

## PIANO FORMATIVO

### Master interdipartimentale di Primo livello

#### in Fashion Management

1	Anno accademico	2024-2025
2	Direttore	Prof.ssa Cinzia Capalbo
3	Consiglio Didattico Scientifico	Carlo Amendola Sergio Barile Mario Calabrese Cinzia Capalbo Marcelo Enrique Conti Alessandra Cozzolino Nicola Cucari Salvatore Esposito De Falco Sabrina Lucibello Carlo Martino Barbara Mastropietro Alberto Pastore Antonio Renzi Patrizia Santangelo Cristina Simone Francesca Iandolo Michela Patrizi Pietro Vito
4	Delibera di attivazione in Dipartimento	15/04/2024
5	Data di inizio delle lezioni	28/02/2025
6	Calendario didattico	Venerdì-sabato
7	Eventuali partner convenzionati	n.d.
8	Requisiti di accesso	Classe L03; Classe L05; Classe L10; Classe L11; Classe L16; Classe L18; Classe L20; Classe L33; Classe L36; Classe L37; Classe L40; Classe L41
9	Modalità di svolgimento della selezione	Prova di ammissione/colloquio
10	Sede attività didattica	Facoltà di Economia, Via Del Castro Laurenziano n 9
11	Stage	Da definire

<b>12</b>	<b>Modalità di erogazione della didattica</b>	Mista
<b>13</b>	<b>Finanziamenti esterni, esenzioni, agevolazioni o riduzioni di quota</b>	n.d.
<b>14</b>	<b>Contatti Segreteria didattica</b>	<b>Indirizzo</b> Via del Castro Laurenziano 9 - 00161 Roma, Italy

---



**SAPIENZA**  
UNIVERSITÀ DI ROMA

		<b>Telefono</b> 06.49766989 <b>e-mail</b> segreteria@uniroma1.it
--	--	---

### Piano delle Attività Formative

Il Piano formativo è redatto considerando che le attività didattiche frontali e le altre forme di studio guidato o di didattica interattiva devono essere erogate per una durata non inferiore a 300 ore distribuite, di norma, nell'arco di almeno 6 mesi.

Il Piano formativo può prevedere che il Master sia erogato in tutto o in parte utilizzando forme di didattica a distanza o in lingua diversa dall'italiano.

Il numero minimo di Cfu assegnabile ad una attività è 1 e non è consentito attribuire Cfu alle sole ore di studio individuale.

In caso di attività (moduli) che prevedano più Settori Scientifici Disciplinari sono indicati dettagliatamente il numero di Cfu per ognuno di essi.

Denominazione attività formativa	Obiettivi formativi	Docente <sup>7</sup>	Settore scientifico disciplinar e (SSD)	CFU	Tipologia	Verifica di profitto (Se prevista, e modalità)
Modulo I: nascita e formazione del Sistema Moda Italiano	Il modulo analizza i processi storico economici che hanno determinato la formazione del SMI, la sua evoluzione, le dinamiche che caratterizzano oggi il settore della moda.	Cinzia Capalbo	SECS-P/12	3	Lezioni Testimonianze Esercitazioni Casi Aziendali Visite aziendali	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo II: Fashion Marketing and Communication, Moda e Media	<b>Fashion Marketing and Communication</b> Fornire le competenze di base necessarie per affrontare efficacemente un percorso di progettazione nei settori marketing e comunicazione per la moda. Accanto all'acquisizione delle conoscenze culturali e tecniche fondamentali, lo studente apprenderà la corretta metodologia della progettazione, partendo dall'analisi del mercato, del prodotto moda e dalla definizione di consumatore, fino alla	Michela Patrizi	SECS-P/08 (3 CFU)	5	Lezioni Testimonianze Esercitazioni Casi Aziendali Visite aziendali	Prevista Test scritto al termine del modulo

	<p>proposta di un piano marketing e comunicazione coerente con le competenze acquisite.</p> <p>Sviluppare capacità e competenze per la gestione tutti i principali canali di comunicazione e marketing digitale, affrontarne i tool e le best practice. Al termine del percorso formativo dovrà essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- progettare e gestire attività di Video, Content e Social Media Marketing;</li> <li>- apprendere le tecniche di SEO &amp; SEM, Mobile ed Email Marketing;</li> <li>- analizzare i dati e monitorare le campagne di marketing;</li> <li>- ottimizzare i canali e le campagne così da raggiungere i KPI prefissati;</li> <li>- comprendere le dinamiche di un Digital Brand strutturato;</li> <li>- gestire i diversi canali di acquisizione utenti in un'ottica integrata.</li> </ul> <p><b>Moda e Media</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- il modulo intende riflettere sulla evoluzione del rapporto tra moda e media, con particolare riferimento ai processi di mediatizzazione del sistema moda (per es. rispetto alla trasformazione delle sfilate e all'emergere delle figure dei fashion bloggers, degli influencer e dei digital influencer) e alla contaminazione tra esperienze di consumo di contenuti mediale e di contenuti di moda (come nelle serie tv, nei fashion film e nei videogame).</li> </ul>					
		Da definire	SPS/08 (2 CFU)			

Modulo III: Fashion Management	<p>Approfondire la conoscenza di modelli, metodologie e strumenti di gestione e di governance propri del settore moda:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fashion management e modelli di business nel settore moda</li> <li>- Algoritmi e piattaforme per le decisioni aziendali</li> </ul>	<p>Sergio Barile</p> <p>Francesca Landolo</p>	SECS-P/08	4	<p>Lezioni</p> <p>Testimonianze</p> <p>Esercitazioni</p> <p>Casi Aziendali</p> <p>Visite aziendali</p>	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo IV: Fashion Law	<p>I contratti di distribuzione nella filiera della moda.</p> <p>Segni distintivi, disegni e modelli nel settore moda.</p>	<p>Barbara Mastropietro</p> <p>Patrizia Santangelo</p>	<p>IUS/01 (1 CFU)</p> <p>IUS/04 (2 CFU)</p>	3	<p>Lezioni,</p> <p>Esercitazioni,</p> <p>Seminari</p>	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo V: English for Fashion Management	Sviluppare l'abilità di analisi, comprensione e produzione scritta di testi settoriali (articoli, fashion blogs, editoriali)	da definire	L-LIN/12	3	<p>Lezioni,</p> <p>Esercitazioni,</p> <p>Seminari</p>	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo VI: Fashion Sustainability	<p>Formazione generale sui temi della sostenibilità, il controllo e le valutazioni ambientali nei loro aspetti di carattere interdisciplinare per le Imprese. Conoscenza degli strumenti normativi connessi con le tematiche del Management, delle Valutazioni Ambientali e la Valutazione del Rischio all'interno delle Imprese.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Integrazione della sostenibilità nella corporate e business strategy</li> <li>- Sustainabilitygovernance and organization</li> </ul> <p>Strumenti normativi e valutazione del rischio</p>	Marcelo Enrique Conti	SECS-P/13 (3 CFU)		<p>Lezioni</p> <p>Testimonianze</p> <p>Esercitazioni</p> <p>Casi Aziendali</p> <p>Visite aziendali</p>	Prevista Test scritto al termine del modulo

	<p>Contenuti principali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definizione di sostenibilità nel settore moda</li> <li>- modello multistakeholder per la gestione della sostenibilità nel settore moda</li> <li>- innovazione responsabile nel settore moda</li> <li>- trasparenza, tracciabilità e circolarità nel settore moda</li> <li>- best practices</li> </ul>	Cinzia Capalbo	SECS-P/12 (3 CFU)	6		
Modulo VII Tecnologie 4.0 e IA nel settore moda	<p>Il modulo si propone di fornire le conoscenze attinenti alle soluzioni tecnologiche dell'industria 4.0 e del suo ruolo che svolge nelle strategie delle imprese, con particolare attenzione ai sistemi ERP e ai principali flussi di informazioni da questi gestiti, e dai sistemi informazionali.</p> <p>Il modulo esplora il ruolo rivoluzionario dell'intelligenza artificiale (IA) nel settore della moda, evidenziando come l'IA, insieme a tecnologie correlate come l'apprendimento automatico, la realtà aumentata (AR), e la blockchain, stia trasformando la progettazione, la produzione, e il marketing nel fashion. Gli studenti apprenderanno come l'IA facilita la previsione delle tendenze e la personalizzazione dell'esperienza di acquisto, e come l'AR offre esperienze immersive per i consumatori e il blockchain garantisce l'autenticità e la tracciabilità dei prodotti. Il corso analizza anche l'uso dei big data per ottimizzare le catene di approvvigionamento e ridurre gli sprechi. Attraverso casi studio approfonditi, discussioni in classe e laboratori pratici, gli studenti esamineranno le sfide etiche e le implicazioni sociali dell'adozione di queste tecnologie.</p>	Carlo Amendola  Pietro Vito	SECS-P/13 (1 CFU)  SECS-P/08 (3 CFU)	4	Lezioni Testimonianze Esercitazioni Casi Aziendali Visite aziendali	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo VIII:  Management dell'innovazione e analisi strategica a supporto del	<p>Fornire conoscenze di base nel campo del management dell'innovazione tecnologica e strategica e sviluppare competenze specifiche relative all'applicazione di modelli manageriali a supporto del management dell'innovazione e delle relative decisioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovazione tecnologica</li> </ul>	Cristina Simone	SECS P/08	4	Lezioni Testimonianze Esercitazioni Casi Aziendali Visite aziendali	Prevista Test scritto al termine del modulo

fashion management	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innovazione strategica</li> <li>- Innovazione sostenibile</li> <li>- Change management</li> <li>- Sviluppo dei nuovi prodotti</li> <li>- Industria 4.0 e Digital transformation</li> </ul> <p>Business platform</p> <p>Sviluppare capacità di analisi strategica e <i>decisionmaking</i> nell'ambito dell'ecosistema moda e promuovere l'acquisizione dei relativi modelli e strumenti manageriali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- modelli a supporto delle decisioni strategiche aziendali;</li> <li>- contestualizzazione dell'analisi strategica a supporto del fashion management</li> </ul>					
Modulo IX: Supply chain Management	<p>Fornire conoscenze di base della supplychaine sviluppare competenze specifiche di supplychain management nel settore moda in un'ottica di sostenibilità ambientale:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Supplychain management</li> <li>- Attività di buying&amp;pricing</li> <li>- Procurement e outsourcing strategico</li> <li>- Logistica</li> <li>- Organizzazione e gestione dei canali di vendita</li> <li>- Organizzazione della forza vendita e dei mercati worldwide</li> <li>- Attività di buying&amp; merchandising</li> <li>- Omnicanalità</li> </ul>	Alessandra Cozzolino	SECS-P/08	3	Lezioni Testimonianze Esercitazioni Casi Aziendali Visite aziendali	Prevista  Test scritto al termine del modulo



Modulo X: Corporate governance, imprenditorialità e start up	<p>Formare e sviluppare competenze sull'imprenditorialità; fornire principi, modelli e strumenti per la gestione degli aspetti finanziari di aziende strutturate e di start-up:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- principi e modelli di corporate governance nel fashion system</li> <li>- Imprenditorialità;</li> <li>- Start-up e nuove forme di finanziamento</li> </ul>	<p>Salvatore Esposito de Falco</p> <p>Antonio Renzi</p> <p>Nicola Cucari</p>	SECS-P/08	3	<p>Lezioni</p> <p>Testimonianze</p> <p>Esercitazioni</p> <p>Casi Aziendali</p> <p>Visite aziendali</p>	<p>Prevista</p> <p>Test scritto al termine del modulo</p>
--	--	--	-----------	---	--	---

Modulo XI: Design. Scenari del Contemporaneo	<p>Si pone come obiettivo formativo la disamina dei principali fenomeni che investono il Design Contemporaneo, dall'innovazione dei processi a quella dei prodotti tipici della società Post-Industriale.</p> <p>Dai nuovi ambiti di applicazione della cultura del progetto - Design Strategico, dei Servizi, dell'Esperienza, IoT e Smart Object, ecc. - ai principali fenomeni che investono l'estetica del contemporaneo.</p>	Carlo Martino	ICAR/13	3	<p>Lezioni</p> <p>Testimonianze</p> <p>Esercitazioni</p> <p>Casi Aziendali</p> <p>Visite aziendali</p>	Prevista
Modulo XII: Design, tecniche, materiali innovativi e biodesign nel fashion	<p>Il modulo si articolerà in un percorso volto alla definizione delle metodologie applicabili alla progettazione del prodotto moda in una visione di dialogo tra marketing, creatività e comunicazione; il tutto in una logica definibile come design strategico. Si confronteranno diverse prassi progettuali tra le quali: il metaprogetto, il design thinking, la profilazione del target, le matrici relative ai buyer personas, con soluzioni evolutive di scenario d'uso e di contesto, fino all'estremizzazione di briefing data dall'uso delle tecnologie evolute su base algoritmica. Il management del processo creativo, al fine di comprendere la definizione dei parametri d'azione, del manager nella creatività. L'obiettivo didattico è quello formare una cultura di dialogo tra creatività e azienda e mercato.</p> <p>Il modulo tratterà inoltre dei nuovi materiali e delle nuove tecniche utilizzate nel fashion design contemporaneo. Uno spazio particolare sarà dedicato al Biodesign, ossia all'intersezione tra biologia e design che integra processi e materiali organici nella creazione di prodotti innovativi nella moda.</p>	Sabrina Lucibello	ICAR/13	3	<p>Lezioni</p> <p>Testimonianze</p> <p>Esercitazioni</p> <p>Casi Aziendali</p> <p>Visite aziendali</p>	

Modulo XIII: Fashion Branding	<p>Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti gli strumenti essenziali teorico pratici attraverso i quali comprendere come i brand operano nella società contemporanea sia a livello economico che culturale e sociale. Partendo da una messa a fuoco del concetto di brand, e delle sue componenti strutturali quali quelli di identità, immagine e personalità, il corso si focalizzerà sui principali strumenti del branding volti ad incrementare il valore percepito del prodotto/servizio da parte di consumatori e shareholder d'impresa. Più in particolare, il corso si concentrerà sull'importanza di pensare al brand come capitale (culturale, simbolico e comunicativo) a disposizione delle aziende del settore moda.</p>	Francesca Iandolo	SECS-P/08	3	<p>Lezioni Testimonianze Esercitazioni Casi Aziendali Visite aziendali</p>	<p>Prevista Test scritto al termine del modulo</p>
Modulo XIV: Misurazione della Performance	<p>Fornire conoscenze relative all'insieme di strumenti e soluzioni informative, di tecniche di analisi, misurazione e valutazione, utilizzabili a supporto dei processi interpretativi e decisionali caratteristici del management.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistemi di misurazione delle performance: caratteri generali</li> </ul>	Mario Calabrese	SECS-P/08	3	<p>Lezioni Testimonianze Esercitazioni Casi Aziendali Visite aziendali</p>	<p>Prevista Test scritto al termine del modulo</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sistemi e metodi di misurazione nelle aziende della moda</li> <li>- Definizione degli indicatori in relazione alle strategie aziendali</li> </ul>					
Tirocinio/Stage	Il tirocinio curriculare ha lo scopo di far confrontare gli allievi con un'esperienza pratica di lavoro, utilizzando gli strumenti acquisiti durante la fase di didattica frontale.	SSD non richiesto	7	<i>Gli stage si svolgeranno presso le imprese ed istituzioni partner del Master.</i>		
Altre attività	Modulo per la preparazione all'inserimento nel mondo del lavoro. (curriculum, simulazione delle prove di selezione, orientamento)	SSD non richiesto	1	<i>Seminari, convegni ecc...</i>		
Prova finale	Durante il periodo di tirocinio, gli allievi elaboreranno un project work formativo professionalizzante che dovranno discutere dinanzi ad una Commissione ufficiale per il conseguimento del Diploma di Master	SSD non richiesto	2	Presentazione del Project work.		
TOTALE CFU			60			

IL DIRETTORE DEL DIPARTIMENTO