

PROGRAMMA DEL CORSO DI DESIGN DELLA MODA 1

SETTORE SCIENTIFICO

ICAR/13

CFU

14

OBIETTIVI

Il Corso di Fashion Design affronta in modo contemporaneo la formazione dei nuovi professionisti dove alla competenze tecniche, storiche e culturali si affianca la necessaria consapevolezza delle evoluzioni mondiali intesa come globalizzazione e rispetto ambientale. Attraverso una serie di temi che forniscono la cultura e il metodo di approccio progettuale, si affronta un percorso contemporaneo sostenuto da una serie di storie fondamentali raccolte nei vari ambiti del fashion design.

Monografie come casi da conoscere per cultura ma anche come esempi concreti di sviluppo del fashion design e della creatività contemporanea. Si avrà così modo di arrivare ad un progetto di collezione che parta dal saper fare la ricerca, fino alla progettualità esposta sia con tecniche di riproduzione digitali che tradizionali, con una consapevolezza che viene espressa dalla verifica continua con il confronto con altri e con le problematiche contemporanee.

MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI (INDICARE LE MODALITÀ E GLI INSEGNAMENTI CON I QUALI SARÀ NECESSARIO RACCORDARSI)

Il corso si potrà raccordare con i corsi di Disegno e Modellistica e Informatica per il design e con il corso di Design del Prodotto 1 attraverso lo sviluppo di lezioni con tematiche comuni al fine di migliorare l'operatività degli studenti sia sullo sviluppo di disegni e modelli preparatori sia nella finalizzazione del progetto grazie alle competenze informatiche e di cultura del design.

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

Sono previsti due momenti di verifica in itinere e un esame finale. I momenti di verifica parziali potranno essere sostenuti in forma orale e riguarderanno due momenti del corso:

1. La presentazione degli elaborati di ricerca che dovranno porre in evidenza la capacità dello studente di

avvicinare il tema progettuale in modo trasversale e approfondito conducendo sia un'analisi dell'esistente sia una ricerca di segni utili alla definizione del concept.

2. La presentazione del concept elaborato sulla base delle informazioni raccolte nel momento di ricerca e comunicato attraverso moodboard e disegni a mano libera o digitali in grado di trasmettere la funzione, il contesto d'uso, la forma e il rapporto con l'utente del progetto ipotizzato.

L'esame finale consisterà nella presentazione orale del moodboard e della collezione completa di tutte le informazioni utili a comunicare il carattere innovativo del prodotto, le sue destinazioni d'uso, il suo grado di innovazione tipologica e formale. È richiesta inoltre la presentazione di un'ipotesi di campagna di comunicazione per individuare il posizionamento del prodotto nel mercato. Saranno richiesti inoltre i disegni tecnici minimi essenziali per realizzare industrialmente il progetto.

- Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti: L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

- Attività di didattica erogativa (DE): 84 Videolezioni + 84 test di autovalutazione Impegno totale stimato: 84 ore

- Attività di didattica interattiva (DI):

- Revisione elaborati intermedi;
- Redazione e verifica degli elaborati intermedi;
- Partecipazione a web conference;
- Revisione elaborati finali

Totale : 14 ore

- Attività di autoapprendimento: 252 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento:

- Enrica Morini, Storia della moda XVIII-XXI secolo, Skira
- Stefanella Sposito, Archivio tessile: 230 tessuti nella pratica degli stilisti, Ikon
- Antonia Susan Byatt, Pavone e rampicante. Vita e arte di Mariano Fortuny e William Morris, Einaudi
- Georg Simmel, La moda, SE
- Fernando Burgo, Il modellismo. Tecnica del modello sartoriale e industriale, Istituto di moda Burgo

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

- Conoscenza e capacità di comprensione: Il Corso darà la base di conoscenza e di comprensione di un ambito professionale concreto basato sul poter fare conoscendo dinamiche precise. Darà modo di comprendere quali siano i passaggi non solo tecnici ma anche storici e culturali della elaborazione del progetto moda. Fornirà la cultura storica da quando l'abito o l'accessorio diventano autonomi e quindi frutto dell'ideazione di un designer ai giorni nostri.
- Capacità di applicare conoscenza e comprensione: La formula delle videolezioni ognuna concepita su un tema in modo autonomo, tanto da poter essere gestite come capitoli di un testo senza un inizio e una fine, sarà lo strumento di applicazione della comprensione più efficace. Grazie ai processi di comprensione di ogni lezione

sarà possibile verificare le conoscenze acquisite, inserendo nei vari step dati sempre nuovi. Il contenuto delle videolezioni sarà impostato in modo da facilitare il processo di comprensione con immagini ferme e in movimento, di repertorio e realizzate ad hoc. Una serie di parole chiave sottolineeranno i passaggi di conoscenza come tappe ma senza propedeuticità, in modo da portare ad una costruzione personale del processo di studio

- **Autonomia di giudizio:** Grazie alla formula di costruzione personale del processo di studio lo studente arriverà ad una autonomia di Giudizio portata dall'acquisizione di uno spirito critico valido. La valutazione di se stessi sarà parte del processo formativo e caratterizzerà la qualità del corso stabilendo un dialogo critico tra docente e studente.
- **Abilità comunicative:** La formula della videolezione svilupperà le abilità comunicative e, attraverso le lezioni, lo studente acquisirà un lessico proprio del fashion design che gli consentirà di avviare e sostenere il percorso di ricerca e di elaborazione del progetto. Sarà una ulteriore chiave di accesso formativa che consentirà allo studente di affinare le tecniche di presentazione delle proprie idee.
- **Capacità di apprendimento:** Lo studente dovrà approfondire gli argomenti trattati con proprie analisi e ricerche in modo da inserire in modo visibile le nozioni apprese negli ambiti di intervento e nella definizione del progetto. Si arriva ad una elaborazione su dati generali ma filtrata da una capacità di apprendimento personale

PROGRAMMA DIDATTICO

il docente si riserva il diritto di modificare il titolo delle lezioni

[1 - il saper "fare" nel design](#)

[2 - arte e design](#)

[3 - design sostenibile](#)

[4 - design emozionale](#)

[5 - innovazione e utopia del design italiano.](#)

[6 - virtual design](#)

[7 - internet of things](#)

[8 - riscrittura del progetto di design](#)

[9 - design trasformabile](#)

[10 - il disegno per il design del prodotto](#)

[11 - il progetto per il mondo reale: aspetti di ergonomia e antropometria](#)

[12 - come realizzare una scheda tecnica del prodotto](#)

[13 - la ricerca come individuazione di nuovi ambiti di progetto](#)

[14 - la ricerca come individuazione di nuove tipologie di prodotto](#)

[15 - la scelta dei materiali per il design: il legno](#)

[16 - la scelta dei materiali per il design: i metalli](#)

[17 - la scelta dei materiali per il design: le materie plastiche](#)

[18 - le azioni del design: introduzione](#)

[19 - le azioni del design: impilare](#)

[20 - le azioni del design: intrecciare](#)

[21 - le azioni del design: piegare](#)

[22 - le azioni del design: connettere](#)

[23 - le azioni del design: plasmare](#)

[24 - le azioni del design: soffiare](#)

[25 - le azioni del design: incidere](#)

[26 - le azioni del design: disporre](#)

[27 - il colore del prodotto di design](#)

28. Etro il collezionista di stoffe

29. Merceologia

30. Fiber-art

31. Tecniche di ricerca

32. Dries van Noten e le sue ispirazioni

33. Ispirazione come elaborazione della tradizione

34. Christian Dior

35. Christian Lacroix

36. Analisi dei segni da rielaborare

37. Concetto di collezione

38. Haute Couture

39. I luoghi dell'haute couture

40. Pret a porter

41. Giorgio Armani

42. Streetwea

43. Accessorio

44. Louis Vuitton

45. Fendi

46. Gucci

47. Hermes
48. Materiali naturali
49. Materiali sperimentali
50. Tecniche sperimentali
51. Iris van Herpen
52. Patagonia
53. Modellistica 1
54. Confezione 1
55. Tecniche di disegno
56. Tecniche di disegno informatico
57. Fashion Design
58. Il figurino
59. Gianfranco Ferré
60. Illustrazione di Moda
61. René Gruau
62. Le riviste di moda 1
63. Le riviste di moda 2
64. Psicologia del colore
65. Tecniche di comunicazione visiva
66. Fotografia di Moda 1
67. Nozioni di Styling
68. Nozioni di visual merchandising
69. La vetrina come primo spazio espositivo
70. La geografia della moda
71. Gli eventi che caratterizzano la moda
72. La moda on-line
73. Il mercato globale
74. La moda etica
75. Dal vintage al riciclo dell'iperproduzione
76. Stella McCartney

77. Il rapporto fra moda e arte
78. I grandi gruppi della moda come LVMH
79. Il nuovo concetto di lusso
80. Lo storytelling del prodotto moda
81. I musei dei distretti produttivi
82. Gli archivi delle aziende moda
83. Ferragamo
84. Biella e i lanifici