**ALLEGATO D
Elenco delle discipline a contratto A.A. 2023/2024 II semestre**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Corsi di riferimento** | **Anno** | **Lingua** | **Codice** | **Disciplina** | **Semestre** | **CFA** | **Num. Ore** | **Tipologia** | **Sede** | **Orario svolgimento lezioni** | **Contenuti disciplina** |
| Fashion Design Fashion Brand Management  | 2 | Inglese | ABPR 34 |  Eco fashion e tecniche innovative per la moda | Semestre 2 | 6 | 45 | Teorico | Milano | MERCOLEDI' | Il mondo della moda ecosostenibile nell’ottica dello sviluppo etico/globale del prodotto. Materiali eprocessi di produzione sostenibili. Nuove tecnologie per una produzione più responsabile. Diritti umaninell’industria tessile mondiale. |
| Fashion Design  | 2 | Italiano | ABPR 34 | Textile Design 2 | Semestre 2 | 3 | 39 | Teorico/Pratico | Milano | LUNEDI' | Strumenti per la progettazione di una collezione di stampe moda. Progettazione digitale di disegni pertessuti stampati, a rapporto di stampa, in linea con le tendenze del mercato. Personalizzazione dellaprogettazione ed esecuzione professionale. |
| Fashion Design  | 2 | Italiano | ABTEC 41 | Tecniche di modellismo cad 1 | Semestre 2 | 4 | 51 | Teorico/Pratico | Milano | VENERDI' | Introduzione all’utilizzo del software Lectra Modaris 2D per la trasposizione in digitale dei cartamodellibase. Accenni su tessuti. Sviluppo taglie. |
| Fashion Design Fashion Styling & Communication Fashion Brand Management  | 3 | Italiano | ABLE 69 | Fashion startup management | Semestre 2 | 7 | 54 | Teorico | Milano | LUNEDI' e GIOVEDI' | Come avviare un progetto imprenditoriale nel settore fashion. Principali business model di settore.Principi di imprenditorialità moderna. Elaborazione di una strategia di start up vincente e di un actionplan per l’avvio di un progetto imprenditoriale. |
| Fashion Design Fashion Styling & Communication Fashion Brand Management  | 3 | Inglese | ABLE 69 | Fashion startup management | Semestre 2 | 7 | 54 | Teorico | Milano | LUNEDI' e GIOVEDI' | Come avviare un progetto imprenditoriale nel settore fashion. Principali business model di settore.Principi di imprenditorialità moderna. Elaborazione di una strategia di start up vincente e di un actionplan per l’avvio di un progetto imprenditoriale. |
| Fashion Design  | 3 | Inglese | ABLE 69 | Fashion brand management | Semestre 2 | 6 | 45 | Teorico | Milano | MERCOLEDI' | Definizione della brand identity come leva strategica per il successo del prodotto moda e della marca.Tratti distintivi del brand: marca verbale e marca iconica, interazione tra consumatore e brand, valore delmarchio (brand equity), brand awareness, brand fidelity, cobranding. Analisi dei processi. Analisi dei costidi campionatura e produzione. Compilazione di distinte base e definizione del margine di ricarico piùidoneo al target e alla tipologia di prodotto. |
| Fashion Design Fashion Styling & Communication Fashion Brand Management  | 1 | Inglese | ABLE 69 | Brand design | Semestre 2 | 7 | 54 | Teorico | Milano | MARTEDI' | Strategic marketing. Identification of needs. Competition analysis. Effective promotion. Present and fu-ture scenarios of the world of fashion and luxury. Leading companies: case studies. |
| Fashion Styling & Communication  | 1 | Italiano | ABPC 67 |  Scrittura per il giornalismo moda | Semestre 2 | 6 | 45 | Teorico | Milano | MERCOLEDI' | Basi per la corretta stesura di articoli legati al giornalismo moda. Analisi delle modalità e delle tecnicheutilizzate nelle differenti tipologie editoriali, tradizionali a quella digitale. Produzione di articoli edesercitazioni di scrittura. |
| Fashion Styling & Communication  | 1 | Inglese | ABPC 67 | Writing for fashion journalism | Semestre 2 | 6 | 45 | Teorico | Milano | LUNEDI' e MERCOLEDI' | Fundamentals for the correct drafting of articles related to fashion journalism. Analysis of the methodsand techniques used in the different editorial typologies, traditional to digital. Production of articles andwriting exercises. |
| Fashion Styling & Communication  | 2 | Inglese | ABLE 69 | Fashion & Luxury marketing | Semestre 2 | 6 | 45 | Teorico | Milano | MARTEDI' | Business models in fashion. Marketing strategies and how to create engagement. Customer relations.The codes of communication. Brand strategies to achieve success. Opportunities in the digital age 4.0.Investing in technology. |
| Fashion Brand Management  | 3 | Italiano | ABPC 67 | Comunicazione pubblicitaria e marketing culturale | Semestre 2 | 8 | 60 | Teorico | Milano | LUNEDI' e GIOVEDI' | Comunicazione pubblicitaria e strategie di marketing applicate ai prodotti culturali. Come creare e utilizzarestrategie di mercato efficaci per accrescere la fruizione dei prodotti culturali. Nuove modalità di promozionedei prodotti culturali per monetizzare e rendere l’arte un compartimento che porti ricchezza al territorio.Come costruire la credibilità e la reputazione di un evento culturale relazionandosi al pubblico target ecreando valore nel processo di promozione. |