 - 2.4.3. Trasformazione dei prototipi
- 2.5. La realizzazione di un capo di moda
 - 2.5.1. La macchina da cucire
 - 2.5.2. Volume e misure del corpo
 - 2.5.3. Tecniche di cucito e assemblaggio di capi d'abbigliamento
- 2.6. Produzione industriale di capi di abbigliamento moda I
 - 2.6.1. Tecniche di modellistica e produzione
 - 2.6.2. Stampe
 - 2.6.3. *Moulage* e modellistica industriale

- 2.7. Produzione industriale di capi di abbigliamento moda II
 - 2.7.1. Tecniche di scale-up
 - 2.7.2. Classificazione delle taglie
 - 2.7.3. Trasformazione del modello
- 2.8. Design tessile
 - 2.8.1. Tessuti e materiali
 - 2.8.2. La palette di colori aziendale e stagionale
 - 2.8.3. Tecniche di sviluppo del prodotto
- 2.9. Lingerie e corsetteria
 - 2.9.1. Tessuti specifici per l'abbigliamento intimo
 - 2.9.2. Modelli specifici
 - 2.9.3. Assemblaggio dell'indumento
- 2.10. Test del prodotto
 - 2.10.1. Definizione delle competenze di prodotto
 - 2.10.2. Valutazione del prodotto in relazione al mercato e al suo consumatore
 - 2.10.3. Riprogettazione del prodotto

Modulo 3. Design di gioielli e accessori

- 3.1. Anatomia e proporzioni dei complementi
 - 3.1.1. Calzature
 - 3.1.2. Borse e cinture
 - 3.1.3. Bigiotteria e gioielli
- 3.2. Materiali specifici per la progettazione di accessori
 - 3.2.1. Accessori e guarnizioni in ferro
 - 3.2.2. Tessuti sintetici
 - 3.2.3. Materiale tecnico
- 3.3. Flusso di lavoro
 - 3.3.1. Rapporti con i fornitori
 - 3.3.2. Produzione industriale a contratto
 - 3.3.3. Prezzi di mercato
- 3.4. Prototipazione del prodotto
 - 3.4.1. Disegno e schizzo
 - 3.4.2. Schede tecniche dei prodotti
 - 3.4.3. Produzione su larga scala: INGA 3D

- 3.5. Design di gioielli
 - 3.5.1. Gemme e pietre preziose
 - 3.5.2. Bigiotteria e materiali alternativi
 - 3.5.3. Prototipazione di gioielli stampati in 3D
- 3.6. *Rhinojewel*
 - 3.6.1. Strumenti in metallo e pietre preziose
 - 3.6.2. Strumenti di modellazione
 - 3.6.3. Strumenti in pietra calibrati
- 3.7. Sviluppo del prodotto
 - 3.7.1. Creatività e fattibilità dell'accessorio
 - 3.7.2. Sviluppo della collezione: allineamento con il marchio
 - 3.7.3. Metodologia per la presentazione di una collezione di accessori
- 3.8. La pelle
 - 3.8.1. La pelle animale e il suo trattamento
 - 3.8.2. Materiali sintetici
 - 3.8.3. Sostenibilità e ambiente
- 3.9. Personalizzazione e trasformazione degli accessori
 - 3.9.1. Trasformazione manuale
 - 3.9.2. Perline e ciondoli
 - 3.9.3. Indumenti gioiello: cinture, chiusure di borse e abiti gioiello
- 3.10. Orologi e occhiali da sole
 - 3.10.1. Oreficeria e composizione
 - 3.10.2. Materiale specifico
 - 3.10.3. Montaggio

Modulo 4. Costumi per contesti speciali

- 4.1. Le collezioni *sportive*
 - 4.1.1. L'evoluzione della moda sportiva
 - 4.1.2. Design dello stile casual e creatività
 - 4.1.3. Abbigliamento *Sportswear* e *Activewear*
- 4.2. Modelli e design di capi di abbigliamento sportivo
 - 4.2.1. Ergonomia dell'atleta
 - 4.2.2. Sartoria tecnica
 - 4.2.3. Materiali tecnici: evaporazione, traspirabilità e impermeabilità

- 4.3. Design di capi per film e serie televisive
 - 4.3.1. Influenza della moda sulle arti dello spettacolo
 - 4.3.2. Il dipartimento dei costumi di un film
 - 4.3.3. Revisione del copione per la progettazione di costumi di fantasia
- 4.4. Flusso di lavoro nel cinema
 - 4.4.1. Documentazione del periodo storico e dello stile
 - 4.4.2. L'ambientazione cinematografica attraverso i costumi
 - 4.4.3. Tessuti e tecniche applicate per la finitura finale
- 4.5. Costumi per il cinema
 - 4.5.1. Costumi per cartoni animati
 - 4.5.2. Costumi Marvel
 - 4.5.3. Costumi d'epoca
- 4.6. Le passerelle e i galà cinematografici
 - 4.6.1. Modellistica sperimentale
 - 4.6.2. Figurinismo per modelle e attrici
 - 4.6.3. La messa in scena dei costumi sul tappeto rosso
- 4.7. Finzione scenica
 - 4.7.1. Costumi d'opera
 - 4.7.2. Costumi per il teatro
 - 4.7.3. Costumi per la danza e il circo
- 4.8. Alta moda
 - 4.8.1. Sartoria di capi su misura
 - 4.8.2. Tecniche di illustrazione creativa
 - 4.8.3. Collezioni sposa
- 4.9. *Tailoring* e sartoria
 - 4.9.1. Modelli di abiti da uomo e da donna
 - 4.9.2. Tessuti stagionali
 - 4.9.3. Le tendenze future della sartoria su misura
- 4.10. *Product placement*
 - 4.10.1. Collaborazioni con marchi consolidati per il guardaroba di serie televisive
 - 4.10.2. La proposta e la presentazione dei bisogni
 - 4.10.3. Selezione dei capi e costo della collaborazione

Modulo 5. CLO Virtual Fashion Design

- 5.1. Tecniche di progettazione attuali
 - 5.1.1. Design in 2 dimensioni
 - 5.1.2. Design in 3 dimensioni
 - 5.1.3. Il programma CLO *Virtual Fashion*
- 5.2. Creazione digitale e design sperimentale
 - 5.2.1. Creazione digitale e design sperimentale
 - 5.2.2. Interfaccia utente di CLO *Virtual Fashion*
 - 5.2.3. Animazione avatar 3D
- 5.3. Sartoria virtuale
 - 5.3.1. Cucitura del segmento
 - 5.3.2. Cucito gratuito
 - 5.3.3. Struttura a strati
- 5.4. Collezione di tessuti CLO *Virtual Fashion*
 - 5.4.1. Tessuti comunemente utilizzati
 - 5.4.2. Rivestimenti
 - 5.4.3. Montaggio degli indumenti
- 5.5. Processo *streamline*
 - 5.5.1. Colori e motivi
 - 5.5.2. Composizione del design
 - 5.5.3. Campioni 3D
- 5.6. Creazione di texture
 - 5.6.1. Dare e modificare le texture
 - 5.6.2. Opacità, riflessione e posizione
 - 5.6.3. Mappa normale e mappa di spostamento
- 5.7. Creazione di capi d'abbigliamento I
 - 5.7.1. L'indumento
 - 5.7.2. Stampe
 - 5.7.3. *Renders*

- 5.8. Creazione di capi d'abbigliamento II
 - 5.8.1. Plissettati
 - 5.8.2. Fondi e palette
 - 5.8.3. *Soleil* e imbottitura
- 5.9. Ambienti simulati
 - 5.9.1. Tecniche di styling
 - 5.9.2. Visualizzazione di capi d'abbigliamento in ambienti di vendita al dettaglio
 - 5.9.3. Promozione della raccolta virtuale
- 5.10. Mercati emergenti e tecniche di ingresso
 - 5.10.1. Calcolo dei costi
 - 5.10.2. Aste
 - 5.10.3. L'industria dei videogiochi

Modulo 6. Stili e tendenze di moda

- 6.1. Il consumatore globale: Oriente e Occidente
 - 6.1.1. La moda nel contesto della *globalizzazione*
 - 6.1.2. Sfarzo asiatico
 - 6.1.3. L'eredità occidentale
- 6.2. Le esigenze del consumatore di oggi
 - 6.2.1. Profili dei nuovi consumatori
 - 6.2.2. Il prosumer
 - 6.2.3. Processo decisionale durante il processo di acquisto
- 6.3. L'espressione visiva del colore
 - 6.3.1. L'importanza del colore nelle decisioni di acquisto
 - 6.3.2. Emozioni cromatiche
 - 6.3.3. Il colore nell'ecosistema della moda
- 6.4. Analisi e ricerca delle tendenze
 - 6.4.1. Il cacciatore di tendenze
 - 6.4.2. Dai *Trendsetters* al consumo di massa
 - 6.4.3. Agenzie specializzate
- 6.5. Lancio strategico
 - 6.5.1. Tendenze macro e micro
 - 6.5.2. Novità, tendenze e "*hype*"
 - 6.5.3. Il ciclo di diffusione del Prodotti

- 6.6. Metodologia per l'analisi delle tendenze
 - 6.6.1. L'arte e la scienza dell'analisi predittiva
 - 6.6.2. Le fonti di informazione nel mercato della moda
 - 6.6.3. Estrazione degli *Insights*
- 6.7. Lo stile di vita del consumatore di moda
 - 6.7.1. Valori e priorità
 - 6.7.2. Il nuovo lusso e il suo posto nel mercato della moda
 - 6.7.3. Tra il negozio fisico e l'*e-commerce*
- 6.8. La concettualizzazione del mercato della moda
 - 6.8.1. Esperienza d'acquisto
 - 6.8.2. "*Hotspots*"
 - 6.8.3. Digital *Concept Stores*
- 6.9. Il rapporto sulle tendenze
 - 6.9.1. Struttura e composizione
 - 6.9.2. Presentazione
 - 6.9.3. Valutazione e processo decisionale
- 6.10. Tendenze di consumo post-pandemia
 - 6.10.1. Cambiamenti permanenti nelle abitudini dei consumatori
 - 6.10.2. Acquisti futuri
 - 6.10.3. Tecnologia e sostenibilità: gli assi del cambiamento

Modulo 7. L'identità visiva = UX + *branding*

- 7.1. L'uso tecnologico della moda
 - 7.1.1. Intelligenza artificiale
 - 7.1.2. Ottenere un vantaggio competitivo
 - 7.1.3. *Chatbot* e Personal *Shopper* virtuale
- 7.2. L'identità e la gestione del cambiamento
 - 7.2.1. Design dell'identità del marchio
 - 7.2.2. Costruzione della identità del marchio
 - 7.2.3. Impatti economici
- 7.3. *Google Analytics* e *Google Ads*
 - 7.3.1. Posizionamento strategico di un marchio di moda
 - 7.3.2. *Google Ads*
 - 7.3.3. *Google Analytics*

- 7.4. Data *Driven* Marketing
 - 7.4.1. Il processo di orientamento ai dati
 - 7.4.2. Raccolta e selezione dei dati
 - 7.4.3. Tabulazione: statistiche dei dati
- 7.5. Creazione di sequenze di modelli
 - 7.5.1. Gestione delle metriche chiave
 - 7.5.2. Metriche specifiche per la moda
 - 7.5.3. Sequenze di modelli
- 7.6. Simulazione di scenari di innovazione
 - 7.6.1. Innovazione e creatività
 - 7.6.2. Simulazione e previsione
 - 7.6.3. *Microsoft Power Bi*
- 7.7. Segmentazione e gestione del database
 - 7.7.1. Segmentazione del mercato
 - 7.7.2. Segmentazione del pubblico
 - 7.7.3. SQL per grandi volumi di dati
- 7.8. Fidelizzazione & *Salesforce*
 - 7.8.1. Il profilo emotivo del consumatore di moda
 - 7.8.2. Acquisizione di utenti, fidelizzazione e clienti ambasciatori
 - 7.8.3. CRM *Salesforce*
- 7.9. Marketing di contenuti
 - 7.9.1. Creazione di un'esperienza di utente nell'ambiente digitale
 - 7.9.2. *Customer Engagement Behaviour*
 - 7.9.3. Contenuti all'interno e all'esterno del mio sito web
- 7.10. Creatività con *Python*
 - 7.10.1. Struttura ed elementi del linguaggio di Python
 - 7.10.2. Funzionalità *Python*
 - 7.10.3. Creatività dall'uso dei dati





Modulo 8. Commercializzazione della collezione

- 8.1. Le dinamiche della moda attuale
 - 8.1.1. *Fashion Weeks* e Alta Moda
 - 8.1.2. La realizzazione delle idee e lo *Sketchbook*
 - 8.1.3. La concettualizzazione della collezione
- 8.2. Creazione di una collezione
 - 8.2.1. *Moodboards* e ispirazioni internazionali
 - 8.2.2. Fabbriche e fornitori nel mondo
 - 8.2.3. Etichettatura e *Packaging*
- 8.3. Alleanze strategiche e partnership
 - 8.3.1. I *Partner* strategici
 - 8.3.2. Tra designer, imprenditori e artisti
 - 8.3.3. Collezioni capsula
- 8.4. Stile
 - 8.4.1. *Visual merchandising*
 - 8.4.2. Vetrinistica
 - 8.4.3. *Shootings* digitali: la vetrina mobile
- 8.5. Passerelle e capitali della moda
 - 8.5.1. La sfilata di moda
 - 8.5.2. Parigi, Londra e New York
 - 8.5.3. Passerelle virtuali
- 8.6. Fiere ed eventi di design
 - 8.6.1. Gestione di eventi nel mercato della moda
 - 8.6.2. L'ambiente B2B
- 8.7. Eco-design e impatto ambientale
 - 8.7.1. Artigianato
 - 8.7.2. Il nuovo lusso
 - 8.7.3. La moda sostenibile in numeri

- 8.8. Commercializzazione della collezione
 - 8.8.1. L'orchestra omnichannel
 - 8.8.2. Ottimizzazione del canale online
 - 8.8.3. I vantaggi residui dell'offline
- 8.9. Eventi personalizzati
 - 8.9.1. Allineamento del pubblico
 - 8.9.2. Strategia di comunicazione
 - 8.9.3. Messa in scena
- 8.10. Valutazione finale della collezione
 - 8.10.1. Stampe in cifre
 - 8.10.2. Analisi e indicatori avanzati
 - 8.10.3. La riformulazione dell'indumento

Modulo 9. Gestione degli acquisti per la moda

- 9.1. Le dinamiche di un buyer di moda
 - 9.1.1. Il ciclo di vita del prodotto di moda
 - 9.1.2. La stagionalità nel settore della moda
 - 9.1.3. Leve che attivano il valore del marchio
- 9.2. Formulazione con Microsoft Excel
 - 9.2.1. Operazioni
 - 9.2.2. Calcoli
 - 9.2.3. Formule
- 9.3. Applicazioni di Excel
 - 9.3.1. Grafici
 - 9.3.2. Tabelle dinamiche
 - 9.3.3. Moduli
- 9.4. Gestione degli errori
 - 9.4.1. Formato
 - 9.4.2. Numero
 - 9.4.3. Testo
- 9.5. Creare database con *Microsoft Access*
 - 9.5.1. La programmazione in Access
 - 9.5.2. Tipi di dati e proprietà dei campi
 - 9.5.3. Query e macro

- 9.6. Rapporti sul database
 - 9.6.1. Memorizzazione di dati
 - 9.6.2. Modelli di database con Access
 - 9.6.3. Aggiornamento delle query
- 9.7. *Big data* con *Tableau*
 - 9.7.1. Organizzazione dei dati
 - 9.7.2. Rappresentazione di valori numerici
 - 9.7.3. Utilizzo di varie fonti di dati
- 9.8. Personalizzazione dei dati con *Tableau*
 - 9.8.1. Utilizzo dei calcoli
 - 9.8.2. Calcoli rapidi della tabella
 - 9.8.3. Linee di riferimento
- 9.9. *Dashboard*: visualizzazione dei dati
 - 9.9.1. Mappatura geografica
 - 9.9.2. Visualizzazione e confronto delle misure
 - 9.9.3. Statistiche e previsioni
- 9.10. Gestione dei progetti
 - 9.10.1. *Product Owner*
 - 9.10.2. La metodologia *Lean*
 - 9.10.3. Metodologia *Agile*

Modulo 10. Laboratorio di imprenditorialità e gestione creativa

- 10.1. Innovazione e creatività nei mercati della moda
 - 10.1.1. Reinventare ciò che già esiste nel fashion design
 - 10.1.2. Creare nuovi modelli da zero
 - 10.1.3. Brevetti sui tessuti
- 10.2. Pensiero dirompente e *Design Thinking*
 - 10.2.1. Pensiero dirompente e il suo impatto
 - 10.2.2. Lo schema visivo del *Design Thinking*
 - 10.2.3. Risoluzione dei problemi

- 10.3. Leadership e mentalità imprenditoriale
 - 10.3.1. La squadra
 - 10.3.2. La Marca Personale
 - 10.3.3. Gestione dell'evoluzione e della crescita aziendale
- 10.4. La catena del valore nell'industria della moda e del lusso
 - 10.4.1. Struttura del mercato globale della moda
 - 10.4.2. La catena di valore tradizionale
 - 10.4.3. L'evoluzione dei collegamenti della catena del valore della moda
- 10.5. Le *start up* di moda
 - 10.5.1. Il salto verso l'internazionalizzazione
- 10.6. Direzione creativa per aziende di moda
 - 10.6.1. Le dinamiche della creatività
 - 10.6.2. Profili professionali
 - 10.6.3. I ruoli del direttore creativo
- 10.7. Neurobiologia della creatività
 - 10.7.1. Intelligenza
 - 10.7.2. Quantificazione creativa
 - 10.7.3. I social media
- 10.8. Tecniche di creatività
 - 10.8.1. Il blocco
 - 10.8.2. Tecniche di generazione di idee
 - 10.8.3. CRE- IN
- 10.9. Fonti di ispirazione
 - 10.9.1. Conoscere il passato della moda
 - 10.9.2. Aspirazioni: il futuro
 - 10.9.3. L'equilibrio compositivo tra passato e futuro
- 10.10. La messa in scena
 - 10.10.1. Il quadro compositivo in una collezione di moda
 - 10.10.2. La percezione dello spettatore
 - 10.10.3. L'immaginario dei marchi di moda

Modulo 11. Fondamenti e introduzione al design

- 11.1. Storia del Design
 - 11.1.1. La Rivoluzione Industriale
 - 11.1.2. Le fasi del Design
 - 11.1.3. Architettura
 - 11.1.4. La Scuola di Chicago
- 11.2. Stili e movimenti del Design
 - 11.2.1. Design Decorativo
 - 11.2.2. Movimento Modernista
 - 11.2.3. *Art Déco*
 - 11.2.4. Disegno industriale
 - 11.2.5. *La Bauhaus*
 - 11.2.6. La II Guerra Mondiale
 - 11.2.7. Le Transvanguardie
 - 11.2.8. Design Contemporaneo
- 11.3. Designer e tendenze
 - 11.3.1. Interior Designer
 - 11.3.2. Graphic Designer
 - 11.3.3. Designer industriali o dei Prodotti
 - 11.3.4. Design della moda
- 11.4. Metodologie progettuali del Design
 - 11.4.1. *Bruno Munari*
 - 11.4.2. *Gui Bonsiepe*
 - 11.4.3. *J. Christopher Jones*
 - 11.4.4. *L. Bruce Archer*
 - 11.4.5. *Guillermo González Ruiz*
 - 11.4.6. *Jorge Frascara*
 - 11.4.7. *Bernd Löbach*
 - 11.4.8. *Joan Costa*
 - 11.4.9. *Norberto Cháves*

- 11.5. Il linguaggio del Design
 - 11.5.1. Gli oggetti e il soggetto
 - 11.5.2. Semiotica degli oggetti
 - 11.5.3. La disposizione degli oggetti e la sua connotazione
 - 11.5.4. La *Globalizzazione* dei segni
 - 11.5.5. Proposta
- 11.6. Il Design e la sua Dimensione Estetico-Formale
 - 11.6.1. Elementi visivi
 - 11.6.1.1. La forma
 - 11.6.1.2. La misura
 - 11.6.1.3. Il colore
 - 11.6.1.4. La texture
 - 11.6.2. Elementi di relazione
 - 11.6.2.1. Direzione
 - 11.6.2.2. Posizione
 - 11.6.2.3. Spazio
 - 11.6.2.4. Gravità
 - 11.6.3. Elementi pratici
 - 11.6.3.1. Rappresentazione
 - 11.6.3.2. Significato
 - 11.6.3.3. Funzione
 - 11.6.4. Quadro di riferimento
- 11.7. Metodi Analitici del Design
 - 11.7.1. Il Design Pragmatico
 - 11.7.2. Design Analogico
 - 11.7.3. Design Iconico
 - 11.7.4. Design Canonico
 - 11.7.5. Principali autori e la loro metodologia

- 11.8. Design e Semantica
 - 11.8.1. Semantica
 - 11.8.2. Significazione
 - 11.8.3. Significato Denotativo e Significato Connotativo
 - 11.8.4. Il lessico
 - 11.8.5. Campo lessicale e famiglia lessicale
 - 11.8.6. Le relazioni semantiche
 - 11.8.7. Il cambiamento semantico
 - 11.8.8. Cause dei cambiamenti semantici
- 11.9. Design e Pragmatica
 - 11.9.1. Conseguenze pratiche, Abduzione e Semiotica
 - 11.9.2. Mediazione, corpo ed emozioni
 - 11.9.3. Apprendimento, esperienza e chiusura
 - 11.9.4. Identità, relazioni sociali e oggetti
- 11.10. Contesto attuale del Design
 - 11.10.1. Problemi attuali del Design
 - 11.10.2. I temi attuali del Design
 - 11.10.3. Contributi alla Metodologia

Modulo 12. Modelli e sartoria

- 12.1. Introduzione alla modellistica
 - 12.1.1. Concetti di base della modellistica
 - 12.1.2. Strumenti e materiali per la modellistica
 - 12.1.3. Ottenere misure anatomiche
 - 12.1.4. Tabelle di misura
 - 12.1.5. Tipologie di modelli
 - 12.1.6. Industrializzazione dei modelli
 - 12.1.7. Informazioni che devono essere contenute in un modello
- 12.2. Modello femminile
 - 12.2.1. Modello base di gonna
 - 12.2.2. Modello base del corpo
 - 12.2.3. Modello base dei pantaloni

- 12.2.4. Modello base del vestito
- 12.2.5. Colletti
- 12.2.6. Maniche
- 12.2.7. Dettagli
- 12.3. Modello maschile
 - 12.3.1. Modello base del corpo
 - 12.3.2. Modello base dei pantaloni
 - 12.3.3. Modello di base del cappotto
 - 12.3.4. Colletti
 - 12.3.5. Maniche
 - 12.3.6. Dettagli
- 12.4. Modelli per bambini
 - 12.4.1. Modello base del corpo
 - 12.4.2. Modello base dei pantaloni
 - 12.4.3. Modello base del body
 - 12.4.4. Modello base della tutina
 - 12.4.5. Maniche
 - 12.4.6. Colletti
 - 12.4.7. Dettagli
- 12.5. Trasformazione, sviluppo e scala dei modelli
 - 12.5.1. Trasformazioni dei modelli
 - 12.5.2. Sviluppo del modello
 - 12.5.3. Modelli in scala e a grandezza naturale
- 12.6. Introduzione al taglio e al cucito
 - 12.6.1. Introduzione al cucito
 - 12.6.2. Strumenti e materiali per il cucito
 - 12.6.3. Taglio
 - 12.6.4. Cucitura a mano
 - 12.6.5. Cucitura a macchina in piano
 - 12.6.6. Tipi di macchine per cucire
- 12.7. Identificazione dei tessuti
 - 12.7.1. Tessuti lisci
 - 12.7.2. Tessuti complessi
 - 12.7.3. Tessuti tecnici
 - 12.7.4. Tessuti a maglia
 - 12.7.5. Materiali
- 12.8. Tipi di cucitura e trasformazione degli indumenti
 - 12.8.1. Cucitura piatta
 - 12.8.2. Cucitura interna
 - 12.8.3. Cucitura curva
 - 12.8.4. Cucitura francese
 - 12.8.5. Cucitura inglese
 - 12.8.6. Cucitura overlock
 - 12.8.7. Cuciture a vista
- 12.9. Fissaggi, finiture e finissaggi tessili
 - 12.9.1. Tintura dei tessuti
 - 12.9.2. Bottoni
 - 12.9.3. Cerniere
 - 12.9.4. Decorazioni
 - 12.9.5. Fodera del pezzo
 - 12.9.6. Finitura
 - 12.9.7. Stiratura
- 12.10. *Moulage*
 - 12.10.1. Preparazione del manichino
 - 12.10.2. Ricerca sul manichino
 - 12.10.3. Dal manichino al modello
 - 12.10.4. Modellare un capo d'abbigliamento

Modulo 13. Fotografia

- 13.1. Storia della fotografia
 - 13.1.1. Il background della fotografia
 - 13.1.2. Fotografia a colori
 - 13.1.3. Pellicola fotografica
 - 13.1.4. La fotocamera digitale
- 13.2. Formazione dell'immagine
 - 13.2.1. La macchina fotografica
 - 13.2.2. Parametri di base della fotografia
 - 13.2.3. Fotometria
 - 13.2.4. Obiettivi e lunghezza focale
- 13.3. Linguaggio fotografico
 - 13.3.1. Tipi di scatti
 - 13.3.2. Elementi formali, compositivi e interpretativi dell'immagine fotografica
 - 13.3.3. Cornice
 - 13.3.4. Rappresentazione del tempo e del movimento in fotografia
 - 13.3.5. Il rapporto della fotografia con la realtà e la verità
- 13.4. La macchina fotografica
 - 13.4.1. Fotocamere analogiche e digitali
 - 13.4.2. Telecamere semplici
 - 13.4.3. Le fotocamere *reflex*
 - 13.4.4. Tecniche fotografiche di base
 - 13.4.5. Esposizione e esposimetri
 - 13.4.6. La fotocamera *reflex* digitale. Il sensore
 - 13.4.7. La gestione della fotocamera digitale rispetto a quella analogica
 - 13.4.8. Aspetti specifici di interesse
 - 13.4.9. Come lavorare con la fotocamera digitale
- 13.5. L'immagine digitale
 - 13.5.1. Formati dei file
 - 13.5.2. Bilanciamento del bianco
 - 13.5.3. Temperatura di colore
 - 13.5.4. Istogramma. Mostra di fotografia digitale
 - 13.5.5. Gamma dinamica





- 13.6. Il comportamento della luce
 - 13.6.1. Il fotone
 - 13.6.2. Riflessione e assorbimento
 - 13.6.3. Quantità e qualità della luce
 - 13.6.3.1. Luce dura e luce morbida
 - 13.6.3.2. Luce diretta e diffusa
- 13.7. Espressività ed estetica dell'illuminazione
 - 13.7.1. Ombre, modificatori e profondità
 - 13.7.2. Angoli di illuminazione
 - 13.7.3. Schemi di illuminazione
 - 13.7.4. Misurazione della luce
 - 13.7.4.1. Il fotometro
 - 13.7.4.2. Luce incidente
 - 13.7.4.3. Luce riflessa
 - 13.7.4.4. Misura su più punti
 - 13.7.4.5. Contrasto
 - 13.7.4.6. Grigio medio
 - 13.7.5. Illuminazione luce naturale
 - 13.7.5.1. Diffusori
 - 13.7.5.2. Riflettori
 - 13.7.6. Illuminazione con luce artificiale
 - 13.7.6.1. Lo studio fotografico
 - 13.7.6.2. Fonti di illuminazione
 - 13.7.6.3. Luce fredda
 - 13.7.6.4. Flash da studio e flash compatti
 - 13.7.6.5. Accessori
- 13.8. Software di editing
 - 13.8.1. *Adobe Lightroom*
 - 13.8.2. *Adobe Photoshop*
 - 13.8.3. *Plugin*
- 13.9. Modifica e sviluppo di foto
 - 13.9.1. Lo sviluppo con la *Fotocamera RAW*
 - 13.9.2. Rumore e messa a fuoco
 - 13.9.3. Regolazioni di esposizione, contrasto e saturazione. Livelli e curve

- 13.10. Riferimenti e applicazioni
 - 13.10.1. I fotografi più importanti della storia
 - 13.10.2. La fotografia nel design d'interni
 - 13.10.3. La fotografia nel design di prodotto
 - 13.10.4. La fotografia nel design della moda
 - 13.10.5. La fotografia nel disegno grafico

Modulo 14. Disegno di moda

- 14.1. Storia dell'illustrazione
 - 14.1.1. Storia dell'illustrazione
 - 14.1.2. Tipologie
 - 14.1.3. Il manifesto
 - 14.1.4. Illustratori
- 14.2. Materiali e supporti nell'illustrazione
 - 14.2.1. Materiali
 - 14.2.2. Supporti
 - 14.2.3. Nuove tecnologie
- 14.3. Anatomia artistica
 - 14.3.1. Introduzione all'anatomia artistica
 - 14.3.2. Testa e collo
 - 14.3.3. Il tronco
 - 14.3.4. L'arto superiore
 - 14.3.5. L'arto inferiore
 - 14.3.6. Movimento
- 14.4. Proporzioni del corpo umano
 - 14.4.1. Antropometria
 - 14.4.2. Proporzioni
 - 14.4.3. Canoni
 - 14.4.4. Morfologia
 - 14.4.5. Proporzioni

- 14.5. Composizione di base
 - 14.5.1. Davanti
 - 14.5.2. Di spalle
 - 14.5.3. Profilo
 - 14.5.4. Scorci
 - 14.5.5. Movimento
- 14.6. Il viso umano
 - 14.6.1. La testa
 - 14.6.2. Gli occhi
 - 14.6.3. Il naso
 - 14.6.4. La bocca
 - 14.6.5. Le sopracciglia
 - 14.6.6. Le orecchie
 - 14.6.7. I capelli
- 14.7. La figura umana
 - 14.7.1. L'equilibrio del corpo
 - 14.7.2. Il braccio
 - 14.7.3. La mano
 - 14.7.4. Il piede
 - 14.7.5. La gamba
 - 14.7.6. Il busto
 - 14.7.7. La figura umana
- 14.8. Tecniche di illustrazione di moda
 - 14.8.1. Tecnica tradizionale
 - 14.8.2. Tecnica digitale
 - 14.8.3. Tecnica mista
 - 14.8.4. Tecnica del collage

- 14.9. Illustrazione dei materiali
 - 14.9.1. *Tweed*
 - 14.9.2. Pelle verniciata
 - 14.9.3. Lana
 - 14.9.4. Paillettes
 - 14.9.5. Trasparenza
 - 14.9.6. Seta
 - 14.9.7. Denim
 - 14.9.8. Cuoio
 - 14.9.9. Pelliccia animale
 - 14.9.10. Altri materiali
- 14.10. Ricerca dello stile personale
 - 14.10.1. Il figurino di moda
 - 14.10.2. La stilizzazione
 - 14.10.3. Pose di moda
 - 14.10.4. Acconciature
 - 14.10.5. Disegno

Modulo 15. Tecnologia tessile

- 15.1. Introduzione ai tessuti
 - 15.1.1. Storia del tessile
 - 15.1.2. I tessuti nel tempo
 - 15.1.3. Macchinari tessili tradizionali
 - 15.1.4. L'importanza dei tessuti nella moda
 - 15.1.5. Simbologia utilizzata nei materiali tessili
 - 15.1.6. Schede tecniche dei tessuti
- 15.2. Materiali tessili
 - 15.2.1. Classificazione delle fibre tessili
 - 15.2.1.1. Fibre naturali
 - 15.2.1.2. Fibre artificiali
 - 15.2.1.3. Fibre sintetiche
 - 15.2.2. Proprietà della fibra
 - 15.2.3. Riconoscimento delle fibre tessili

- 15.3. Filati
 - 15.3.1. Cuciture di base
 - 15.3.2. Caratteristiche generali dei filati
 - 15.3.3. Classificazione dei filati
 - 15.3.4. Fasi di filatura
 - 15.3.5. Macchine utilizzate
 - 15.3.6. Sistemi di numerazione dei filati
- 15.4. Tessuti traforati
 - 15.4.1. Tessuti traforati
 - 15.4.2. Trama sfalsata
 - 15.4.3. Armature in tessuti traforati
 - 15.4.4. Classificazione delle armature
 - 15.4.5. Tipi di armature
 - 15.4.6. Tipi di tessuti traforati
 - 15.4.7. Telaio per traforati
 - 15.4.8. Telai speciali
- 15.5. Tessuti a maglia
 - 15.5.1. Storia del lavoro a maglia
 - 15.5.2. Classificazione
 - 15.5.3. Tipologia
 - 15.5.4. Confronto tra un tessuto liscio e un tessuto a maglia
 - 15.5.5. Caratteristiche e comportamento in base alla costruzione
 - 15.5.6. Tecnologia e macchinari per la produzione
- 15.6. Finiture tessili
 - 15.6.1. Finitura fisica
 - 15.6.2. Finitura chimica
 - 15.6.3. Resistenza del tessuto
 - 15.6.4. Il *pilling*
 - 15.6.5. Variazione dimensionale dei tessuti

- 15.7. Tintura
 - 15.7.1. Pretrattamenti
 - 15.7.2. Tintura
 - 15.7.3. Macchinari
 - 15.7.4. Entrate
 - 15.7.5. Sbiancamento ottico
 - 15.7.6. Il colore
- 15.8. Stampe
 - 15.8.1. Stampa diretta
 - 15.8.1.1. Stampa a blocchi
 - 15.8.1.2. Stampa a rullo
 - 15.8.1.3. Stampa a trasferimento termico
 - 15.8.1.4. Stampa serigrafica
 - 15.8.1.5. Stampa su ordito
 - 15.8.1.6. Stampa per corrosione
 - 15.8.2. Stampa per riserva
 - 15.8.2.1. *Batik*
 - 15.8.2.2. Tintura a legaccio
 - 15.8.3. Altri tipi di stampa
 - 15.8.3.1. Stampa differenziale
 - 15.8.3.2. Elettrostatica policroma
- 15.9. Tessuti tecnici e intelligenti
 - 15.9.1. Definizione e analisi
 - 15.9.2. Applicazioni tessili
 - 15.9.3. Nuovi materiali e tecnologie
- 15.10. Pelle, pelliccia e altro
 - 15.10.1. Pelliccia e pelle
 - 15.10.2. Classificazione della pelle
 - 15.10.3. Processo di concia
 - 15.10.4. Trattamento post-concia
 - 15.10.5. Processo tecnologico di concia
 - 15.10.6. Metodi di conservazione
 - 15.10.7. Pelle sintetica
 - 15.10.8. Debate: pelle naturale o sintetica

Modulo 16. Sistemi di rappresentazione applicati alla moda

- 16.1. Introduzione al disegno tecnico nella moda
 - 16.1.1. Come e quando si utilizzano i disegni tecnici?
 - 16.1.2. Come creare un disegno tecnico per la moda?
 - 16.1.3. Disegno a partire da un indumento fisico
 - 16.1.4. Standard del tecnico della moda
- 16.2. Preparazione del documento
 - 16.2.1. Preparazione del documento per il disegno tecnico
 - 16.2.2. Manichino anatomico di base
 - 16.2.3. Colore, struttura e motivi
- 16.3. Capi inferiori
 - 16.3.1. Gonne
 - 16.3.2. Pantaloni
 - 16.3.3. Calze
- 16.4. Capi d'abbigliamento superiori
 - 16.4.1. Camicie
 - 16.4.2. Magliette
 - 16.4.3. Giubbotti
 - 16.4.4. Giacche
 - 16.4.5. Cappotti
- 16.5. Indumenti intimi
 - 16.5.1. Reggiseni
 - 16.5.2. Mutande
 - 16.5.3. Slip
- 16.6. Dettagli del modello
 - 16.6.1. Scollatura
 - 16.6.2. Colletti
 - 16.6.3. Maniche
 - 16.6.4. Polsini
 - 16.6.5. Tasche

- 16.7. Dettagli di progettazione
 - 16.7.1. Dettagli costruttivi
 - 16.7.2. Dettagli decorativi
 - 16.7.3. Plissettati
 - 16.7.4. Cuciture
 - 16.7.5. Punti
 - 16.7.6. Nervature
- 16.8. Chiusure e fissaggi
 - 16.8.1. Cerniere
 - 16.8.2. Bottoni
 - 16.8.3. Bottoni automatici
 - 16.8.4. Nastri
 - 16.8.5. Nodi
 - 16.8.6. Asole
 - 16.8.7. Velcro
 - 16.8.8. Occhielli
 - 16.8.9. Fiocchi
 - 16.8.10. Borchie
 - 16.8.11. Rivetti
 - 16.8.12. Anelli
 - 16.8.13. Fibbie
- 16.9. Accessori
 - 16.9.1. Borse
 - 16.9.2. Occhiali
 - 16.9.3. Calzature
 - 16.9.4. Gioielli
- 16.10. La scheda tecnica
 - 16.10.1. Esportazione del disegno tecnico
 - 16.10.2. Informazioni dal disegno tecnico
 - 16.10.3. Modelli e tipi di schede tecniche
 - 16.10.4. Compilazione del documento informativo

Modulo 17. Design della moda

- 17.1. Metodologia del design della moda
 - 17.1.1. Il concetto di progetto moda
 - 17.1.2. Metodologia di progettazione applicata alla moda
 - 17.1.3. Metodi di ricerca nel fashion design
 - 17.1.4. Il *briefing*
 - 17.1.5. Documentazione
 - 17.1.6. Analisi della moda attuale
 - 17.1.7. Formalizzazione delle idee
- 17.2. Procedure creative applicate al design della moda
 - 17.2.1. Il taccuino di campo
 - 17.2.2. Il *moodboard*
 - 17.2.3. Ricerca grafica
 - 17.2.4. Tecniche di creatività
- 17.3. Referenze
 - 17.3.1. Moda commerciale
 - 17.3.2. Moda creativa
 - 17.3.3. Moda di scena
 - 17.3.4. Moda aziendale
- 17.4. Concetto di collezione
 - 17.4.1. Funzionalità dell'indumento
 - 17.4.2. L'abito come messaggio
 - 17.4.3. Concetti ergonomici
- 17.5. Codici stilistici
 - 17.5.1. Codici stilistici permanenti
 - 17.5.2. Codici stilistici fissi
 - 17.5.3. Ricerca di un timbro personale

- 17.6. Sviluppo della collezione
 - 17.6.1. Quadro teorico
 - 17.6.2. Contesto
 - 17.6.3. Ricerca
 - 17.6.4. Referenze
 - 17.6.5. Conclusione
 - 17.6.6. Rappresentazione della collezione
- 17.7. Studio tecnico
 - 17.7.1. Carta tessile
 - 17.7.2. Carta cromatica
 - 17.7.3. Tela per i bozzetti
 - 17.7.4. La scheda tecnica
 - 17.7.5. Il prototipo
 - 17.7.6. Scandaglio
- 17.8. Progetti interdisciplinari
 - 17.8.1. Disegno
 - 17.8.2. Creazione di modelli
 - 17.8.3. Cucito
- 17.9. Produzione di una collezione
 - 17.9.1. Dallo schizzo al disegno tecnico
 - 17.9.2. Laboratori artigianali
 - 17.9.3. Nuove tecnologie
- 17.10. Strategie di comunicazione e presentazione
 - 17.10.1. Fotografia per la moda: *lookbook*, editoriale e campagna
 - 17.10.2. Il portfolio
 - 17.10.3. La passerella
 - 17.10.4. Altre modalità di esposizione della collezione

Modulo 18. Sostenibilità nella moda

- 18.1. Ripensare il design della moda
 - 18.1.1. La supply chain
 - 18.1.2. Aspetti principali
 - 18.1.3. Sviluppo sostenibile della moda
 - 18.1.4. Il futuro della moda
- 18.2. Il ciclo di vita di un capo di abbigliamento
 - 18.2.1. Pensare al ciclo di vita
 - 18.2.2. Attività e impatto
 - 18.2.3. Strumenti e modelli di valutazione
 - 18.2.4. Strategie di progettazione sostenibile
- 18.3. Standard di qualità e sicurezza nel settore tessile
 - 18.3.1. Qualità
 - 18.3.2. Etichette
 - 18.3.3. Sicurezza degli indumenti
 - 18.3.4. Ispezioni dei consumatori
- 18.4. Obsolescenza programmata
 - 18.4.1. Obsolescenza programmata e rifiuti provenienti da apparecchiature elettriche ed elettroniche
 - 18.4.2. Estrazione delle risorse
 - 18.4.3. Produzione di rifiuti
 - 18.4.4. Riciclaggio e riutilizzo dei rifiuti elettronici
 - 18.4.5. Consumo responsabile
- 18.5. Design sostenibile
 - 18.5.1. Design dell'indumento
 - 18.5.2. Progettare con empatia
 - 18.5.3. Selezione di tessuti, materiali e tecniche
 - 18.5.4. Uso di monomateriali

- 18.6. Produzione sostenibile
 - 18.6.1. Creazione di modellini
 - 18.6.2. Tecniche a zero rifiuti
 - 18.6.3. Costruzione
 - 18.6.4. Design duraturi
- 18.7. Distribuzione sostenibile
 - 18.7.1. Fornitori e produttori
 - 18.7.2. Impegno verso le comunità locali
 - 18.7.3. Vendite
 - 18.7.4. Design a seconda delle necessità
 - 18.7.5. Design di moda inclusivo
- 18.8. Uso sostenibile dell'indumento
 - 18.8.1. Modelli di utilizzo
 - 18.8.2. Come ridurre i lavaggi?
 - 18.8.3. Riparazioni e manutenzione
 - 18.8.4. Design per le correzioni
 - 18.8.5. Design modulare dell'indumento
- 18.9. Riciclo
 - 18.9.1. Riutilizzo e rigenerazione
 - 18.9.2. Rivalorizzazione
 - 18.9.3. Riciclo dei materiali
 - 18.9.4. Produzione a ciclo chiuso
- 18.10. Stilisti di moda sostenibili
 - 18.10.1. *Katharine Hamnett*
 - 18.10.2. *Stella McCartney*
 - 18.10.3. *Annika Matilda Wendelboe*
 - 18.10.4. *Susan Dimasi*
 - 18.10.5. *Isabell de Hillerin*

Modulo 19. Storia della moda

- 19.1. Dall'abbigliamento alla moda
 - 19.1.1. Nuovo contesto e cambiamento sociale
 - 19.1.2. Liberazione delle donne
 - 19.1.3. Nuovo concetto di stilista
 - 19.1.4. Inizio del XX secolo
- 19.2. Abbigliamento moderno
 - 19.2.1. Abbigliamento moderno
 - 19.2.2. L'ascesa dei designer americani
 - 19.2.3. Il panorama londinese
 - 19.2.4. New York negli anni '70
 - 19.2.5. La moda negli anni '80
 - 19.2.6. Gruppi di lusso multimarca
 - 19.2.7. Moda funzionale
 - 19.2.8. *Activewear*
 - 19.2.9. Moda, arte e cultura pop
 - 19.2.10. *Celebrità*
 - 19.2.11. Fotografia e Internet
- 19.3. Grandi maestre della moda
 - 19.3.1. *Jeanne Lanvin*
 - 19.3.2. *Jeanne Paquin*
 - 19.3.3. *Emilie Flöge*
 - 19.3.4. *Madeleine Vionnet*
 - 19.3.5. *Gabrielle Chanel*
 - 19.3.6. *Elsa Schiaparelli*
 - 19.3.7. *Carolina Herrera*

- 19.4. Grandi maestri della moda
 - 19.4.1. *Charles Frederick Worth*
 - 19.4.2. *Jacques Doucet*
 - 19.4.3. *Paul Poiret*
 - 19.4.4. *Cristóbal Balenciaga*
 - 19.4.5. *Christian Dior*
 - 19.4.6. *Karl Lagerfeld*
 - 19.4.7. *Alexander McQueen*
- 19.5. *Haute Couture*
 - 19.5.1. Storia dell'*Haute Couture*
 - 19.5.2. Federazione dell'Alta Moda e della Moda
 - 19.5.3. Membri della federazione
 - 19.5.4. Dall'*Haute Couture* al *Prêt-à-Porter*
- 19.6. Artigianato
 - 19.6.1. Il tessile come arte
 - 19.6.2. Artigianato complementare all'abbigliamento
 - 19.6.3. Artisti e artigiani legati alla moda
- 19.7. *Fast Fashion*
 - 19.7.1. Storia e origine del *Fast-Fashion*
 - 19.7.2. Modello di business del *Fast-Fashion*
 - 19.7.3. Impatto del *fast-fashion* nel mondo
- 19.8. Pubblicità e fotografia nella moda
 - 19.8.1. Archetipi e stereotipi
 - 19.8.2. L'immagine della moda
 - 19.8.3. Comunicazione visiva della moda
 - 19.8.4. I grandi fotografi di moda
- 19.9. Impatto della moda
 - 19.9.1. L'industria tessile
 - 19.9.2. Rapporto tra arte e moda
 - 19.9.3. Moda e società
- 19.10. Teoria e critica della moda
 - 19.10.1. I designer attuali e la loro influenza
 - 19.10.2. Tendenze attuali
 - 19.10.3. La banalizzazione della moda





Modulo 20. Design di moda avanzato

- 20.1. Mercati della moda
 - 20.1.1. Moda femminile
 - 20.1.2. Mercati della moda
 - 20.1.3. Mercati specializzati
- 20.2. Le stagioni
 - 20.2.1. Le stagioni
 - 20.2.2. Il ciclo della moda
 - 20.2.3. Tendenze della moda
 - 20.2.4. Analisi delle tendenze
 - 20.2.5. Sviluppo del progetto
- 20.3. Ricerca creativa
 - 20.3.1. Ispirazione
 - 20.3.2. Il taccuino di campo
 - 20.3.3. I materiali
 - 20.3.4. Il *Moodboard*
- 20.4. Sviluppo e tecniche
 - 20.4.1. Strategie di sviluppo
 - 20.4.2. Elementi di design
 - 20.4.3. Tecniche di costruzione
 - 20.4.4. Tecniche di sviluppo
 - 20.4.5. Argomentazione della collezione
- 20.5. Design della moda
 - 20.5.1. Come si presenta il design della moda?
 - 20.5.2. Il confezionamento
 - 20.5.3. L'industria della moda
 - 20.5.4. La collezione moda
 - 20.5.5. Taglio, sartoria e finitura
- 20.6. Accessori nella moda
 - 20.6.1. Definizione di accessorio
 - 20.6.2. Gli accessori più comunemente utilizzati nelle collezioni
 - 20.6.3. L'industria e l'accessorio

- 20.7. Come presentare il progetto?
 - 20.7.1. Presentazione della moda
 - 20.7.2. Presentazione di una collezione
 - 20.7.3. Stilismo di moda
- 20.8. Dove e quando presentare il progetto?
 - 20.8.1. Il calendario della moda
 - 20.8.2. La stampa di moda
 - 20.8.3. Editoriali di moda
 - 20.8.4. Fiere ed eventi
- 20.9. Strategie di comunicazione del progetto
 - 20.9.1. Seconde linee
 - 20.9.2. Espansione della collezione
 - 20.9.3. Praticità
- 20.10. Design e business
 - 20.10.1. Imprenditoria della moda
 - 20.10.2. Il *branding*
 - 20.10.3. Marketing come promozione
 - 20.10.4. I diritti d'autore

Modulo 21. Storia dell'abbigliamento

- 21.1. Preistoria
 - 21.1.1. Introduzione
 - 21.1.2. Civiltà preistoriche
 - 21.1.3. Il commercio nella preistoria
 - 21.1.4. Il vestito preistorico
 - 21.1.5. Pellicce e pelliccerie
 - 21.1.6. Tessuti e tecniche
 - 21.1.7. Concordeza cronologica e similitudini nel vestiario preistorico
- 21.2. Età Antica: Egitto e Mesopotamia
 - 21.2.1. Egitto
 - 21.2.2. Il popolo assiro
 - 21.2.3. Il popolo persiano

- 21.3. Età Antica: La Grecia classica
 - 21.3.1. Vestiario cretese
 - 21.3.2. I tessuti utilizzati nell'Antica Grecia
 - 21.3.3. Abiti dell'Antica Grecia
 - 21.3.4. Biancheria intima dell'Antica Grecia
 - 21.3.5. Calzature dell'Antica Grecia
 - 21.3.6. Cappelli e copricapi dell'Antica Grecia
 - 21.3.7. Colori e gadget dell'Antica Grecia
 - 21.3.8. Accessori dell'Antica Grecia
- 21.4. Età Antica: L'Impero Romano
 - 21.4.1. Tessuti dell'Antica Roma
 - 21.4.2. Abiti dell'Antica Roma
 - 21.4.3. Biancheria intima dell'Antica Roma
 - 21.4.4. Calzature dell'Antica Roma
 - 21.4.5. Cappelli e copricapi dell'Antica Roma
 - 21.4.6. Rapporto tra status sociale e abbigliamento dell'Antica Roma
 - 21.4.7. Stile bizantino
- 21.5. Alto Medioevo e Tardo Medioevo
 - 21.5.1. Caratteristiche storiche generali del periodo medievale
 - 21.5.2. Il vestiario nell'Alto Medioevo
 - 21.5.3. Il vestiario in epoca carolingia
 - 21.5.4. Il vestiario nel periodo romanico
 - 21.5.5. Vestiario gotico
- 21.6. L'Età Moderna: Rinascimento, Barocco e Rococò
 - 21.6.1. XV e XVI secolo: Rinascimento
 - 21.6.2. Secolo XVII: Barocco
 - 21.6.3. Secolo XVIII: Rococò
- 21.7. Età Contemporanea: Neoclassicismo e Romanticismo
 - 21.7.1. L'industria d'abbigliamento
 - 21.7.2. *Charles Fréderick Worht*
 - 21.7.3. *Jacquet Doucet*
 - 21.7.4. Abbigliamento da donna
 - 21.7.5. Giuseppina Bonaparte: lo stile impero

21.8. Età Contemporanea: Epoca vittoriana e Belle Époque

21.8.1. La Regina *Vittoria*

21.8.2. Abbigliamento da uomo

21.8.3. *Dandy*21.8.4. *Paul Poiret*

21.8.5. Madeleine Vionnet

21.9. Età Contemporanea: dall'abbigliamento alla moda

21.9.1. Nuovo contesto e cambiamento sociale

21.9.2. Design della moda

21.9.3. *Coco Chanel*21.9.4. *Il New look*

21.10. Età contemporanea: il secolo degli stilisti e della moda

21.10.1. Abbigliamento moderno

21.10.2. L'ascesa dei designer americani

21.10.3. La scena di Londra

Modulo 22. Modelli maschili

22.1. Evoluzione della moda maschile

22.1.1. Contesto storico e sociale della moda maschile

22.1.2. La rinuncia all'ornamento e la riconquista dei diritti della moda

22.1.3. Storia della sartoria

22.2. Abbigliamento da uomo

22.2.1. Tipi di indumenti e varianti

22.2.2. L'accessorio maschile

22.2.3. Analisi e comunicazione del marchio

22.2.4. Tendenze attuali

22.3. Studio delle morfologie maschili

22.3.1. Evoluzione del corpo maschile

22.3.2. Studio del corpo maschile

22.3.3. Tipologia del corpo maschile

22.4. Modello della camicia

22.4.1. Misure da adottare

22.4.2. Configurazione

22.4.3. Variazioni

22.5. Modello dei pantaloni

22.5.1. Misure da adottare

22.5.2. Configurazione

22.5.3. Variazioni

22.6. Struttura della giacca

22.6.1. Misure da adottare

22.6.2. Configurazione

22.6.3. Variazioni

22.7. Disegni per il bavero della giacca

22.7.1. Misure da adottare

22.7.2. Configurazione

22.7.3. Variazioni

22.8. Modello del gilet

22.8.1. Misure da adottare

22.8.2. Configurazione

22.8.3. Variazioni

22.9. Il cappotto da uomo

22.9.1. Misure da adottare

22.9.2. Configurazione

22.9.3. Variazioni

22.10. Sartoria tradizionale

22.10.1. Materiali

22.10.2. Fodera

22.10.3. Montaggio

22.10.4. Cucito

06 Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“ *Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

*Nel 2019 abbiamo ottenuto
i migliori risultati di
apprendimento di tutte le
università online del mondo.*

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Pratiche di competenze e competenze

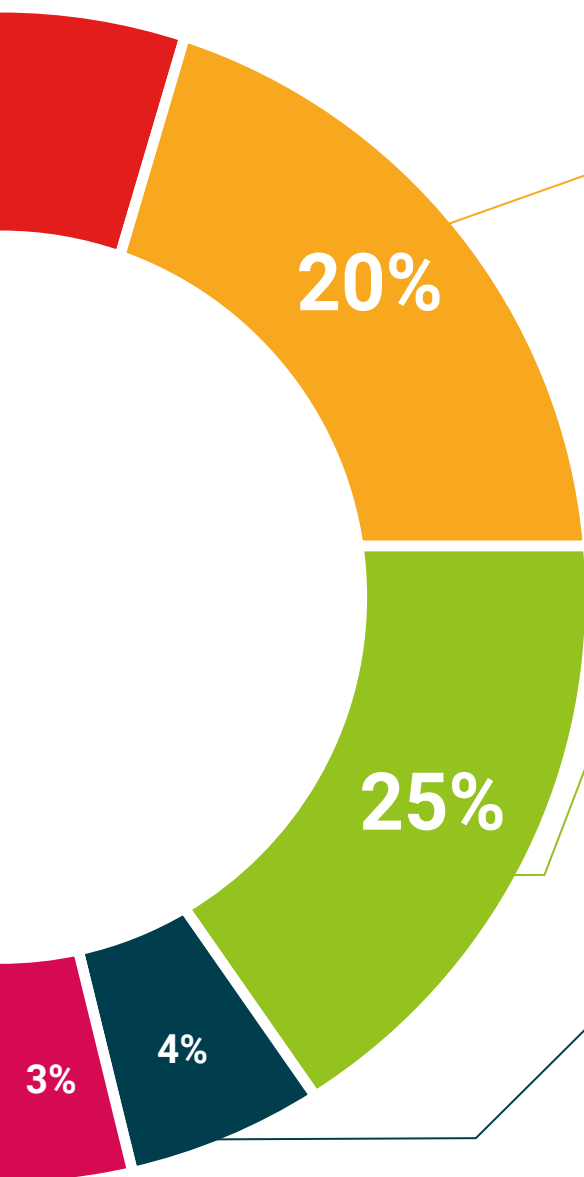
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Lettere complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07 Titolo

Il Master Specialistico in Integral Fashion Design ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master Specialistico rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Master Specialistico in Integral Fashion Design** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Specialistico** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da TECH Università Tecnologica esprime la qualifica ottenuta nel **Master Specialistico**, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Specialistico in Integral Fashion Design**

N. Ore Ufficiali: **3.000**



*Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech università
tecnologica

Master Specialistico Integral Fashion Design

- » Modalità: online
- » Durata: 2 anni
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master Specialistico Integral Fashion Design

