Piano formativo

del Corso* di Formazione in:

Moda, Immagine e Consulenza.

Anno Accademico	2024/2025
Dipartimento	Storia, antropologia, religioni, arte, spettacolo
Data Delibera approvazione di attivazione del corso in Dipartimento	16/10/2024
Direttore del Corso	Romana Andò
Numero minimo di ammessi	20
Numero massimo di ammessi	40
Requisiti di ammissione	Diploma Scuola Superiore Secondo Grado
Obiettivi formativi	Nel mondo contemporaneo, l'immagine personale si configura come uno strumento di comunicazione di straordinaria potenza, capace di influenzare percezioni, relazioni e opportunità nel contesto sociale e professionale. Il corso di "Comunicazione attraverso l'immagine personale" si propone di esplorare questa dinamica complessa, unendo solide basi teoriche a tecniche applicative concrete per fornire una

* Art. 1 punto 4 del Regolamento in Materia di Corsi di Master, Corsi di Alta Formazione, Corsi di Formazione, Corsi Intensivi D.R. 915/2018

- per Corso di Alta Formazione (CAF) il corso post - lauream professionalizzante di perfezionamento o approfondimento specialistico istituito in base alla L. 341/1990 art. 6. Vi si accede con la laurea, ha durata inferiore all'anno, consente l'acquisizione di massimo 20 Cfu e alla sua conclusione è rilasciato un attestato di frequenza;
- per Corso di Formazione (CF), il corso di aggiornamento professionale di durata inferiore all'anno che conferisce fino a un massimo di 10 Cfu. Vi si accede anche con il solo diploma di scuola media superiore e alla sua conclusione è rilasciato un attestato di frequenza;
- per Corsi Intensivi Summer/Winter School) i corsi, di norma residenziali, destinati a soggetti in possesso dei requisiti di cui all'art. 29 del presente regolamento, della durata da una a quattro settimane, connotati internazionalmente che conferiscono fino a un massimo di 10 Cfu e si concludono con il rilascio di un attestato di frequenza

	comprensione profonda e pratica dell'influenza dell'immagine personale. La teoria sociologica ci offre gli strumenti per analizzare e comprendere le funzioni e gli impatti dell'immagine personale nella società. Attraverso le lenti interpretative fornite da pensatori come Georg Simmel, Erving Goffman e Pierre Bourdieu, il corso esamina il ruolo dell'immagine personale nel contesto delle interazioni sociali, della stratificazione sociale e delle pratiche culturali. Questi teorici hanno studiato approfonditamente come l'abbigliamento e lo stile personale possano servire come simboli di status, strumenti di differenziazione sociale, e come mezzi per la presentazione di sé in vari contesti. Accanto a questa solida base teorica, il corso integra una dimensione pratica essenziale. I partecipanti saranno coinvolti in esercitazioni, laboratori e sessioni di coaching d'immagine, dove potranno applicare direttamente i concetti appresi. Questa metodologia didattica mira a sviluppare competenze pratiche nella gestione e conduzione delle sessioni di consulenza di immagine, preparando i partecipanti a utilizzare consapevolmente le componenti visive dell'immagine personale come strumenti di comunicazione efficaci. L'obiettivo è che ogni studente emerga dal corso con una capacità raffinata di analizzare e modellare l'immagine personale, sia la propria che quella dei clienti, con un approccio che è tanto critico e informato quanto creativo e pragmatico. Questo equilibrio tra teoria e pratica è essenziale per chi aspira a diventare un professionista nel campo della consulenza di immagine, capace di navigare con competenza e sensibilità attraverso i complessi paesaggi sociali e culturali di oggi.

	Gli obiettivi specifici: Introduzione ai principi sociologici dell'immagine personale: Esplorare la teoria di Georg Simmel sulla moda e il suo ruolo nella società come strumento di inclusione ed esclusione sociale, e come questi principi si applicano alla consulenza di immagine. Analizzare le interazioni quotidiane attraverso la lente della "teoria della drammaturgia" di Erving Goffman, enfatizzando come l'abbigliamento e l'aspetto esteriore contribuiscano alla "presentazione di sé" in vari contesti sociali. Discutere le teorie di Pierre Bourdieu sul capitale culturale e sociale, esaminando come l'immagine personale può influenzare la percezione della posizione sociale e del potere. Sviluppo di competenze analitiche per la consulenza d'immagine: Apprendere a identificare e analizzare le componenti visive chiave dell'immagine personale, come l'abbigliamento, gli accessori, il trucco e l'acconciatura, per comprendere il loro impatto sulla comunicazione non verbale. Implementare un approccio critico nell'analisi dei clienti, considerando i diversi contesti sociali e culturali che influenzano le scelte di stile. Applicazione pratica delle teorie alla consulenza di immagine: Conduzione di sessioni di coaching d'immagine, integrando i concetti teorici con esercitazioni pratiche, per sviluppare strategie personalizzate di comunicazione visiva. Sviluppo di competenze metodologiche nell'uso delle tecniche di consulenza di immagine, inclusi la selezione di

	abbigliamento e l'uso di accessori.
Risultati di apprendimento attesi	Al termine del corso, gli studenti avranno acquisito competenze teoriche e pratiche che li renderanno professionisti qualificati nella consulenza d'immagine. I risultati attesi sono: Visione Integrata delle Teorie di Valorizzazione dell'Immagine. Gli studenti avranno una comprensione approfondita delle teorie e dei modelli sociologici che influenzano la comunicazione non verbale attraverso l'immagine personale. Saranno capaci di applicare queste teorie per interpretare e valorizzare l'immagine di sé e degli altri in diversi contesti sociali e professionali. Padronanza delle Tecniche di Coaching e Consulenza I partecipanti saranno in grado di padroneggiare le principali tecniche di coaching d'immagine, inclusa la gestione di sessioni di consulenza, l'applicazione di strategie personalizzate e l'uso efficace di strumenti e risorse per ottimizzare l'immagine personale dei clienti. Capacità di Riconoscere le Motivazioni Personali Gli studenti svilupperanno la capacità di riconoscere e comprendere le motivazioni individuali che spingono una persona a intraprendere un percorso di valorizzazione della propria immagine. Questa competenza è fondamentale per affrontare le esigenze dei clienti in modo empatico e su misura. Abilità nel mondo retail

	Al termine del corso, i partecipanti saranno esperti nell'aiutare i clienti a identificare le scelte di abbigliamento, accessori, make-up e acconciature più valorizzanti ed idonee ai loro obiettivi di comunicazione. Saranno capaci di guidare i clienti verso decisioni che potenziano la loro immagine in linea con le loro aspirazioni personali e professionali. Questi risultati non solo conferiranno agli studenti una solida preparazione teorica, ma li doteranno anche delle competenze pratiche indispensabili per operare con successo nel campo della consulenza di immagine.
Data di inizio delle lezioni	08/03/2025
Calendario didattico	Allegare o linkare
Stage	Non previsto
Modalità di erogazione della didattica	mista
CFU assegnati	10
Docenti Sapienza responsabili degli insegnamenti e relativi curricula brevi (max mezza pagina)	Prof.ssa Romana Andò Romana Andò è Professore Associato presso la Sapienza Università di Roma. Dal 2018 è responsabile del Master internazionale in Fashion Studies. I suoi interessi di ricerca sono i seguenti: studi sulle audience e sul fandom; cultura delle celebrità; consumo di moda; studi sull'adolescenza. È autrice di numerosi articoli, capitoli di libri e libri sugli argomenti sopracitati. Tra le sue ultime pubblicazioni troviamo “Audience for Fashion. Consumare moda nei media e con i media” (Egea, 2020) e “Bravi Ragazzi” (Giulio Perrone Editore, 2024). Prof. Alessandro Saggioro Alessandro Saggioro è Professore Ordinario di Storia delle religioni alla Sapienza Università di

	Roma e titolare della "King Hamad" Chair for interreligious dialogue and peaceful coexistence. È presidente della Consulta Universitaria di Storia delle Religioni. Si occupa delle dinamiche del pluralismo, di mitologia, di spazi sacri, di metodologia e storiografia della storia delle religioni. In Sapienza è attualmente direttore del corso di Alti studi in Storia delle religioni; coordinatore del Dottorato in Storia dell'Europa; Vicedirettore del Dipartimento di Storia Antropologia Religioni. Arte Spettacolo. Fra gli ultimi volumi curati troviamo “Sciamani e sciamanesimi – Saggi di L. Ambasciano, S. Botta, G. Mazzoleni, A. L. Bruno, P. Schirripa” (Carocci, 2010). Dott. Samuele Briatore Samuele Briatore, RTDA in Sociologia dei Processi Culturali attualmente coinvolto nella ricerca PNRR CHANCES sullo Spoke tematico: "Fashion Cultural Heritage: Memorie, Musei, Esperienze", dottore di ricerca in Musica e Spettacolo, ha conseguito nel 2018 il diploma post dottorato alla Scuola del Patrimonio della Fondazione per i Beni e le Attività Culturali. Nel 2023 ha pubblicato "Il Teatro del Lusso" con Marsilio editore.
Eventuali partner convenzionati	ESR ITALIA
Sede di svolgimento Sapienza o sedi esterne (obbligo di Convenzione)	Dipartimento SARAS
Quota di iscrizione prevista ripartita massimo in due rate	1400
Eventuali quote di esenzioni parziali o totali dal pagamento della parte di quota di pertinenza del Dipartimento espresse in percentuali (numero intero) rispetto alla quota di iscrizione (max due tipi di esenzioni)	25% studenti Sapienza (laureanti, ex laureati Scienze della moda e del costume, Fashion Studies) 25% soci AICI - Association of Image Consultants International 25% Alumni ESR Italia
Contatti di Segreteria	Samuele.briatore@uniroma1.it

SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Piano delle Attività Formative

(Insegnamenti, Seminari di studio e di ricerca, Stage, Prova finale)

Denominazione attività formativa	Responsabile insegnamento	Settore scientifico disciplinare	Ore	CFU	Tipologia	Lingua
Attività I: Moda e Rappresentazione	Prof. Samuele Briatore	SPS/08	7	1	frontale	italiano
Attività II: Power Dressing, Obiettivi di comunicazione	Prof. Romana Ando	SPS/08	2	1	frontale	Italiano
	Da definire	SPS/08	5		frontale	italiano
Attività III: Immagine Personale e Personal Branding	Da definire	SPS/08	7	1	frontale	Italiano
Attività IV: Moda e Gender	Prof. Leonardo Campagna Prof. ssa Romana Andò	SPS/08	6	1	Laboratorio	italiano
	Da definire	SPS/08	6		Laboratorio	Italiano
Attività V: Strumenti di coaching di Moda	Da definire	SPS/08	7	1	Frontale	Italiano
Attività VI: Armocromia e Analisi del colore e della forma.	Da definire	ICAR/	12	1	laboratorio	Italiano
Attività VII: Moda, Corpo e Illusioni	Prof. Samuele Briatore	SPS/08	4	1	laboratorio	Italiano

	Da definire	SPS/08	8		laboratorio	Italiano
Attività VIII: Calzature e Accessori. Storia e Applicazione	Da definire	ICAR/	7	1	frontale	Italiano
Attività IX: Il volto nell'immagine. Cosmetica e Visagismo	Da definire	SPS/08	7	1	frontale	Italiano

Prova finale	Project Work fotografico Sapienza	SSD non previsto	12	1	
		TOTALE CFU	10		

Il numero minimo di Cfu assegnabili ad una attività è 1 (ai sensi dell' art. 23 del Regolamento didattico d'Ateneo si precisa che 1 CFU corrisponde 6 – 10 ore di lezione frontale, oppure 9 - 12 ore di laboratorio o esercitazione guidata, oppure 20 - 25 ore di formazione professionalizzante a piccoli gruppi o di studio assistito).