

PIANO FORMATIVO

Master interdipartimentale di Primo livello in

Fashion Management

1	Anno accademico	2021-2022
2	Direttore	Prof.ssa Cinzia Capalbo
3	Consiglio Didattico Scientifico	Cinzia Capalbo, Sergio Barile, Salvatore Esposito De Falco, Marcelo Enrique Conti, Antonio Renzi, Cristina Simone, Alessandra Cozzolino, Mario Calabrese, Barbara Mastropietro, Romana Andò, Patrizia Santangelo, Carlo Amendola, Carlo Martino, Francesca Iandolo.
4	Delibera di attivazione in Dipartimento	18/02/2021
5	Data di inizio delle lezioni	28/02/2022
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
12	Modalità di erogazione della didattica	mista
13	Finanziamenti esterni, esenzioni, agevolazioni o riduzioni di quota	n.d.
14	Contatti Segreteria didattica	Indirizzo Via del Castro Laurenziano 9 - 00161 Roma, Italy Telefono 06.49766989 e-mail segreteria@management@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	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	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo II: Moda e media	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).	Romana Andò	SPS/08	1	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo

Modulo III: Fashion Management	Approfondire la conoscenza di modelli, metodologie e strumenti di gestione e di governance propri del settore moda: - Fashion management e modelli di business nel settore moda - Algoritmi e piattaforme per le decisioni aziendali	Sergio Barile	SECS-P/08	3	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo IV: Fashion Law	Segni distintivi, disegni e modelli nel settore moda. I contratti di distribuzione nella filiera della moda.	Barbara Matropietro Patrizia Santangelo	IUS/01 e IUS/04	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	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	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo VI: L'INFLUENCER MARKETING	CONTENUTI PRINCIPALI: L'importanza dei social network nella Fashion Industry – come è cambiato il mondo della moda L'evoluzione della comunicazione della moda nell'era digitale Le tecniche per riuscire ad emergere nel competitivo mondo del World Wide Web Le nuove figure professionali fashion blogger e influencer: origini, caratteristiche e potenzialità	da definire	SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo VII: Gestire la sostenibilità nelle imprese moda	Contenuti principali: - definizione di sostenibilità nel settore moda - modello multistakeholder per la gestione della sostenibilità nel settore moda - innovazione responsabile nel settore moda - trasparenza, tracciabilità e circolarità nel settore moda - best practices	da definire	SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo

Modulo VIII: Cicli produttivi e marketing nella gioielleria	Cicli e produttivi e marketing nella gioielleria. Si analizzano le varie fasi di produzione partendo dalla costituzione di una società per arrivare alla realizzazione del prodotto finito sia industriale che artigianale . Alla fine il marketing e la produzione si inseriranno in un unico contesto per la realizzazione degli obiettivi di impresa.	da definire	SECS-P/13	3	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo IX: Internazionalizzazione delle imprese moda	Il modulo si propone di illustrare il processo di internazionalizzazione di un'impresa operante nell'industria della Moda e dell'accessorio con un'attenzione particolare ad elementi commerciali e di marketing tradizionale e digitale. I contenuti trattati avranno focus su: . strumenti di analisi dei mercati esteri . strumenti di comprensione dei consumatori . sviluppo di strategie multilivello per i diversi mercati . distribuzione, logistica e pagamenti . organizzazioni pubbliche e private di supporto all'internazionalizzazione	da definire	SECS-P/08	3	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo X Tecnologie 4.0 nel settore moda	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.	Carlo Amendola	SECS-P/13	1	Lezioni frontali	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XI: Analisi strategica a supporto del fashion management	Sviluppare capacità di analisi strategica e <i>decisionmaking</i> nell'ambito dell'ecosistema moda e promuovere l'acquisizione dei relativi modelli e strumenti manageriali: - modelli a supporto delle decisioni strategiche aziendali; - contestualizzazione dell'analisi strategica a supporto del fashion management	Cristina Simone	SECS P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo

Modulo XII: Supplychain Management	Fornire conoscenze di base della supplychain e sviluppare competenze specifiche di supply chain management nel settore moda in un'ottica di sostenibilità ambientale: - Supplychain management - Attività di buying&pricing - Procurement e outsourcing strategico - Logistica	Alessandra Cozzolino	SECS-P/08	1	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XIII: Corporate governance e fashion system	Formare in merito ai principi della corporate governance e sviluppare competenze circa i modelli di corporate governance contestualizzati rispetto al fashion system: - principi di corporate governance; - i modelli di corporate governance e il fashion system	Salvatore Esposito de Falco	SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XIV :Imprenditorialità, start up e finanza d'impresa	Formare e sviluppare competenze sull'imprenditorialità; fornire principi, modelli e strumenti per la gestione degli aspetti finanziari di aziende strutturate e di start-up: - Imprenditorialità; - Start-up e nuove forme di finanziamento - Finanza agevolata (fondi UE ed extra UE)	Antonio Renzi	SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XV: Management dell'Innovazione	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: - Innovazione tecnologica	Cristina Simone	SECS-P/08	3	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo

	- Innovazione strategica - Innovazione sostenibile - Change management - Sviluppo dei nuovi prodotti - Industria 4.0 e Digital transformation - Business platform					
Modulo XVI: Design. Scenari del Contemporaneo	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. 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.	Carlo Martino	ICAR/13	1	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista
Modulo XVII: Fashion Marketing and Communication	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 proposta di un piano marketing e comunicazione coerente con le competenze acquisite.		SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista
Modulo XVIII: Digital Marketing	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: - progettare e gestire attività di Video, Content e Social Media Marketing;	Da definire	SECS-P/08	1	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista

	- apprendere le tecniche di SEO & SEM, Mobile ed Email Marketing; - analizzare i dati e monitorare le campagne di marketing; - ottimizzare i canali e le campagne così da raggiungere i KPI prefissati; - comprendere le dinamiche di un Digital Brand strutturato; - gestire i diversi canali di acquisizione utenti in un'ottica integrata.					
Modulo XIX: Fashion Branding	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.	da definire	SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XX: Sales Management	Fornire conoscenze per l'organizzazione e gestione della rete vendita worldwide e dei canali di vendita in ottica omnichannel: - Organizzazione e gestione dei canali di vendita - Organizzazione della forza vendita e dei mercati worldwide - Attività di buying& merchandising - Omnicanalità	da definire	SECS-P/08	3	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo

Modulo XXI: Team management e negoziazione	Sviluppare capacità e competenze di team management e di negoziazione: - Team building; - il processo decisionale di gruppo; - Il conflitto e la sua gestione; - metodologie per il gruppo di lavoro; - tipologie di negoziazione; - tecniche di negoziazione	Cristina Simone	SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XXII: Management Ambientale per la sostenibilità	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. - Integrazione della sostenibilità nella corporate e business strategy - Sustainability governance and organization - Strumenti normativi e valutazione del rischio	Marcelo Enrique Conti	SECS-P/13	3	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XXIII: Misurazione della Performance	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. - Sistemi di misurazione delle performance: caratteri generali	Mario Calabrese Francesca landolo	SECS-P/08	3	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo

	- Sistemi e metodi di misurazione nelle aziende della moda - Definizione degli indicatori in relazione alle strategie aziendali					
Modulo XXIV: Project Management	Fornire conoscenze relative ai principi di project management consolidatisi nella prassi manageriale e sviluppare e competenze specifiche relative agli strumenti manageriali a supporto di una efficace ed efficiente gestione dei progetti. - Principi e ambiti applicativi di Project management - Metodi e strumenti di Project management - Gestione e pianificazione di un progetto	da definire	SECS-P/08	2	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Modulo XXV: Design thinking	Fornire conoscenze relative al <i>design thinking</i> quale metodologia emergente volta a sviluppare capacità creative, di problemforming e problemsolving in organizzazioni operanti in settori innovativi e in cui la creatività è capacità strategica essenziale per la creazione di valore - Capire il Design Thinking - Progettare il futuro - Trasformare organizzazioni	da definire	SECS-P/08	1	Lezioni, Esercitazioni, Seminari	Prevista Test scritto al termine del modulo
Tirocinio/Stage	Il tirocinio curriculare ha lo scopo di confrontare l'allievo con un'esperienza pratica di lavoro, utilizzando gli strumenti acquisiti durante la fase di didattica frontale.		SSD non richiesto	7	Gli stage si svolgeranno presso le imprese ed istituzioni partner del Master.	

Altre attività		SSD non richiesto		<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 cfu	Presentazione del Project work.
TOTALE CFU			60	

IL DIRETTORE DEL DIPARTIMENTO