



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

Facoltà delle Discipline della Moda e del Lusso

Diploma di Alta Specializzazione in Fashion Management

DESCRIZIONE DEL CORSO DI LAUREA

Il Corso di Diploma di Alta Specializzazione in Fashion Management conferisce una formazione specialistica nel campo del fashion management esplorandone i concetti non solo sul piano storico ed economico-aziendale ma anche su altri aspetti importanti quali quello teorico, artistico, culturale, sociale e psicologico che vengono ad armonizzarsi in maniera tale da fornire allo studente una preparazione fondamentale in questo settore economico.

Il superamento del presente Corso DAS prevede il conseguimento di **58 ECTS**.

OBIETTIVI FORMATIVI

Il Corso di Diploma di Alta Specializzazione in Fashion Management si rivolge a tutti coloro in possesso di una Laurea di I Livello (EQF/6) o superiore e ha come scopo lo sviluppo di competenze e capacità gestionali specialistiche tali da poter operare nel campo della moda e del lusso.

SBOCCHI PROFESSIONALI

Il Diploma di Alta Specializzazione in Fashion Management offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro in svariati settori. Di seguito un elenco di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Fashion Manager
- Sviluppatore di Prodotto
- Merchandising Manager



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PROGRAMMA

DIPLOMA DI ALTA SPECIALIZZAZIONE IN FASHION MANAGEMENT

PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/08	Principi di Management	5
SECS-P/08	Fashion Management	5
SECS-P/08	Marketing	5
SECS-P/08	Project Management	4
SECS-P/09	Finanza Aziendale	4
M-STO/04	Storia della Moda	5

SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/07	Business Planning	4
SECS-P/08	Organizational Behavior & Leadership	5
SECS-P/08	Luxury Management	5
SECS-P/01	Behavioral Economics	4
SECS-P/08	Corporate Strategy	4
SECS-P/08	Production Management	5
	Tesina Finale	3



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PRINCIPI DI MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso presenta i principi, le tecniche e i concetti necessari per l'analisi manageriale e il processo decisionale. Mette in evidenza la gestione efficace della pianificazione, organizzazione, influenza e controllo relativi all'ambiente interno ed esterno e alle questioni di etica e responsabilità sociale.
Competenze Acquisite	Dimostrare una comprensione delle conoscenze gestionali attuali. Descrivere le capacità manageriali necessarie per massimizzare efficacemente la produttività individuale e organizzativa relativa all'ambiente interno ed esterno e ai temi dell'etica e della responsabilità sociale. Sviluppare una capacità comunicativa adeguata utilizzando l'appropriata terminologia del settore di riferimento.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Il manager e la gestione dell'azienda 2. L'evoluzione del pensiero manageriale 3. Valori aziendali, etica e responsabilità sociale 4. La gestione degli impiegati 5. Il management nell'ambiente globalizzato 6. Processi decisionali. Strategia e pianificazione 7. L'organizzazione aziendale: controllo e cambiamento 8. Le risorse umane. Tecniche motivazionali e prestazioni 9. La leadership e il lavoro di squadra 10. Sviluppare le capacità comunicative 11. La gestione dei conflitti
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ O. LAASCH, Principles of Management: Practicing Ethics, Sustainability, Responsibility, Sage Pubns Ltd, 2a edizione, 2021
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

FASHION MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso specialistico fornisce le competenze teoriche necessarie per tutte le attività manageriali specifiche del settore della moda, fornendo allo studente tutte quelle conoscenze necessarie per consentire l'avviamento o lo sviluppo di un'impresa del settore.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di gestire in maniera integrata diversi aspetti della gestione di un'azienda di moda quali l'organizzazione tecnica interna, il lato retail, quello del brand, i rapporti con i clienti e i fornitori e avrà sviluppato un'appropriata capacità espositiva con padronanza del linguaggio settoriale nonché un pensiero critico indipendente.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'azienda di moda e le sue caratteristiche 2. Le figure professionali all'interno di un'azienda di moda 3. Gestione e coordinazione delle varie figure professionali 4. Cenni di Supply Chain Management 5. Retail Management per le aziende di moda 6. Elementi di Customer Relations Management 7. Il Brand Management 8. I cicli di vita dei prodotti fashion
Testi Consigliati	▪ R. VARLEY ET AL., Fashion Management: A Strategic Approach, Springer, 1a edizione, 2019
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



MARKETING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Introduzione al concetto di marketing e alle sue relazioni sia interne che esterne all'azienda. Ruolo sociale del marketing e suoi effetti sul mercato e sui singoli soggetti. Principali indirizzi di pensiero nel marketing contemporaneo. Gli strumenti di pianificazione strategica del marketing e suoi strumenti operativi. Metodi e tecniche per prevedere e anticipare le fluttuazioni dei trend.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione delle tecniche di analisi comportamentale del consumatore e dei suoi bisogni. Conoscenza e comprensione delle tecniche di analisi dei target e dei mercati di riferimento. Conoscenza e comprensione dei metodi di progettazione, sviluppo e applicazione di sistemi d'offerta.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione ai principi del marketing e alla sua storia 2. Il marketing e la strategia aziendale 3. Macromarketing e micromarketing 4. La gestione delle informazioni nel Marketing 5. Analisi comportamentale del consumatore privato 6. Analisi comportamentale del consumatore istituzionale 7. Posizionamento, segmentazione e targeting 8. Pricing 9. I canali del marketing 10. Lo sviluppo di nuovi prodotti 11. Strategia comunicativa, pubblicità e pubbliche relazioni 12. Digital marketing e clienti digitali 13. Marketing e social media nell'economia del XXI secolo
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grewal-Levy, Marketing, Egea, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PROJECT MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Nel contesto aziendale la conoscenza dei principi fondamentali del Project Management non può essere ignorata e pertanto il presente corso fornisce allo studente tutti gli strumenti essenziali per far parte di un Project Management Team con particolare enfasi verso il settore industriale.
Competenze Acquisite	Padroneggiare le abilità, i concetti, i metodi e le tecniche fondamentali del Project Management. Comprendere l'organizzazione dei progetti e l'interfaccia con l'organizzazione funzionale; definire ruoli e responsabilità. Definire gli obiettivi aziendali e del progetto e comprendere le prospettive dei clienti e dei fornitori. Pianificazione, monitoraggio e controllo dei progetti: applicazione di metodi e tecniche. Gestione del rischio, gestione della qualità e gestione del cambiamento: garantire il raggiungimento degli obiettivi. Gestione della comunicazione e gestione delle aspettative.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Risoluzione dei problemi e processi decisionali 2. La comunicazione nel Project Management 3. La pianificazione di un progetto 4. Gestione della sicurezza 5. Gestione dei subappaltatori di un progetto 6. Controllo dei costi 7. La documentazione nel Project Management 8. La costruzione dei percorsi produttivi 9. La gestione del tempo nel Project Management 10. Gestione delle richieste 11. Programmazione del Critical Path Method
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ M. SAMPIETRO, Project management. Un approccio integrato a metodologie e comportamenti, Milano, EGEA, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso

SUPDI



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
--	---



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

FINANZA AZIENDALE	
SSD: SECS-P/09	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo strumento ai principi e metodi per l'analisi e la valutazione degli investimenti aziendali e dei finanziamenti volti ad aumentare il valore dell'impresa sul mercato. Nello specifico lo studente verrà accompagnato attraverso l'intero percorso decisionale degli investimenti, l'analisi minuziosa di tutti i costi coinvolti, la comparazione e la scelta degli indici di redditività, analisi dei rischi, ecc. Vari modelli di investimento verranno presi in considerazione in base a criteri di partenza riguardanti sia l'impresa che la situazione del mercato finanziario.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della finanza aziendale, dei concetti di investimento, finanziamento, liquidità, capitale circolante, valore delle attività e valore dell'impresa per gli investitori. Conoscenza e comprensione delle principali teorie del valore quali la teoria del valore intrinseco, la teoria del lavoro socialmente necessario, la teoria del valore di scambio, la teoria del valore monetario e la teoria marginalista. Conoscenza e comprensione delle operazioni di finanza aziendale straordinaria quali la fusione, la trasformazione, la scissione e lo scorporo.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. La finanza aziendale: un'introduzione 2. Il bilancio aziendale 3. I rendiconti finanziari 4. L'azienda e i titoli 5. Risk assessment 6. Il rendimento 7. Struttura finanziaria 8. La distribuzione degli utili
Testi Consigliati	▪ D. HILLIER, S. ROSS, R. WESTERFIELD, et al. Corporate Finance, (a cura di S. FROVA), McGraw-Hill, 2018, terza edizione
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso

SUPDI



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
--	---



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

STORIA DELLA MODA	
SSD: M-STO/04	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso offre una panoramica generica della storia della moda analizzandone i gusti e l'evoluzione dello stile dall'antichità ai giorni nostri, sottolineando la funzione culturale della moda e il suo essere un "indicatore della classe sociale" nelle varie epoche pre-moderna.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di identificare i vari stili ed assegnarli al corretto periodo storico, discutere dello status sociale rappresentato dai capi d'abbigliamento sottopostigli e valutare l'evoluzione dello stile nello spazio e nel tempo.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla metodologia della Storia della Moda 2. La moda nel Vicino Oriente Antico dal IV al I millennio a.C. 3. La moda nella Grecia Antica e nella penisola italica 4. La moda nel periodo medievale europeo e nei paesi islamici 5. La moda nel Rinascimento europeo 6. Evoluzione della moda nei paesi islamici dal XV al XVII secolo 7. La moda nel periodo Barocco e Rococò; 8. La moda del XVIII secolo in Europa e in Asia; 9. Il XIX secolo: il periodo romantico 10. Il XIX secolo: il periodo del crinolino 11. Il XIX secolo: dal 1870 alla fine del secolo 12. Il XX secolo: il periodo eduardiano 13. Il XX secolo: dagli anni '20 agli anni '40 14. Il XX secolo: gli anni '50 e '60 15. Il XX secolo: gli anni '70 e '80 16. La moda contemporanea dagli anni '90 agli anni '20 del XXI secolo
Testi Consigliati	▪ Fashion History from the 18th to the 20th Century, TASCHEN, 2020
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.
--	---

BUSINESS PLANNING	
SSD: SECS-P/07	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Questo corso insegna come sviluppare, formulare, scrivere e implementare un Business Plan completo come strumento multifunzionale per l'azienda da proporre al top management e all'amministratore delegato.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente sarà in grado di raccogliere e strutturare le informazioni necessarie per il Business Plan, analizzarne i potenziali vantaggi e svantaggi, valutarne i rischi e le opportunità e svilupparne infine il piano di commercializzazione.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'attività di Business Planning 2. La strategia di pianificazione 3. Valutazione dei punti di forza e dei punti deboli 4. Valutazione dei rischi 5. Analisi dei fattori innovativi 6. Analisi di mercato 7. Previsioni di redditività 8. Pianificazione finanziaria del progetto 9. L'organizzazione del team di gestione 10. Completamento ed esecuzione del Business Plan
Testi Consigliati	▪ F. GEVURTZ, Business Planning, Foundation Press, 5a edizione, 2014
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

ORGANIZATIONAL BEHAVIOR & LEADERSHIP	
SSD: SECS-P/10	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Con questo corso si acquisiranno le competenze per identificare, analizzare, comprendere e all'occorrenza modificare il comportamento umano sul luogo di lavoro, sia dal punto di vista dei singoli individui sia nelle dinamiche di gruppo. A tal fine lo studente farà conoscenza di tutti i più moderni e collaudati modelli di leadership e imparerà come applicarli.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della psicologia dei luoghi di lavoro e dei comportamenti individuali e collettivi. Conoscenza e comprensione dei principi e dei modelli di leadership e loro applicazione pratica. Conoscenza e comprensione della strategia aziendale e della sua applicazione.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Comportamento e prestazione del singolo individuo 2. Il lavoro di squadra 3. Autorevolezza e capacità di influenza 4. L'autogestione. La leadership: principi e modelli 5. La strategia e i suoi attori 6. Leadership strategica e cambiamento 7. Leadership strategica e etica aziendale 8. Corporate governance 9. Dinamiche dei consigli di amministrazione e dei top manager
Testi Consigliati	• E.H. SCHEIN, Organizational Culture and Leadership, 5th Edition, Wiley, 2016
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



LUXURY MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Il corso offre allo studente gli strumenti principali del Luxury Management, istruendolo sul valore del settore Luxury e i soggetti cui è rivolto, le strategie utilizzate nel settore, le problematiche più comuni che le aziende possono incontrare (specialmente le aziende di recente costituzione) e l'internazionalizzazione dei propri prodotti.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente avrà acquisito un'approfondita conoscenza e comprensione del Luxury Management, sarà in grado di applicare tali conoscenze attraverso gli strumenti di analisi acquisiti, sarà in grado di comunicare i propri concetti e quelli di terzi attraverso un linguaggio tecnico adeguato e sarà in grado di reperire nuovi informazioni e continuare autonomamente la propria crescita professionale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concetti e definizioni di "Luxury" e "Luxury Management" 2. Caratteristiche generali e particolari delle aziende del settore Luxury 3. Marketing e Marketing Digitale 4. I mercati del settore Luxury 5. Luxury Management e gestione delle relazioni con la clientela 6. Luxury Management e comunicazione 7. La gestione del retail 8. Luxury Management e internazionalizzazione del prodotto 9. Luxury e sostenibilità 10. L'anticipazione delle mutazioni del mercato e l'applicazione di business model adeguati a cambiamenti radicali
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ AA. VV., The Management of Luxury: An International Guide, Kogan Page Ltd, 2a edizione, 2018
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

BEHAVIORAL ECONOMICS	
SSD: SECS-P/01	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Questo corso si discosta dal modello neoclassico standard e propone una visione dell'economia basata su modelli comportamentali comprovati sperimentalmente e mira ad analizzare ed influenzare alcune caratteristiche comportamentali quali le preferenze, le convinzioni e il processo decisionale dei target di riferimento.
Competenze Acquisite	Al termine del corso lo studente conoscerà l'impatto delle moderne scienze psicologiche sull'economia, saprà analizzare rapidamente e criticamente la documentazione sottopostagli, saprà applicare le teorie dell'economia comportamentale e analizzare i feedback per valutare l'efficacia delle azioni intraprese.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione all'economia comportamentale 2. Preferenze temporali 3. Bias di proiezione 4. Bias di attribuzione 5. Preferenze di rischio e dipendenza dal quadro di riferimento 6. Preferenze sociali 7. Analisi dei limiti dell'attenzione 8. Convinzioni personali e apprendimento 9. Sviluppo comportamentale e povertà 10. Salute comportamentale ed etica
Testi Consigliati	• C. F. CAMERER, Behavioral Game Theory: Experiments in Strategic Interaction, Princeton University Press, 2003
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

CORPORATE STRATEGY	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 4
Obiettivi Formativi	Questo corso insegna progettare ed implementare le strategie aziendali, specialmente per le grandi aziende o le aziende multi-settore.
Competenze Acquisite	Lo studente apprenderà l'importanza e la complessità delle interazioni tra strategia aziendale, struttura organizzativa aziendale, sistema di gestione e modello di leadership, imparando al contempo come fronteggiare le problematiche settoriali specifiche.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione alla strategia aziendale 2. Fondamenti e strumenti di analisi settoriale 3. Tecniche di analisi della situazione aziendale 4. Analisi delle risorse, delle capacità e delle criticità 5. Responsabilità sociale dell'azienda 6. L'impatto tecnologico nella corporate strategy 7. Alleanze strategiche 8. Valutazione finanziaria della corporate strategy 9. Case studies più rilevanti presentati dal Docente
Testi Consigliati	▪ F. Fontana, P. Boccardelli, Corporate strategy. Una prospettiva organizzativa e finanziaria per la crescita, Hoepli, 2015
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commenti, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PRODUCTION MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 5
Obiettivi Formativi	Questo corso enfatizza i concetti e le pratiche di gestione della produzione e delle operazioni nelle organizzazioni aziendali contemporanee. Questo corso fornisce un'introduzione al settore della produzione e della gestione delle operazioni. È progettato per mettere in evidenza le tecniche e le pratiche che possono migliorare la qualità dell'organizzazione aziendale e la sua produttività.
Competenze Acquisite	Comprendere i concetti e le teorie di base della gestione della produzione. Comprendere le varie situazioni nella gestione delle operazioni. Anticipare i problemi potrebbero sorgere nei processi produttivi e operativi. Ampliare la conoscenza individuale dei principi di gestione delle operazioni. Applicare i concetti di gestione delle operazioni.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione al Production Management 2. Pianificazione della capacità produttiva 3. Selezione dei processi di produzione e layout della struttura produttiva 4. Analisi della location di produzione 5. Progettazione dei sistemi di lavoro 6. Competitività, strategia e produttività 7. Introduzione al controllo della qualità 8. Introduzione alla gestione dei materiali
Testi Consigliati	• A. SIANESI, La gestione del sistema di produzione: Pianificazione, programmazione, controllo, misura e miglioramento, Etas, 2014.
Modalità di Verifica	Le lezioni verranno erogate a discrezione del Docente attraverso tesine, commentari, manuali specialistici, dispense o lezioni tramite piattaforma in live streaming. La valutazione viene espressa in trentesimi.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

TESINA FINALE	
SSD: -	ECTS: 3
La Tesina Finale sarà da concordare con un Docente del Corso DAS e da consegnare entro i tempi stabiliti come previsto dalle norme di Segreteria cui si rimanda per ulteriori chiarimenti.	