



MASTER IN FASHION PROJECT MANAGEMENT

2^a edizione / anno 2010

In collaborazione con:



Camera Nazionale
della Moda Italiana

Con il sostegno di:



L'area del fashion project management identifica un profilo professionale che integra competenze di design, management e comunicazione per il quale esiste una forte richiesta da parte delle imprese del sistema moda, non soddisfatta dai tradizionali istituti formativi monodisciplinari.

Tali figure sono in grado di gestire e coordinare in modo integrato i processi di brand management, dallo sviluppo delle collezioni e del prodotto, allo sviluppo del retail e della comunicazione aziendale.

Le figure formate rappresentano pertanto l'ideale connessione tra il momento di ideazione creativa (dei prodotti, dei retail concept, dell'immagine) e la loro integrazione nei processi manageriali a livello aziendale, di brand e di unità di business.

TARGET

Sponsor FPM 2009:

canclini¹⁹²⁵

Ermenegildo Zegna



Il Master è rivolto ai candidati in possesso di un titolo di laurea almeno triennale in design, management o comunicazione, al fine di ricreare all'interno dell'aula le competenze trasversali tipiche dei team aziendali e di sviluppare le competenze interdisciplinari di "creative project management" necessarie per poter dialogare con tutte le aree e figure professionali aziendali, sia creative sia manageriali. Costituirà titolo preferenziale il possesso di esperienza nel settore.

Il Master potrà accogliere fino ad un massimo di 25 studenti.

PROGRAMMA

Il modello formativo adottato prevede la realizzazione di attività didattiche multidisciplinari, condotte da docenti facenti capo alle Faculty dei tre Atenei promotori e a docenti e testimoni provenienti da qualificate realtà aziendali e professionali.

Il Master si compone delle seguenti attività formative:

- **Formazione di base** - 15 gennaio / 2 marzo 2010

Prevede lezioni frontali che forniscono una preparazione di base di tipo multidisciplinare. E' articolata in moduli di formazione breve che si concludono con un test di verifica. Saranno inoltre effettuati seminari di approfondimento che coinvolgono esponenti di spicco del settore.

Sono previsti i seguenti moduli:

G I A N O

licenziatario



Harmont & Blaine

1 Storia sociale ed economica della moda

Obiettivo del corso è la conoscenza delle dinamiche di evoluzione della moda dal punto di vista sociale ed economico;

2 Antropologia e sociologia per la moda

Obiettivo del corso è la comprensione dei valori sociali, culturali e comunicativi associati ai prodotti moda;

3 Project management per la moda

Obiettivo del corso è la conoscenza dei modelli organizzativi tipici dell'impresa moda, nonché i principi e le teorie del management, dalla scala del singolo progetto alla scala dell'impresa;

4 Metodi di ricerca e progettazione per la moda

Obiettivo del corso è la conoscenza delle teorie e dei metodi di progettazione del prodotto moda;

5 Merceologia e materiali per il fashion design

Obiettivo del corso è la conoscenza dei materiali e delle merceologie del prodotto moda;

▪ **Formazione specialistica** - 8 marzo / 2 luglio 2010

Le attività formative specialistiche prevedono lezioni frontali e progetti integrati con l'obiettivo di trasferire ai partecipanti le conoscenze e le tecniche indispensabili per svolgere, all'interno delle aziende in maniera autonoma e/o integrata, il ruolo definito dagli obiettivi formativi del master.

In particolare la formazione specialistica è articolata in tre moduli che simulano i principali processi che caratterizzano la filiera di sviluppo del prodotto moda, dal momento ideativo all'immissione sul mercato.

1 Brand e design direction

Obiettivo del corso è la conoscenza delle problematiche connesse alla gestione del brand e l'acquisizione della capacità di formulare linee e strategie di sviluppo prodotto coerenti con i valori associati al brand

2 Prodotto e sviluppo collezioni

Obiettivo del corso è la conoscenza approfondita del sistema dei prodotti moda e l'acquisizione della capacità di sviluppare una gamma prodotti attraverso

l'articolazione di un merchandising plan e la costruzione dell'architettura di collezione in coerenza con i valori aziendali e l'indirizzo stilistico dell'azienda

3 Retail e comunicazione

Obiettivo del corso è la conoscenza della filiera della comunicazione aziendale nonché l'acquisizione della capacità di sviluppare un piano di comunicazione e il progetto dei sistemi visuali necessari a veicolare i prodotti sul mercato.

- Progetti integrati

E' prevista la realizzazione di 3 progetti integrati della durata di due settimane full-time ciascuno, coordinati da un team multidisciplinare di docenti. Ciascun modulo consiste nella simulazione di un progetto su un caso studio reale attraverso il coinvolgimento diretto di realtà aziendali che offrono alla sperimentazione didattica tematiche progettuali reali.

Nella scorsa edizione, hanno partecipato ai *team field project* realtà tra le più dinamiche del mondo "fashion", tra cui Giano (marchi La Martina e Harmont & Blaine) e Industries (marchio Henry Cotton's).

▪ Career development e Stage – 5 / 12 luglio; da settembre 2010

- Empowerment e career management

Le attività che riguardano l'empowerment forniscono un supporto al processo di crescita personale e professionale del singolo individuo. Il modulo formativo in particolare riguarda lo sviluppo di capacità relazionali, di gestione di dinamiche di gruppo, di acquisizione di capacità di confronto positivo con i diversi contesti organizzativi e professionali.

Il modulo prevede anche una parte dedicata al career management con l'obiettivo di supportare lo studente nella creazione degli strumenti e delle conoscenze necessarie ad affrontare processi di selezione professionale e di integrazione all'interno del mercato del lavoro.

- Stage

Lo stage rappresenta una delle esperienze più qualificanti del master ed è supportata da un network di aziende leader del settore, grazie anche alla collaborazione all'interno del progetto formativo di Camera Nazionale della Moda Italiana nonché alla ricca rete di relazioni istituite negli anni dai tre Atenei con il sistema delle imprese moda a livello nazionale e internazionale.

Questa attività, della durata minima di tre mesi circa, consentirà ai partecipanti di trasferire le competenze acquisite durante il corso all'interno di una concreta esperienza sul campo, sotto la guida e i suggerimenti di esperti che da tempo vi operano con diversi profili professionali.

INFORMAZIONI SUL CORSO

Iscrizioni - 8.06.2009 > 23.11.2009

Periodo di svolgimento delle lezioni - 15.01.2010 > 16.07.2010

Orario delle lezioni - dal lunedì al giovedì 9.30-11.30, 11.30-13.30, 14.30-16.30

Stage - durata minima di due mesi, a partire da settembre 2010

Sede - Politeca, via Durando 10, Milano.

Quota di iscrizione - € 12.000 con possibilità di accesso a borse di studio a copertura parziale della quota di iscrizione.

> **Direttore Scientifico del Master**

Prof.ssa Paola Bertola
paola.bertola@polimi.it

> **Direttore Operativo**

Dr. Nicola Guerini
Managing Director
Milano Fashion Institute
Tel. 02.5836.5792 – 2399.5860
Fax 02.2399.7230
nicola.guerini@milanofashioninstitute.it

> **Segreteria didattica**

Dr. Angelo Sabbioni
Tel. 02.2399.5966
Fax 02.2399.7230
angelo.sabbioni@milanofashioninstitute.it
