

Università	Università degli Studi di FIRENZE
Classe	LM-12 - Design
Nome del corso in italiano	Design Sistema Moda <i>adeguamento di: Design Sistema Moda (1409967)</i>
Nome del corso in inglese	Fashion System Design
Lingua in cui si tiene il corso	italiano
Codice interno all'ateneo del corso	B220
Data di approvazione della struttura didattica	16/03/2021
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	23/03/2021
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	30/01/2014 -
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	23/01/2015
Modalità di svolgimento	b. Corso di studio in modalità ½ mista
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	http://www.architettura.unifi.it
Dipartimento di riferimento ai fini amministrativi	Architettura (DiDA)
EX facoltà di riferimento ai fini amministrativi	
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 DM 16/3/2007 Art 4 Nota 1063 del 29/04/2011
Corsi della medesima classe	• Design

Obiettivi formativi qualificanti della classe: LM-12 Design

La classe ha come obiettivo la formazione di designer capaci di promuovere dinamiche d'innovazione di prodotti e sistemi di prodotti in grado di supportare la finalizzazione strategica del progetto in tutti gli ambiti di applicazione del design. La figure formate devono in particolare:

- possedere conoscenze approfondite sui prodotti industriali (siano essi di natura materiale o immateriale), negli aspetti tecnico-produttivi, tecnico-funzionali e formali; sui prodotti intermedi (materiali, semilavorati, componenti) e sui processi che accompagnano il ciclo di sviluppo e di vita del prodotto (progettuali, di ingegnerizzazione, produttivi, distributivi, d'uso);
- possedere conoscenze sul contesto fisico di produzione e d'uso dei prodotti relative agli aspetti qualitativi che contribuiscono a migliorare la percezione e fruizione di un ambiente, ai requisiti ambientali dei prodotti, a processi comunicativi e di consumo finalizzati a strategie di "sostenibilità";
- possedere conoscenze approfondite sulle dinamiche di costruzione dell'identità di marca in relazione alla progettazione dei sistemi di servizio associati al prodotto, dei luoghi e delle modalità di vendita e comunicazione;
- possedere conoscenze specifiche sui contesti socio-culturali di riferimento, sulle dinamiche d'uso e consumo dei prodotti e sulle dinamiche di mercato in relazione alle ricadute che tali fenomeni hanno sulle strategie produttive, comunicative, distributive dell'impresa;
- possedere un'ampia preparazione nelle discipline storico-critiche e nelle scienze umane in grado di fornire strumenti interpretativi relativamente ai diversi contesti di applicazione della pratica del progetto;
- avere conoscenze nel campo dell'organizzazione aziendale (cultura d'impresa) e dell'etica professionale;
- possedere capacità relazionali e di gestione del lavoro di gruppo all'interno di progetti complessi;
- essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari.

I principali sbocchi occupazionali e i settori di riferimento previsti dai corsi di laurea magistrale della classe sono la libera professione, le istituzioni e gli enti pubblici e privati, gli studi e le società di progettazione, le imprese e le aziende che operano nell'area del design in tutti i settori di applicazione della disciplina e nei settori emergenti che esprimono domanda di profili con competenze progettuali avanzate.

Ai fini indicati, i curricula dei corsi di laurea magistrale possono essere declinati all'interno delle aree che esplorano le più consolidate prassi e fenomenologie professionali che vanno dal designer di prodotto che opera all'interno di molteplici ambiti merceologici apparecchi d'illuminazione, nautica, trasporti, elettronica di consumo, macchine utensili includendo tutti i settori relativi ai beni di consumo, durevoli e strumentali che rappresentano ambiti di vocazione dell'economia nazionale; al designer che opera all'interno di tutti i settori più avanzati della comunicazione dall'editoria multimediale al web design, dal progetto dei sistemi segnaletici all'immagine coordinata e all'identità di marca, sino alla progettazione dell'immagine cinetica (video e cinematografica) includendo tutti i settori emergenti della comunicazione legati ai new media e alle nuove tecnologie; dal designer che opera nell'ambito della progettazione di ambienti complessi con particolare riferimento alle dinamiche contemporanee di evoluzione di contesti urbani e territoriali e di riconversione di spazi e attrezzature, nonché di allestimento e valorizzazione del patrimonio territoriale e ambientale attraverso l'exhibit design e l'allestimento per i beni culturali; al designer che opera all'interno di tutti i settori legati all'ambito moda dall'abbigliamento, agli accessori, al progetto tessile, sino alla progettazione del sistema di artefatti che concorre a veicolare l'identità d'impresa in contesti nei quali la vocazione produttiva tende ad includere l'ambito dei prodotti per la casa, dei servizi e della comunicazione nonché figure professionali di designer che sviluppano competenze specifiche quali quelle della progettazione ecocompatibile.

Gli ambiti sopra declinati configurano sia percorsi di laurea magistrale in settori strategici con l'obiettivo di formare profili a supporto della competitività a livello globale delle imprese, dei sistemi territoriali, dei giacimenti culturali sia percorsi di laurea magistrale con forti aperture multidisciplinari in grado di formare profili nuovi e sperimentali rispetto a settori emergenti come il "design strategico" e "il design dei servizi" o a settori nei quali sono presenti processi di ibridazione delle competenze progettuali con quelle manageriali o di gestione dei processi di sviluppo e messa in produzione dei prodotti industriali, come il "design management" e il "design engineering".

Nel curriculum magistrale riveste comunque specifica importanza l'approfondimento della natura strategica delle scelte progettuali, mirate allo sviluppo di prodotti, sistemi di comunicazione, spaziali e relazionali anche attraverso processi di progettazione integrata; è posta attenzione inoltre alla sperimentazione di metodologie progettuali avanzate e orientate alla sostenibilità sociale e ambientale.

In relazione a obiettivi specifici, i curriculum prevedono attività esterne come tirocini formativi presso enti o istituti di ricerca, laboratori, aziende e amministrazioni pubbliche, e soggiorni di studio presso altre università italiane ed europee, anche nel quadro di accordi internazionali.

Sintesi della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni

Il Corso di Studi in Design Sistema Moda è stato progettato nelle sue linee generali alla fine del 2013, e verificato con un'ampia consultazione nei mesi successivi. Il Comitato di Indirizzo dell'area Design (classe del CdS oggetto della presente proposta di attivazione) si è espresso favorevolmente nella seduta del 30 gennaio 2014 e in quella occasione sono state acquisite numerose lettere di adesione di enti, aziende e istituzioni locali consultate (in allegato).

Tra i firmatari delle lettere di adesione sono presenti istituzioni e enti locali quali la Regione Toscana, la Provincia di Firenze, le associazioni di Categoria, Assindustria

Siena, Confartigianato, il Polo per l'Innovazione Cento, il CSM del Mobile e Arredamento. Il Sindaco del comune di Calenzano, dove sarà localizzato il CdS, all'interno del Design Campus e del relativo sistema di servizi, ha confermato la disponibilità e l'idoneità dei luoghi anche per la imminente disponibilità delle residenze universitarie e il nuovo edificio della biblioteca. Oltre alle opinioni espresse dai membri del comitato di Indirizzo e dagli enti firmatari delle lettere è documentata un'attività di consultazione delle PI più informale condotta dal referente del CdS Prof. Vincenzo Legnante, e da altri docenti proponenti il CdS, nel corso di un lungo arco di tempo che dal gennaio 2014 arriva sino al gennaio 2015. Tali consultazioni hanno riguardato non soltanto gli sbocchi occupazionali del CdS ma anche gli obiettivi formativi, le figure professionali, le funzioni e le competenze e i risultati di apprendimento attesi e sono avvenute anche grazie al rapporto molto stretto e consolidato che l'esistente LM-12 Design ha instaurato con le diverse PI operanti sul territorio attraverso la collaborazione realizzata mediante i tirocini, le tesi di laurea svolte dagli studenti presso le aziende e l'attivazione di due laboratori università-impresa nel settore moda presso il Design Campus della sede di Calenzano. Tali contatti quasi giornalieri e sistemici hanno reso possibile le numerose consultazioni descritte nella relazione del professor Vincenzo Legnante riportata nell'allegato.

Gli enti, aziende ed istituzioni consultati a livello di comitato di indirizzo, o coinvolti attraverso le consultazioni sopra citate esprimono apprezzamento per l'iniziativa di un CdS di livello Magistrale che integra un sistema di competenze e professionalità di estrema importanza per il sistema produttivo regionale. In tutte le motivazioni si sottolinea la capacità dell'economia regionale di assorbire i laureati e trarre vantaggio dalla offerta professionale per un settore decisamente maturo che richiede la qualificazione continua dei suoi operatori. Il comparto moda, nelle sue diverse articolazioni, rappresenta poco meno di un terzo del PIL regionale ed ha importanti sbocchi verso l'export. Nella Regione Toscana in particolare non sono presenti offerte formative di tipo universitario in questo settore. Operano invece una pluralità di istituti di tipo privatistico, che rispondono a una domanda di formazione molto sostenuta con forte provenienza extraregionale e internazionale.

Ai fini della proposta di istituzione del Corso di Studi i proponenti hanno consultato studi di settore, documenti e studi di varia tipologia privilegiando, per la specificità del contesto regionale descritto, quelli dedicati al comparto moda in Toscana. Sono stati tuttavia punti di riferimento importanti anche alcune analisi della situazione nazionale e internazionale (in particolare è fondamentale il rapporto della Commissione Europea Design for Growth and Prosperity, Commissione Europea-Unigrafia, Helsinki, 2012). Nell'allegato sono elencati i documenti di varia tipologia consultati con l'indicazione degli elementi che di ciascun studio hanno contribuito alla valutazione della domanda di formazione e alla progettazione del CdS (figure professionali ed esiti occupazionali dei laureati, obiettivi formativi specifici, risultati di apprendimento attesi).

Prima della formulazione degli obiettivi formativi e dei risultati di apprendimento attesi è stato anche compiuto un confronto con CDS nazionali e internazionali che possono costituire importanti punti di riferimento, prendendo in esame i corsi attivati nell'area del Design presso il Politecnico di Milano (LM 12 Design for the Fashion System), presso l'Università IUAV di Venezia (LM 12 Design del prodotto della comunicazione visiva) e presso il Royal College of Art di Londra (Corso di studi in Fashion design). In nessuno dei tre casi sono stati rilevati gli elementi caratterizzanti del corso Design Sistema Moda (integrazione di competenze nelle aree del progetto, dell'ingegneria, dell'economia e del mercato, delle scienze umane) quanto piuttosto una forte accentuazione dell'aspetto stilistico (Londra), manageriale (Milano) e più orientato anche alla multimedialità (Venezia). Il confronto ha messo in rilievo la specificità del progetto del nuovo CDS, che è connessa anche alle caratteristiche del territorio regionale di riferimento nel quale il sistema industriale sotteso al sistema moda ha profonde e radicate implicazioni con il tessuto industriale, con la storia dell'arte, con la sperimentazione e l'arte contemporanea e con un artigianato di assoluta eccellenza rispetto ad altri contesti e ad altre organizzazioni industriali. In tal senso il nuovo CDS arricchisce l'offerta formativa nazionale e internazionale e, stante anche le competenze di ricerca specifiche dei docenti coinvolti, non costituisce un duplicato di prestigiose realtà formative già esistenti.

[Vedi allegato](#)

Sintesi del parere del comitato regionale di coordinamento

COMITATO REGIONALE DI COORDINAMENTO DELLE UNIVERSITÀ TOSCANE
Verbale dell'adunanza del 23 gennaio 2015

Il giorno 23 gennaio 2015, alle ore 11.00, si è svolta la riunione del Comitato Regionale di Coordinamento delle Università Toscane, convocato per via telematica con nota prot. n. 1306 pos. II-24 del 15 gennaio 2015, per trattare il seguente ordine del giorno:

- 1) Comunicazioni del Presidente;
- 2) Istituzione nuovi corsi di studio;
 - a) Università degli Studi di Firenze:
L-19 Scienze della formazione nel ciclo della vita;
LMG-01 Giurisprudenza italiana e tedesca (corso interateneo con Università di Colonia con rilascio titolo congiunto);
LM-12 Design Sistema Moda.
 - b) Università di Pisa:
LM-21 Bionics Engineering (interateneo con la Scuola S. Anna);
LM-61 Scienze della nutrizione umana.
- 3) Corsi di specializzazione sul sostegno;
- 4) TFA 2014-2015: attivazione Corsi.
- 5) Varie ed eventuali.

omissis

- 2) Istituzione nuovi corsi di studio;
 - a) Università degli Studi di Firenze:
L-19 Scienze della formazione nel ciclo della vita;
LMG-01 Giurisprudenza italiana e tedesca (corso interateneo con Università di Colonia con rilascio titolo congiunto);
LM-12 Design Sistema Moda.

Su invito del Presidente, la Prof.ssa Nozzoli Prorettore alla didattica dell'Università degli Studi di Firenze illustra i Corsi di Studio.

omissis

Il Comitato regionale di Coordinamento

Viste le Leggi sull'Istruzione universitaria;

Visto il DM 22/10/2004, n. 270, con il quale è stato approvato il Regolamento sull'autonomia didattica degli Atenei in sostituzione del DM 3/11/1999n. 509;

visto il D.M. 23/12/2013, n. 1059, Autovalutazione, accreditamento iniziale e periodico delle sedi e dei Corsi di Studio e valutazione periodica. Adeguamenti e integrazioni al DM.30 gennaio 2013, n. 47, ;

Viste le motivazioni della progettazione dei Corsi di Studio;

Tenuto conto della spiegazione dei Corsi dalla Prof.ssa Nozzoli con la quale è stata illustrata la richiesta di parere sull'istituzione di due nuovi Cds e del materiale presentato dall'Area didattica e Servizi agli Studenti dell'Università degli Studi di Firenze;

tenuto conto delle considerazioni emerse durante la discussione;

esprime parere favorevole alla proposta di istituzione, da parte dell'Università degli Studi di Firenze, dei Corsi di Studio:

L 19 Scienze dell'Educazione e della Formazione (Scuola di Studi Umanistici e della Formazione); LM 12 Design Sistema Moda (Scuola di Architettura); LMG/01 Giurisprudenza Laurea Magistrale Interateneo- (titolo congiunto in Giurisprudenza italiana e tedesca) (Scuola di Giurisprudenza).

(allegato estratto integrale)

[Vedi allegato](#)

Obiettivi formativi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

Il Corso di Laurea Magistrale in Design Sistema Moda risponde ad una manifesta necessità del comparto moda, territoriale e nazionale, che richiede figure

professionali di alto profilo con specifiche competenze progettuali organizzative e gestionali nei settori produttivi dell'abbigliamento, della pelletteria e degli accessori moda, ma dotate anche di competenze nella gestione delle reti di distribuzione e di marketing, nonché di comunicazione e promozione di mercati di sbocco. L'individuazione degli obiettivi formativi sotto elencati è stata compiuta attraverso una lunga e intensa consultazione delle PL.

Il Laureato Magistrale in Design Sistema Moda si caratterizza pertanto per una approfondita preparazione tecnica, tecnologica e metodologica nell'ambito dei processi di produzione, dei materiali e dei semilavorati per abbigliamento, pelletteria ed accessori moda, e delle relative attività organizzative, gestionali e di controllo.

Il Laureato Magistrale è dotato inoltre di specifiche competenze per effettuare accurate analisi dei mutamenti socio-culturali e del mercato e per saper trasferire nel progetto e nel prodotto moda valori materiali ed immateriali, come ad esempio elaborare le strategie legate anche ai brand delle aziende di settore e alla comunicazione.

Il corso di Laurea Magistrale ha pertanto l'obiettivo di formare un progettista nel contesto particolare del Sistema Moda, una figura professionale di livello in grado di confrontarsi con le dinamiche dell'innovazione e della ricerca nel settore del Fashion System; un laureato che sappia gestire tutte le fasi del processo progettuale e attuativo, dalla scelta ed elaborazione delle strategie, al concept innovativo, fino alla realizzazione dei progetti, processi e prodotti tipici del fashion design. In particolare, nell'ambito dell'organizzazione e gestione della progettazione, ingegnerizzazione e produzione il CdS si propone di formare una figura professionale in possesso di competenze specifiche per lo sviluppo di progetto (design manager) e la gestione del processo produttivo nel contesto moda in funzione anche delle tendenze di mercato. Attraverso le aree formative del Design e dell'Ingegneria potrà acquisire specifiche conoscenze e competenze, anche tecnologiche, per la gestione delle forniture (supply chain) e la gestione retail (fashion retail management), il controllo della qualità sia di prodotto che di processo, sempre in riferimento al contesto moda.

Attraverso il percorso formativo, ed in particolare delle aree del Marketing e della Comunicazione, il CdS è anche orientato a formare un professionista del sistema prodotto nelle diverse fasi che vanno dalla gestione delle reti di distribuzione e marketing nel settore moda, alla promozione, all'organizzazione dei mercati di sbocco. Obiettivo è quello di fornire conoscenze e competenze specifiche per una corretta organizzazione commerciale nel settore moda, anche in riferimento alla conduzione di rappresentanze e delegazioni commerciali, partecipazione ad eventi, apertura di show room e punti vendita. Il laureato magistrale potrà acquisire competenze specifiche per progettare e applicare modelli e-trading nonché per una corretta promozione e gestione della comunicazione. La modalità di svolgimento prevista è mista, e prevede la possibilità di erogare fino a 2/3 delle attività didattiche in modalità telematica. Per quanto concerne le 'insegnamenti progettuali' e 'laboratori' che costituiscono la modalità didattica caratterizzante del corso, ci si avvarrà di piattaforme gestionali PLM e sistemi di software progettuali specifici per la progettazione in Team a distanza, nel campo del design, dello sviluppo prodotto, della comunicazione e del marketing. Tali sistemi, già sperimentati nella A.A. 2019-2020 e 2020-21 durante il periodo di emergenza COVID-19, sono normalmente utilizzati dalle principali aziende della filiera moda e costituiscono pertanto un plus per la formazione degli studenti che apprenderanno ad utilizzare strumenti e metodologie in uso nei settori di riferimento. Inoltre gli insegnamenti progettuali ed i laboratori avranno una modulazione delle attività in presenza e a distanza in base alle specifiche esigenze didattiche.

Il corso nella sua modalità di svolgimento della didattica in modalità mista è coerente con la transizione digitale in atto nel mondo delle imprese, consentendo agli studenti di apprendere le skills per il lavoro in team multidisciplinari fra settori aziendali dislocati anche in paesi molto distanti, elemento tipico delle imprese globali del sistema moda.

Risultati di apprendimento attesi, espressi tramite i Descrittori europei del titolo di studio (DM 16/03/2007, art. 3, comma 7)

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)

Con riferimento al sistema di descrittori di Dublino i laureati del corso di laurea magistrale in Design Sistema Moda estendono le conoscenze, le competenze e le capacità progettuali nel campo del Design e del Fashion Design ad un livello tale da consentire, anche in collegamento con l'elaborazione della tesi di laurea, lo sviluppo di concept innovativi fino alla fase esecutiva. In particolare durante il corso di studio maturano competenze adeguate per poter impostare, ideare, risolvere e argomentare problemi progettuali e tecnici relativi al sistema prodotto, con specifica competenza per le variabili funzionali, morfologiche, estetiche e simboliche. La loro capacità si estende al saper stabilire ed integrare nel contesto territoriale, le corrette relazioni tra progetto, sistema economico, sociale e produttivo di riferimento attraverso la scelta di metodologie adeguate, anche in relazione alla capacità di comprendere e analizzare compiutamente le esigenze dei destinatari del progetto stesso e dei soggetti interessati al processo di realizzazione.

Tali conoscenze vengono conseguite principalmente tramite la frequenza alle lezioni a distanza e in presenza ed al lavoro in team durante i laboratori progettuali ad esse collegati che caratterizzano la forma didattica di questo corso di studio. Nei laboratori ci si avvarrà di piattaforme gestionali PLM e sistemi di software progettuali specifici per la progettazione in Team a distanza, nel campo del design, dello sviluppo prodotto, della comunicazione e del marketing. Tali sistemi sono normalmente utilizzati dalle principali aziende della filiera moda e costituiscono pertanto un plus per la formazione degli studenti che apprenderanno ad utilizzare strumenti e metodologie in uso nei settori di riferimento.

Trattandosi di un corso di studio applicativo, tali conoscenze vengono verificate mediante la pratica del progetto sia durante le esercitazioni che in sede di esame di profitto. Il livello di approfondimento comporta l'utilizzo di strumenti informatici dedicati al settore del design e della moda e la consultazione della letteratura di riferimento (testi, saggi, articoli di carattere scientifico in libri e riviste del settore).

Le conoscenze metodologico-operative tipiche del design e della realtà produttiva ad esso connessa sono fornite oltre che durante la pratica progettuale nei laboratori anche tramite visite tecniche guidate e viaggi di studio, nonché mediante l'offerta di workshop tematici con aziende ed interventi e testimonianze di esperti e professionisti qualificati.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)

I laureati sono capaci di elaborare e argomentare valutazioni e giudizi sulle qualità formali, funzionali, estetiche e simboliche degli artefatti del sistema industriale, nei settori di competenza della produzione industriale in particolare nei settori del fashion design, product design, communication design, service design.

I laureati sono inoltre in grado di ideare, argomentare e risolvere problemi progettuali anche complessi mediante l'identificazione, l'analisi e la valutazione delle alternative progettuali secondo un rigore teorico e metodologico mettendo anche in relazione l'elaborazione progettuale con il lavoro di altre persone. In tal modo sono capaci di operare in contesti più ampi ed interdisciplinari nei quali si richiede la soluzione di problematiche specifiche.

Tali capacità vengono stimolate tramite visite in azienda, attraverso la conduzione di studi ed interviste sul campo e la successiva analisi ed interpretazione dei dati; le suddette capacità vengono inoltre sollecitate mediante esempi guidati di valutazione delle soluzioni funzionali, tecnologiche, formali, estetiche simboliche ed emozionali di prodotti ed archetipi di riferimento e la loro relazione nel contesto sociale culturale ed economico di riferimento.

Particolare attenzione viene data alle attività di sintesi oltre che all'approfondimento di capacità specialistiche.

Gli strumenti didattici con cui tali capacità vengono conseguite e verificate consistono fondamentalmente in esercitazioni in aula, attività di laboratorio (informatico, sperimentale e sul campo) oltre che nel colloquio durante gli esami di profitto.

A complemento degli strumenti offerti per lo sviluppo di questa capacità nel percorso formativo lo studente usufruisce di visite guidate, stage e workshop.

Autonomia di giudizio (making judgements)

La capacità di analisi posseduta dal Laureato magistrale in Design Sistema Moda gli consente di acquisire buoni livelli di autonomia di giudizio su argomenti relativi al proprio campo di studio, con particolare riferimento agli artefatti del comparto moda quali l'abbigliamento, la pelletteria e gli accessori. L'autonomia di giudizio è acquisita durante il percorso formativo ed è il frutto di diversi fattori. Le attività formative intraprese, essenzialmente caratterizzanti e affini che si conducono agli ambiti del Design, dell'Ingegneria del Marketing e della Comunicazione, consentono al laureato di raggiungere un buon livello di padronanza nell'individuare le strategie ottimali nel campo del Fashion Design, dalla realizzazione dei concept innovativi alla gestione delle reti di distribuzione e di marketing e alla promozione del mercato. Maturano la capacità di condurre ricerche bibliografiche su fonti scientifiche e tecniche, basi di dati e documenti normativi di varia natura soprattutto, ma non esclusivamente, per la preparazione della prova finale. Tutto ciò consente al laureato magistrale in Design Sistema Moda di selezionare le informazioni rilevanti in un determinato contesto e di formulare giudizi autonomi ma rigorosi e tecnicamente condivisibili. Il raggiungimento del buon livello di autonomia di giudizio è dimostrato dal superamento delle prove di esame, scritte, orali o miste, dalla predisposizione degli elaborati come risultato delle attività di laboratorio e di gruppo, ma soprattutto in occasione della prova finale. La partecipazione ai laboratori e la redazione di elaborati di gruppo rappresenta infatti una metodica indispensabile per sviluppare ulteriormente la capacità di lavorare in team, di selezionare le informazioni rilevanti, di definire collegialmente le strategie, di giustificare, anche dialetticamente, le scelte effettuate. La partecipazione diretta, tramite stage formativo, ad attività caratteristiche del mondo dell'impresa e delle professioni offre allo studente importanti occasioni per sviluppare in modo autonomo le proprie capacità decisionali e di giudizio.

Abilità comunicative (communication skills)

Il Laureato in Design Sistema Moda è dotato di buone capacità relazionali e decisionali. È in grado di presentare i risultati della propria attività in forma scritta ed orale con caratteristiche di organicità e rigore tecnico; può comunicare e trasferire informazioni, idee, problemi e soluzioni a interlocutori specialisti e non specialisti, in lingua italiana ed in una lingua europea (inglese, francese, spagnolo, tedesco o portoghese) motivandone la coerenza con solidi riferimenti tecnici, normativi e scientifici. In particolare il laureato:

- acquisisce la capacità di sviluppare il proprio lavoro in maniera sia individuale che in gruppo; ciò è dovuto al fatto che alcune attività formative riguardano attività di laboratorio, strutturate anche per gruppi, favorendo quindi le abilità comunicative tra i soggetti coinvolti.

- Acquisisce la capacità di comunicare in forma scritta attraverso la predisposizione di relazioni frutto sia del lavoro individuale che di gruppo, sia di esperienze di attività di tirocinio o stage. Poiché le attività di tirocinio e stage si sviluppano prevalentemente in un contesto aziendale, è spesso richiesta una presentazione dei risultati a dimostrazione di una adeguata abilità comunicativa.

- La prova finale rappresenta un momento in cui si richiede allo studente una chiara abilità comunicativa, abilità che potrà costituire elemento di valutazione nel giudizio complessivo della commissione.

- Il Laureato magistrale dimostra un livello adeguato di comunicazione in lingua straniera sia nella comprensione delle fonti richieste per studio e approfondimenti dei temi trattati (nell'ambito dei vari insegnamenti ma soprattutto in occasione della preparazione alla prova finale e durante attività di stage e tirocinio), sia a supporto delle attività di internazionalizzazione e soggiorni di studio previste nell'ambito di specifici progetti europei, e non, di mobilità studente.

Le abilità comunicative interpersonali vengono sviluppate principalmente nella partecipazione ad attività di laboratorio, prevalentemente organizzata in gruppi, e nella discussione di casi. Ulteriore occasione è costituita dall'attività di tirocinio e stage, e comunque nella predisposizione della relazione finale discussa in presenza di una commissione di laurea. I soggiorni di studio all'estero (internazionalizzazione) costituiscono una valida opportunità di crescita culturale e comunicativa per lo studente. La valutazione del raggiungimento degli obiettivi comunicativi avviene attraverso varie forme: le verifiche di esame previste nel percorso formativo (comunicazione orale e comunicazione scritta), soprattutto nei casi in cui l'insegnamento preveda la presentazione di risultati; le attività di laboratorio e dei workshop; la prova finale in cui il candidato presenta il risultato del lavoro svolto su una specifica area tematica; le abilità maturate in occasione di periodi di tirocinio e stage, dichiarate anche nelle relazioni dei tutor.

Capacità di apprendimento (learning skills)

I laureati sviluppano nel proprio percorso formativo le capacità di apprendimento necessarie per continuare in modo autonomo gli approfondimenti sia in campo professionale che scientifico. Tali capacità consentono di aggiornare continuamente le proprie conoscenze e competenze nel settore del design e dei fenomeni di costume, di individuare le prospettive e gli obiettivi per la propria formazione continua, anche intraprendendo studi più avanzati (master, corsi di dottorato), nonché di inserirsi negli ambienti di lavoro svolgendo attività lavorative in forma indipendente o di gruppo.

Le capacità di apprendimento vengono stimolate da un'impostazione della didattica che richiede la produzione di elaborati per diversi insegnamenti, con revisioni periodiche, che favoriscono l'auto-apprendimento. Le stesse capacità vengono stimolate nella preparazione del progetto e nella stesura della relazione che accompagna il progetto nella tesi di laurea, che ha infatti riconosciuto un numero adeguato di CFU.

L'individuazione dei risultati di apprendimento attesi sopra elencati è stata compiuta attraverso un lunga e intensa consultazione delle PI.

Conoscenze richieste per l'accesso

(DM 270/04, art 6, comma 1 e 2)

Possono accedere al corso di Laurea Magistrale in Design Sistema Moda/ Fashion System Design i laureati in Disegno Industriale (Classe L-4 e Classe 42) e coloro che siano in possesso di titolo di studio equipollente.

In classi differenti da quelle sopra citate, i requisiti curriculari sono individuati in 30 CFU complessivi acquisiti nel settore disciplinare ICAR/13.

Per gli studenti madrelingua italiana l'ammissione al corso è comunque subordinata alla conoscenza (livello B2) di almeno una lingua dell'Unione Europea, o dell'inglese, oltre l'italiano, con modalità definite a livello di Regolamento didattico del Corso di studio, mentre per gli altri è richiesta la conoscenza della lingua italiana - (livello B2) certificato.

Eventuali integrazioni curriculari in termini di CFU devono essere acquisite prima della verifica della preparazione individuale e dell'iscrizione, con modalità indicate nel Regolamento didattico del Corso di studio.

Le specifiche modalità della verifica dell'adeguatezza della personale preparazione sono indicate nel Regolamento didattico del Corso di studio.

Caratteristiche della prova finale

(DM 270/04, art 11, comma 3-d)

Per essere ammesso alla prova finale lo studente deve avere acquisito tutti i crediti nelle restanti attività formative previste dal Regolamento Didattico del Corso di Studio.

La prova finale pari a 12 cfu - (tesi di laurea) consiste nell'elaborazione e nella discussione di un progetto originale e di qualità alta correlato da un modello o prototipo tridimensionale o digitale realizzato anche in collaborazione ed in stretto rapporto con il tirocinio (12 cfu) effettuato.

L'argomento della tesi dovrà essere concordato con un docente che se ne assume la responsabilità. Per conseguire la Laurea Magistrale in Design Sistema Moda lo studente deve avere acquisito 120 cfu.

Motivi dell'istituzione di più corsi nella classe

La proposta di attivazione di un ulteriore Corso di Laurea Magistrale nella classe di Laurea LM 12 Design, interamente dedicato al settore moda, fa riferimento a una serie di valutazioni di tipo strategico che riguardano:

- a) un settore industriale che produce un terzo della ricchezza della regione Toscana con componenti verso l'export superiori alla media regionale e nazionale,
- b) l'esigenza di mantenere e consolidare le posizioni professionali ed economiche già in essere e qualificarne ulteriormente il ruolo nella competizione internazionale del settore moda,
- c) la capacità dell'Ateneo Fiorentino di integrare il sistema di conoscenze multisettoriali dei diversi settori disciplinari coinvolti in un sistema orientato verso un settore specifico, quello della moda, che rappresenta cultura, capacità di progetto, capacità di realizzazione industriale e di presenza particolarmente qualificata nella competizione e nello scenario internazionale.

Nella classe di laurea LM 12 Design è già presente, dal 2008-09, un CdL magistrale in Design, che offre una preparazione orientata a professionalità di tipo generalista del progetto di design, con una media di iscritti intorno a 100 unità/anno, che ha progressivamente formato un numero di laureati con qualifica di progettisti di design su tutte le competenze del settore. Il suo piano di studi prevede esperienze diversificate nei diversi settori applicativi del design, ma non specialistiche, per consentire la spendibilità del titolo di studio su tutte le opportunità che richiedono la formazione al progetto. I dati Alma Laurea confermano il soddisfacente placement lavorativo per questa laurea. Rispetto al tipo di formazione per metodi dell'attuale LM 12 Design, che forma al progetto, il corso di Fashion Design System Design Sistema Moda prevede invece la formazione per competenze applicate a uno specifico settore, quello della moda, che rappresenta uno specifico culturale ed economico sui generis in grado di muovere professionalità, mestieri e risorse tali da generare un modello economico fortemente caratterizzato. Un comparto robusto e chiaramente riconoscibile, autonomo e in alcuni aspetti trainante verso altri settori. Il prodotto finale destinato al mercato della moda attiva filiere insospettabili che vanno dalla progettualità creativa alla ingegneria dei processi industriali, dai modelli di retail avanzati alle forme del marketing più sofisticate, estese su scala planetaria e con le inevitabili interfacce con i sistemi della comunicazione, del web e della dimensione globale del trading. Nella regione Toscana non sono presenti altri CdS nella stessa classe di laurea LM 12 salvo quello citato e la specificità di un CdS dedicato interamente al settore moda integra l'attuale offerta di formazione universitaria regionale.

Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Esperto della progettazione, ingegnerizzazione e produzione nei settori abbigliamento, pelletteria, accessori moda

funzione in un contesto di lavoro:

È il profilo professionale che valorizza la componente dell'ingegneria applicata alla moda; interessa i processi produttivi e le relative tecnologie del settore tessile e della pelletteria. Questo profilo interessa anche le fasi di approvvigionamento, controllo qualità di prodotto, finitura e packaging per il trasporto e la vendita, la logistica di produzione per la filiera, il magazzino. Interagisce, per alcuni aspetti, anche con la produzione del pezzo unico su misura e con le altre applicazioni industriali relative alla realizzazione del prodotto moda.

Le funzioni principali che caratterizzano questo profilo sono quelle:

- del design manager, inteso come responsabile dello sviluppo di progetto;
 - del manager di processo e gestione della produzione, responsabile della gestione delle forniture (supply chain) e del magazzino;
 - del coordinatore e responsabile della qualità di prodotto e di processo;
 - del responsabile della gestione integrata del sistema prodotto, gestione della comunicazione, gestione retail.
-

competenze associate alla funzione:

L'esperto di progettazione, ingegnerizzazione e produzione ha competenze per interpretare in maniera adeguata le tendenze del mercato e sviluppare le idee (dall'elaborazione dei concept alla loro trasformazione in concrete modalità esecutive) e per la generazione del prodotto moda; è inoltre in grado di realizzarle all'interno dei processi e tecnologie industriali del settore. La figura si concretizza anche per il possesso di competenze specifiche in progetto e disegno di modelli e progetto di accessori moda. Le conoscenze acquisite durante il percorso formativo consentono al laureato di disegnare modelli, creare cataloghi, gestire le commesse e organizzare la catena delle forniture (supply chain), condurre brief di progetto, coordinare le politiche commerciali e di comunicazione. Ha le competenze di free lance professionista nel settore moda.

sbocchi occupazionali:

Ruoli direzionali e quadri funzionali di questa figura professionale trovano impiego in aziende del comparto moda, con particolare riferimento agli ambiti della progettazione, ingegnerizzazione e produzione nei settori abbigliamento, pelletteria e accessori moda. Sempre in aziende del comparto moda, ulteriori sbocchi riguardano le attività di controllo e di ottimizzazione tempi-fasi di produzione. Altro importante settore di impiego è quello relativo alle agenzie di promozione e gestione, sempre in riferimento al settore moda.

Progettista dedicato alla gestione di reti di distribuzione e marketing nel settore moda, promozione e organizzazione dei mercati di sbocco

funzione in un contesto di lavoro:

È il profilo professionale orientato alla distribuzione e alla comunicazione nel settore moda. Si tratta di una professionalità che si ricollega alle attività di marketing e alla gestione della distribuzione in tutte le sue varianti e componenti. Questa professionalità è quella più relazionata alle dinamiche dei grandi marchi della moda, alle loro strategie, alle loro problematiche, al loro impatto sui mercati, anche emergenti.

Le funzioni principali che caratterizzano questo profilo sono quelle del responsabile di un'organizzazione industriale o commerciale nel settore moda. È un professionista con responsabilità di ideazione e gestione della rete vendita e dei punti vendita. È un esperto in strategie di introduzione del prodotto moda nei nuovi mercati e dell'export. Riveste un ruolo di responsabilità nell'organizzazione della comunicazione, la preparazione e gestione di eventi, di saloni e sfilate di moda, l'apertura di show room, l'individuazione di nuove modalità di vendita e nuovi servizi al cliente. Può rivestire un ruolo di responsabilità nell'area comunicazione e promozione di un'azienda.

competenze associate alla funzione:

Le funzioni associate a questa figura professionale hanno competenze per organizzare e gestire le attività di marketing e comunicazione. In particolare, le competenze riguardano il saper interpretare le tendenze del comparto moda, con particolare riferimento alle dinamiche dei grandi marchi. Il Laureato è in grado di valutare in maniera adeguata le strategie e l'impatto dei marchi sui mercati, anche emergenti. Ha competenze per la gestione del retail, per progettare e implementare l'e-trading della moda, per predisporre eventi, saloni e sfilate. È in grado di individuare nuove modalità di vendita e nuovi servizi orientati al cliente. Le competenze acquisite gli consentono anche di gestire i processi di comunicazione necessari in questo contesto, sia di tipo convenzionale che innovativo mediante uso dei nuovi linguaggi iconici nei social network.

sbocchi occupazionali:

La figura professionale trova sbocco come dipendente nelle aziende del comparto moda, nell'area del prodotto ma, soprattutto, nell'area commerciale, della promozione e della comunicazione. Può trovare impiego in agenzie e studi professionali che si occupano della progettazione e realizzazione delle reti e dei punti vendita, sia nazionali che internazionali. Ulteriore ambito lavorativo riguarda agenzie e studi professionali che si occupano di analisi di mercato, di strategie di marketing nel contesto moda nonché di studi di impatto dei grandi marchi nei mercati emergenti.

Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

- Disegnatori artistici e illustratori - (2.5.5.1.2)
 - Disegnatori di moda - (2.5.5.1.3)
-

Il rettore dichiara che nella stesura dei regolamenti didattici dei corsi di studio il presente corso ed i suoi eventuali curricula differiranno di almeno 30 crediti dagli altri corsi e curriculum della medesima classe, ai sensi del DM 16/3/2007, art. 1 ì½2.

Attività caratterizzanti

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Design e comunicazioni multimediali	ICAR/13 Disegno industriale ICAR/16 Architettura degli interni e allestimento L-ART/05 Discipline dello spettacolo L-ART/06 Cinema, fotografia e televisione	42	42	36
Discipline tecnologiche e ingegneristiche	ICAR/12 Tecnologia dell'architettura ING-IND/14 Progettazione meccanica e costruzione di macchine ING-IND/15 Disegno e metodi dell'ingegneria industriale ING-IND/16 Tecnologie e sistemi di lavorazione ING-INF/05 Sistemi di elaborazione delle informazioni	18	18	4
Scienze umane, sociali, psicologiche ed economiche	L-ART/02 Storia dell'arte moderna M-DEA/01 Discipline demotnoantropologiche M-FIL/04 Estetica SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	12	12	8
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		-		

Totale Attività Caratterizzanti	72 - 72
--	---------

Attività affini

ambito disciplinare	settore	CFU		minimo da D.M. per l'ambito
		min	max	
Attività formative affini o integrative	ICAR/11 - Produzione edilizia ICAR/13 - Disegno industriale ICAR/14 - Composizione architettonica e urbana ING-IND/14 - Progettazione meccanica e costruzione di macchine ING-IND/17 - Impianti industriali meccanici ING-IND/22 - Scienza e tecnologia dei materiali IUS/02 - Diritto privato comparato M-PSI/06 - Psicologia del lavoro e delle organizzazioni SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi	12	12	12

Totale Attività Affini	12 - 12
-------------------------------	---------

Altre attività

ambito disciplinare		CFU min	CFU max
A scelta dello studente		12	12
Per la prova finale		12	12
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	12	12
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d			
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	-

Totale Altre Attività	36 - 36
------------------------------	---------

Riepilogo CFU

CFU totali per il conseguimento del titolo	120
Range CFU totali del corso	120 - 120

Motivazioni dell'inserimento nelle attività affini di settori previsti dalla classe o Note attività affini

(Settori della classe inseriti nelle attività affini e anche/già inseriti in ambiti di base o caratterizzanti : ICAR/13 , ING-IND/14 , SPS/08)

SPS/08

Le attività affini sono necessarie per il completamento del processo formativo progettato.

ICAR/13

Le attività formative sono necessarie per rafforzare l'area del progetto negli aspetti più contemporanei della disciplina e, in questo caso, il rapporto tra il vestirsi e la società.

ING-IND/14

Le competenze relative a questo settore disciplinare sono di supporto alla formazione di base relativa ai processi industriali. Avendo indicato tra le competenze del laureato la gestione dei processi industriali all'interno dei sistemi produttivi è stato reputato necessario prevederne la presenza per attivare, se necessario, un corso formativo nel settore degli impianti industriali dedicato.

Note relative alle altre attività

Note relative alle attività caratterizzanti

RAD chiuso il 29/03/2021