



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

Facoltà delle Discipline della Moda e del Lusso

LM65 – Laurea Magistrale in “Fashion & Design”

DESCRIZIONE DEL CORSO DI LAUREA

Il corso di Laurea Magistrale in Discipline della Moda e del Lusso con indirizzo “Fashion & Design” sviluppa ulteriormente le capacità tecniche dello studente accompagnandole a nuove conoscenze di tipo manageriale che gli consentiranno di ampliare il proprio campo operativo aziendale nel campo del design.

Il superamento del presente corso di Laurea prevede il conseguimento di **120 ECTS**.

OBIETTIVI FORMATIVI

Al completamento del corso di Laurea Magistrale in Discipline della Moda e del Lusso con indirizzo “Fashion & Design” lo studente avrà approfondito le proprie conoscenze e avrà ulteriormente sviluppato le proprie capacità tecniche, oltre ad aver acquisito competenze specialistiche a carattere manageriale.

SBOCCHI PROFESSIONALI

La Laurea Magistrale in Fashion & Design offre diverse possibilità di impiego nel mondo del lavoro in svariati settori. Di seguito un elenco di alcuni dei possibili sbocchi occupazionali:

- Sviluppatore di Prodotto
- Merchandising Manager
- Corporate Strategy Advisor



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PIANO DI STUDI LAUREA MAGISTRALE IN "FASHION & DESIGN"

PRIMO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/08	Production Management	10
SECS-P/08	Luxury Management	10
SECS-P/08	International Marketing	10
ICAR/13	Laboratorio virtuale Virtuale Avanzato di Maglieria	6
ICAR/13	Laboratorio virtuale Virtuale Avanzato di Ornamento	6
	Stage di fine anno	8
	Elaborato di fine anno	10

SECONDO ANNO

SETTORE – SSD	INSEGNAMENTO	ECTS INSEGNAMENTO
SECS-P/10	Fondamenti di Organizzazione	8
L-ART/05	Laboratorio virtuale Virtuale Avanzato di Drappeggio	6
ICAR/13	Laboratorio virtuale Virtuale Avanzato di Taglio & Cucito	6
SECS-P/08	Corporate Strategy	8
SECS-P/08	Economia e Gestione delle Imprese	10
	Stage di fine corso	8
	Prova finale	14



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

PRODUCTION MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
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

LUXURY MANAGEMENT	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
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

INTERNATIONAL MARKETING	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Nello scenario economico contemporaneo, ormai completamente globalizzato, è imperativo che ogni azienda italiana abbia la consapevolezza della propria collocazione nel contesto internazionale e delle potenzialità di crescita nonché dei rischi posti sia dalle varie situazioni socio-economiche in varie aree del mondo e che dall'attività dei propri competitors e pertanto lo studente apprenderà tutte le metodologie di analisi dei mercati e tecniche del marketing internazionale volte a far progredire la propria azienda all'interno del relativo mercato di riferimento.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della terminologia appropriata, degli ambiti culturali, politici e giuridici che influenzano il commercio internazionale. Conoscenza e comprensione dei vantaggi e degli svantaggi delle varie categorie di prodotti e servizi sottoposti ad analisi comparata a livello locale-globale. Conoscenza e comprensione delle strategie del marketing internazionale, delle strategie di ingresso in nuovi mercati e dell'impatto delle moderne tecnologie informatiche sul commercio globale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduzione al marketing internazionale 2. Marketing internazionale: gli ambiti culturali, politici, economici, finanziari e giuridici 3. Dall'integrazione regionale all'integrazione globale: il marketing internazionale nel XXI secolo 4. Strategie di produzione e distribuzione internazionale 5. Strategie di promozione e di pricing 6. Analisi interna e analisi delle risorse e delle potenzialità 7. Strategie di identificazione dei target internazionali e di posizionamento nei mercati internazionali
Testi Consigliati	▪ G. Bertoli e E. Valdani, Marketing Internazionale, Egea, Seconda Edizione, 2018



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

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.
----------------------	--

LABORATORIO VIRTUALE AVANZATO DI MAGLIERIA	
SSD: ICAR/13	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo laboratorio virtuale approfondisce i principi e le tecniche appresi nel precedente laboratorio virtuale, focalizzandosi maggiormente sulle capacità pratico-creative dello studente.
Competenze Acquisite	Al termine del laboratorio virtuale lo studente avrà dimostrato di aver completamente assimilato le tecniche del laboratorio virtuale precedente, integrandole con le tecniche avanzate nel laboratorio virtuale corrente, arrivando a produrre un capo di maglieria originale disegnato e realizzato in proprio.
Attività	In questo laboratorio virtuale verranno insegnate alcune tecniche avanzate che andranno ad integrare le tecniche precedentemente apprese e lo studente dovrà infine disegnare e realizzare un capo di maglieria originale quale dimostrazione finale del grado di competenza raggiunto in questo settore.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

LABORATORIO VIRTUALE AVANZATO DI ORNAMENTO	
SSD: ICAR/13	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo laboratorio virtuale approfondisce i principi e le tecniche appresi nel precedente laboratorio virtuale, focalizzandosi maggiormente sulle capacità pratico-creative dello studente.
Competenze Acquisite	Al termine del laboratorio virtuale lo studente avrà dimostrato di aver completamente assimilato le tecniche del laboratorio virtuale precedente, integrandole con le tecniche avanzate nel laboratorio virtuale corrente, arrivando a produrre almeno tre ornamenti originali di tre diverse tipologie da applicare su un capo di vestiario che gli verrà consegnato.
Attività	In questo laboratorio virtuale verranno insegnate alcune tecniche avanzate che andranno ad integrare le tecniche precedentemente apprese e lo studente dovrà infine disegnare e realizzare un tre diverse tipologie originali quale dimostrazione finale del grado di competenza raggiunto in questo settore.

STAGE DI FINE ANNO	
SSD: -	ECTS: 8
<p>Lo studente potrà fornire un'autocertificazione che attesti una pregressa esperienza per un totale di ore non inferiore alle ore equivalenti espresse in ECTS, ovvero 200 ore per il presente corso di Laurea.</p> <p>Tale autocertificazione verrà sottoposta al processo V.A.E. (Validation of Acquired Experience / Validazione degli Apprendimenti Acquisiti) e all'approvazione del Nucleo di Valutazione prima di essere convertita in ECTS.</p>	



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

ELABORATO DI FINE ANNO	
SSD: -	ECTS: 10
<p>L'elaborato di fine anno consiste in uno scritto su un tema studiato durante l'anno e concordato tra il Docente e lo studente. Sarà compito del Docente stabilire il numero minimo di pagine richiesto per l'elaborato e di valutare se approvarlo o respingerlo.</p> <p>In alternativa all'elaborato lo studente potrà fornire un testo di propria stesura affine al tema trattato e di origine extra-accademica quale dimostrazione delle proprie competenze, oppure, qualora non sia possibile fornire tale testo, un'autocertificazione che attesti una pregressa esperienza nella redazione di documenti riguardanti la materia trattata per un totale di ore non inferiore alle ore equivalenti espresse in ECTS, ovvero 250 ore per il presente corso di Laurea. Tale autocertificazione verrà sottoposta al processo V.A.E. (Validation of Acquired Experience / Validazione degli Apprendimenti Acquisiti) e all'approvazione del Nucleo di Valutazione prima di essere convertita in ECTS.</p>	



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

FONDAMENTI DI ORGANIZZAZIONE	
SSD: SECS-P/10	ECTS: 8
Obiettivi Formativi	Il presente corso analizza gli aspetti organizzativi aziendali con una significativa enfasi nella gestione delle risorse umane. Alla fine del corso lo studente sarà in grado di identificare i vari comportamenti umani e le complesse dinamiche psicologiche e sociali che intercorrono tra i vari ruoli aziendali. Le conoscenze acquisite costituiranno il fondamento da cui partire per sviluppare una propria cultura aziendale all'interno di strutture sia pubbliche che private.
Competenze Acquisite	Conoscenza e comprensione della psicologia individuale e della motivazione al lavoro, le esigenze del singolo lavoratore, la sua personalità e le sue caratteristiche lavorative, apprendere le tecniche base motivazionali. Conoscenza e comprensione dei processi decisionali individuali tramite lo studio del modello cognitivo e del modello razionale; conoscenza e comprensione delle tecniche di comunicazione aziendale, prevenzione, gestione e risoluzione dei conflitti nell'ottica della comunicazione. Conoscenza e comprensione dei fondamenti teorici dell'organizzazione aziendale, i vari modelli strutturali di base, i processi organizzativi e le loro metodologie, mappatura e analisi. Conoscenza e comprensione dell'applicazione pratica dei principi appresi attraverso simulazioni di progettazione di un'organizzazione aziendale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Definizioni e funzioni della gestione aziendale 2. I manager: funzioni, ruoli e capacità 3. L'azienda vista dalla prospettiva locale e da quella globale 4. Fasi dello sviluppo economico e organizzazione aziendale 5. La pianificazione e le sue diverse tipologie 6. La pianificazione suddivisa per livelli aziendali 7. Le tecniche e gli strumenti della pianificazione aziendale



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

	<p>8. Il processo decisionale</p> <p>9. Tipologie di strutture organizzative</p> <p>10. Il personale aziendale: selezione, assunzione e training</p> <p>11. Il personale aziendale: valutazioni, retribuzioni e relazioni</p> <p>12. La leadership aziendale</p> <p>13. Le diverse operazioni aziendali nell'ottica dell'organizzazione e del management</p>
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ SALVEMINI, S., Organizzazione aziendale, Egea, 2017
Modalità di Verifica	<p>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.</p>



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

LABORATORIO VIRTUALE AVANZATO DI DRAPPEGGIO	
SSD: ICAR/13	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo laboratorio virtuale approfondisce i principi e le tecniche appresi nel precedente laboratorio virtuale, focalizzandosi maggiormente sulle capacità pratico-creative dello studente.
Competenze Acquisite	Al termine del laboratorio virtuale lo studente avrà dimostrato di aver completamente assimilato le tecniche del laboratorio virtuale precedente, integrandole con le tecniche avanzate nel laboratorio virtuale corrente, arrivando a creare tre drappeggi originali, di cui uno per copricapo, per altrettanti capi di vestiario che saranno consegnati allo studente.
Programma	In questo laboratorio virtuale verranno insegnate alcune tecniche avanzate che andranno ad integrare le tecniche precedentemente apprese e lo studente dovrà infine realizzare tre drappeggi (di cui uno per un copricapo) originali che si armonizzino esteticamente per altrettanti capi di vestiario che gli saranno consegnati quale dimostrazione finale del grado di competenza raggiunto in questo settore.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

LABORATORIO VIRTUALE AVANZATO DI TAGLIO & CUCITO	
SSD: ICAR/13	ECTS: 6
Obiettivi Formativi	Questo laboratorio virtuale approfondisce i principi e le tecniche appresi nel precedente laboratorio virtuale, focalizzandosi maggiormente sulle capacità pratico-creative dello studente.
Competenze Acquisite	Al termine del laboratorio virtuale lo studente avrà dimostrato di aver completamente assimilato le tecniche del laboratorio virtuale precedente, integrandole con le tecniche avanzate nel laboratorio virtuale corrente, arrivando a produrre un capo di vestiario originale di una tipologia scelta dal Docente.
Programma	In questo laboratorio virtuale verranno insegnate alcune tecniche avanzate che andranno ad integrare le tecniche precedentemente apprese e lo studente dovrà infine disegnare e realizzare un capo di vestiario originale quale dimostrazione finale del grado di competenza raggiunto in questo settore.



SCUOLA UNIVERSITARIA PRIVATA A DISTANZA
PRIVATE FERNHOCHSCHULE SEIT 1987

CORPORATE STRATEGY	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 8
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. Boccadelli, 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, 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

ECONOMIA E GESTIONE DELLE IMPRESE	
SSD: SECS-P/08	ECTS: 10
Obiettivi Formativi	Il corso introduce lo studente alle conoscenze basilari del settore economico con uno specifico focus sugli argomenti che riguardano le aziende più da vicino. Verranno affrontati ed analizzati casi specifici che comprendono aziende sia del settore pubblico che di quello privato.
Competenze Acquisite	Lo studente acquisirà familiarità sia con le strutture aziendali più comuni che con quelle più rare, sia nell'ambito nazionale che europeo ed internazionale, sarà in grado di riconoscere tutti gli elementi costitutivi dell'organizzazione aziendale e ad inquadrarli all'interno di schemi sia generali sia ad hoc per armonizzarsi con le strategie e le necessità operative dettate dalla vision e dalla mission aziendale.
Programma	<ol style="list-style-type: none"> 1. Storia ed evoluzione dell'ambiente economico 2. I fattori esterni che influenzano la struttura d'impresa 3. I fattori interni che influenzano la struttura d'impresa 4. Strategie e modelli di sviluppo per le imprese 5. L'innovazione come chiave di volta per la crescita dell'impresa 6. Misurazione e analisi degli effetti delle strategie adottate 7. I modelli organizzativi aziendali
Testi Consigliati	<ul style="list-style-type: none"> ▪ G. AIROLDI, G. BRUNETTI, V. CODA, Corso di economia aziendale, Bologna, il Mulino, 2005. ▪ I. DAGNINO, N. MISANI, F. PERRINI, C. VURRO, Casi di Management, Milano, Egea, 2016. ▪ F. PERRINI, Management. Economia e gestione delle imprese, Milano, Egea, 2017.
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

STAGE DI FINE CORSO	
SSD: -	ECTS: 8
<p>Lo studente potrà fornire un'autocertificazione che attesti una pregressa esperienza per un totale di ore non inferiore alle ore equivalenti espresse in ECTS, ovvero 200 ore per il presente corso di Laurea.</p> <p>Tale autocertificazione verrà sottoposta al processo V.A.E. (Validation of Acquired Experience / Validazione degli Apprendimenti Acquisiti) e all'approvazione del Nucleo di Valutazione prima di essere convertita in ECTS.</p>	

PROVA FINALE	
SSD: -	ECTS: 14
<p>La prova finale consiste in una Tesi di Laurea, compilativa o sperimentale, da concordare con un Docente del corso di Laurea e da consegnare entro i tempi stabiliti come previsto dalle norme di Segreteria cui si rimanda per ulteriori chiarimenti.</p>	