

**ANALISI DELLA DOMANDA**  
Corso di Studi in “Corso di Studi in “PRODUCT AND FASHION DESIGN”  
Classe di Laurea L-4 in Disegno Industriale”

*elaborata per la Scheda SUA 2019-2020*

*Documento aggiornato al: 18/01/2019*

## Sommario

<b>PREMESSA</b> .....	<b>3</b>
0.1 POLICY D’ATENEIO PER L’ANALISI DELLA DOMANDA .....	3
0.2 PROCESSI CHE HANNO PORTATO ALL’ANALISI DELLA DOMANDA E ROADMAP PER LA RICHIESTA DI ATTIVAZIONE DEL CDS.....	3
<b>1. ANALISI DOCUMENTALE</b> .....	<b>4</b>
1.0 DESIGN E IMPRESA: I FABBISOGNI PROFESSIONALI .....	4
HTTPS://WWW.UNIMERCATORUM.IT/PROGETTAZIONE-NUOVI-CDS-AA-20192020/CDS-L-4.....	5
1.1 IL CdL IN PRODUCT AND FASHION DESIGN .....	5
1.2 ANALISI DELLE COMPETENZE E DEGLI SBocchi PROFESSIONALI .....	6
1.3 ANALISI DELLE PROFESSIONI .....	7
1.3.1 Disegnatori tecnici - (3.1.3.7.1) .....	8
1.3.2 Disegnatori tessili– (3.1.3.7.2).....	9
1.3.3 Tecnici della produzione manifatturiera - (3.1.5.3.0).....	12
1.3.4 Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1).....	13
1.3.5 Tecnici della vendita e della distribuzione – (3.3.3.4.0) .....	15
1.3.6. Tecnici del marketing – (3.3.3.5.0) .....	18
<b>2. BENCHMARKING DELL’OFFERTA FORMATIVA DEL CORSO DI LAUREA</b> .....	<b>25</b>
2.1 ANALISI DELLE CARATTERISTICHE DEL CORSO DI LAUREA NEL QUADRO NAZIONALE.....	25
2.2 IL CONTESTO DEGLI ATENEI TELEMATICI E IL QUADRO REGIONALE .....	25
<b>3. ESITI DEGLI INCONTRI DI CO-PROGETTAZIONE DIRETTA E INDAGINI SUL CAMPO CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE</b> .....	<b>25</b>
3.1 MODALITÀ DI CONSULTAZIONE E SOGGETTI COINVOLTI.....	25
3.2 STRUMENTI E MODALITÀ UTILIZZATE PER GLI INCONTRI .....	26
3.3 INCONTRI CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE .....	27
3.4 SUGGERIMENTI AVANZATI DALLE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE .....	28

### 0.1 Policy d'Ateneo per l'Analisi della Domanda

Universitas Mercatorum considera l'ascolto delle imprese, delle istituzioni, delle famiglie, degli studenti e più in generale di tutta la comunità di soggetti interessati dall'azione didattica dell'Ateneo, come una componente essenziale della propria attività di programmazione.

Le istanze relative alla domanda di formazione che emergono dall'analisi dei dati e dall'incontro diretto con le parti interessate sono attentamente interpretate da docenti, studenti e personale amministrativo e costituiscono l'abbrivio per ogni nostro progetto didattico.

L'analisi della domanda di formazione si articola su più dimensioni, nel rispetto della complessità delle istanze sociali che sostengono l'azione dell'Ateneo. In particolare, la Facoltà e i Corsi di studio, sono fortemente impegnati nell'interpellare le parti interessate in merito alla definizione dei profili culturali e professionali per la messa a punto dell'offerta formativa.

I fabbisogni espressi dalla società, dal mondo del lavoro e della ricerca scientifica e tecnologica consentono di garantire la piena coerenza tra le funzioni lavorative e i percorsi formativi proposti dall'Ateneo. Il Presidio della Qualità e i Gruppi di Assicurazione della Qualità hanno il compito di coordinare questa complessa attività che si svolge durante tutto l'anno, con continuità.

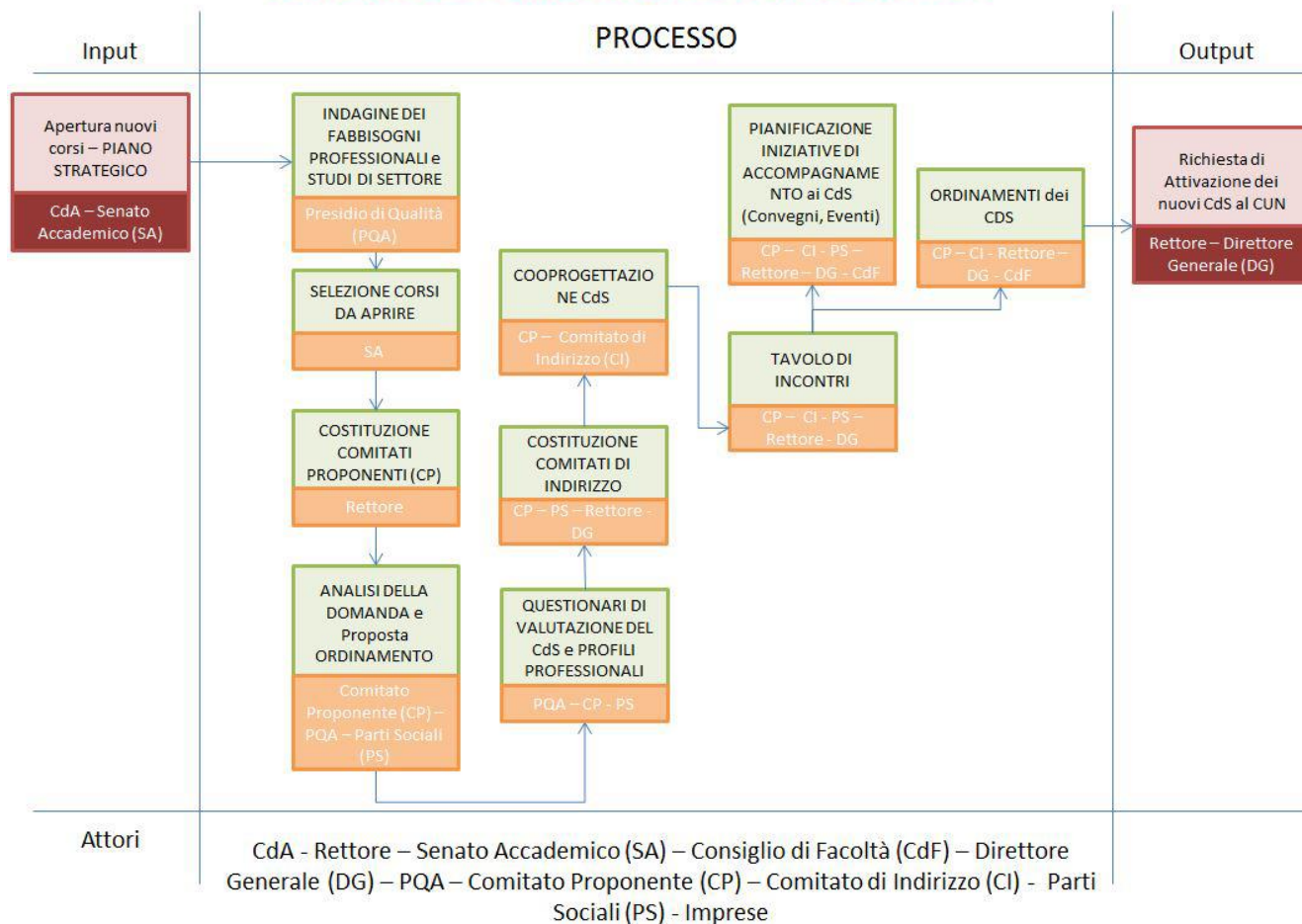
### 0.2 Processi che hanno portato all'Analisi della Domanda e Roadmap per la richiesta di attivazione del CdS

Il seguente documento, del quale risponde il Comitato Proponente del Corso di Studi in "Product and Fashion Design" istituito per Decreto Rettoriale 75/2018 del 14 dicembre 2018, è stato elaborato congiuntamente a:

- L'impulso ad aprire nuovi Corsi di Studio da parte della Governance
- L'indagine dei fabbisogni professionali presso un campione di 5.320 Imprese
- Selezione dei CdS per i quali inviare formale richiesta di attivazione al CUN
- Istituzione dei Comitati Proponenti (CP) da parte del Rettore

La Roadmap che segue illustra la totalità dei processi che hanno condotto all'invio della formale richiesta di attivazione del CdS al CUN:

## ROADMAP DI AVVIAMENTO DEI NUOVI CDS



Il processo di Analisi della Domanda e di Assicurazione della Qualità è stato gestito in maniera trasparente ed è presente sul sito di Ateneo a questo indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/progettazione-nuovi-cds-aa-20192020/cds-1-4>

### 1. ANALISI DOCUMENTALE

#### 1.0 Design e impresa: i fabbisogni professionali

Nel comparto delle filiere creative, il design è tra quelle che hanno registrato il miglior adattamento al quadro macroeconomico internazionale, mostrando ritmi di crescita significativi (Symbola, 2018). Infatti dopo il Regno Unito l'Italia è il secondo Paese tra i primi cinque europei per valore aggiunto realizzato dal design: 1,9 miliardi di euro, a fronte degli 1,8 tedeschi, dei 760 milioni francesi e dei 605 spagnoli.

L'Ateneo ha da sempre rivolto la sua attenzione al manifatturiero e in questa cornice il ruolo del disegno industriale e del comparto moda e tessile assumono nuove centralità. In questa direzione si è ritenuto di

rivolgere alle parti sociali un questionario teso a indagare le richieste del mercato del lavoro relativamente alle figure professionali legate alle filiere creative e culturali. L'indagine è stata realizzata nei mesi di dicembre 2018 e gennaio 2019.

Il questionario è disponibile al seguente indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/progettazione-nuovi-cds-aa-20192020/cds-l-4>

Gli esiti sono poi stati esaminati internamente da un gruppo di lavoro dell'Ateneo per individuare:

- La denominazione del CdS,
- L'occupabilità futura e la domanda del mercato del lavoro,
- I profili professionali in uscita,
- Le competenze più richieste e i risultati di apprendimento attesi.

I risultati dell'indagine sono disponibili al seguente indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/progettazione-nuovi-cds-aa-20192020/cds-l-4>

## **1.1 Il CdL in Product and Fashion Design**

Il corso di laurea in Product and Fashion Design spazia nell'orizzonte esteso del vasto mondo degli artefatti, dai beni di consumo ai beni durevoli, e si articola in due specifici indirizzi: il design di prodotto (Product Design) - in senso stretto e in senso lato al design dell'oggetto d'arredo, nelle innumerevoli declinazioni merceologiche dei diversi settori produttivi e industriali - e il design della Moda (Fashion Design) radicato nella tradizione italiana a personalità di prestigio internazionale che hanno saputo interpretare l'innovazione mantenendo saldi i riferimenti a cui i prodotti della moda.

Il corso di laurea in Product and Fashion Design fornisce una solida formazione di base a livello teorico e operativo nell'ambito delle discipline del progetto, ed è costruito in modo da integrare, attorno al nucleo metodologico principale, tutte le discipline appropriate. Si affrontano percorsi storico-critici relativi alla cultura del progetto e all'evoluzione degli artefatti, discipline umanistiche che interpretano i contesti sociali e culturali, insegnamenti scientifici e tecnologici relativi ai materiali e alle tecnologie di trasformazione, di lavorazione e produzione, lezioni di cultura economica per poter guardare ai contesti aziendali e ai mercati. Nello stesso tempo il corso di laurea insiste, nei due indirizzi formativi, sullo sviluppo delle abilità nelle tecniche di rappresentazione- dal disegno manuale al disegno tecnico, dalla fotografia alla produzione tridimensionale di modelli di studio e di prototipi - e nelle tecniche di produzione delle immagini digitali e di interpretazione dei linguaggi visivi. I due indirizzi formativi prediligono un approccio multidisciplinare che combina insieme pragmatismo, managerialità e progettualità.

Il corso di laurea in Product and Fashion Design prepara una figura di Tecnico del Progetto in grado di sostenere tutte attività che portano dalla fase di ideazione a quella della produzione e distribuzione sul mercato. Al laureato in uscita si aprono ampie prospettive di impiego in tutte le attività operanti tanto nel campo del Design di prodotto, quanto nel campo del Design della moda, sia professionali sia in azienda, oltre che nelle articolate declinazioni della progettazione industriale.

## 1.2 Analisi delle competenze e degli sbocchi professionali

### 1. Junior product designer

*Funzione in un contesto di lavoro:*

Imprese, istituzioni e studi professionali chiedono oggi figure poliedriche, che sappiano progettare un nuovo prodotto o un servizio, ma anche una brochure, un video o un sito web. Il corso di laurea triennale in Product design and fashion design, indirizzo Product design, ha una impostazione di forte connessione con il tessuto economico e per questo forma figure professionali esperte sia nel design di prodotto sia in quello della comunicazione, sia negli ambiti della multimedialità. I compiti più coerenti con la preparazione del laureato riguardano essenzialmente la fase di realizzazione di progetti, sia di prodotto, sia di comunicazione (dell'identità, della realtà organizzativa, dei prodotti, dei servizi ecc.).

*Competenze associate alla funzione:*

Il laureato ha competenze operative per:

- lavorare nelle imprese a diverso titolo (ufficio tecnico, assistente progettista, responsabile sviluppo e ricerca...), con la possibilità di fare da interlocutore tra progettisti, incaricati (interni o esterni), direzione, produzione e fornitori;
- sviluppare la progettazione e l'industrializzazione di nuovi prodotti;
- sviluppare la progettazione di strumenti e artefatti
- comunicativi sia a stampa che su supporti digitali;
- produrre ricerca mirata allo sviluppo del prodotto e stendere relazioni tecniche;
- realizzare presentazioni video, cartacee e modelli fisici;
- collaborare all'ideazione e alla produzione culturale, a mostre e attività culturali nel campo del design per istituzioni, enti pubblici o privati, redazioni giornalistiche.

*Sbocchi occupazionali:*

Possedendo una formazione critica nonché una competenza teorica e pratica con strumenti di ricerca avanzati, i laureati potranno sia intraprendere il percorso professionale, sia proseguire gli studi nei corsi di laurea magistrale. Per i laureati che decidono di entrare subito nel mondo del lavoro, il corso di laurea apre un ampio ventaglio di possibilità professionali all'interno di aziende, studi professionali, agenzie, istituzioni culturali, musei, redazioni.

### 2. Junior Fashion Designer

*Funzione in un contesto di lavoro:*

Il Laureato in Product and Fashion design, indirizzo Fashion design è una figura di progettista azione esecutivo, posta tra chi definisce le linee strategiche e creative dell'azienda moda e chi gestisce i processi di produzione dei prodotti finiti. Tale figura è in grado di assumere e interpretare l'indirizzo creativo definito da chi coordina il processo progettuale e di gestire efficacemente le fasi di sviluppo di prodotti/collezioni moda, esprimendo capacità di controllo del processo e di scelta tra alternative tecnologiche, materiche,

produttive che accompagnano il progetto, valutandone anche gli aspetti di sostenibilità sociale, economica ed ambientale. Il laureato può supportare l'attività di progettazione nel campo dei prodotti moda, ovvero di tutti quei prodotti che fanno capo ai settori del tessile, abbigliamento e accessori moda.

Il Laureato si inserisce all'interno del sistema professionale in diversi ambiti:

- Produzione: Tecnico per la progettazione stampa tessuto; Tecnico assistente per lo sviluppo modelli; Tecnico dell'abbigliamento e della moda; Uomo prodotto
- Creazione: Assistente operativo ufficio stile; Cool Hunter; Disegnatore progettista CAD; Ricercatore di tessuti; Ricercatore di materiali; Tecnico ufficio stile; Textile design;
- Commerciale/distribuzione: Visual merchandiser; Assistant Store Manager; Assistente Fashion coordinator;
- Comunicazione: Tecnico per allestimento stand fiere; Assistente fotografia; Tecnico grafico di moda; Assistente alla progettazione di eventi

### **Competenze associate alla funzione:**

- Leggere i comportamenti sociali e i contesti culturali, relazionali e simbolici che caratterizzano le società contemporanee;
- analizzare, interpretare e codificare al fine progettuale le dinamiche di scelta e utilizzo dei prodotti moda da parte degli individui e dei diversi gruppi sociali;
- tradurre gli elementi di analisi nella progettazione di nuovi prodotti con attenzione alle qualità estetico-formali, alle caratteristiche prestazionali del prodotto (confort, sicurezza, resistenza all'usura ecc.) e al valore comunicativo e simbolico associato al prodotto e trasferito all'interno del sistema distributivo e dei servizi al consumo;
- tradurre sul piano visivo elementi di analisi e di sintesi progettuale;
- tradurre le linee guida progettuali in requisiti di prodotto;
- scegliere i materiali in funzione delle loro qualità percettive, comunicative, estetiche e delle prestazioni richieste rispetto ai differenti contesti d'uso dei prodotti;
- comunicare efficacemente, attraverso linguaggi adeguati, l'idea progettuale;
- valutare le implicazioni economiche e organizzative delle scelte progettuali operate;
- valutare la fattibilità industriale del prodotto realizzato.

### **Sbocchi professionali:**

Il Corso di studi risponde alla domanda di formazione espressa dall'industria della moda e dalle sue filiere, dagli studi professionali di progettazione del prodotto moda e degli eventi connessi, dal sistema di distribuzione e commercializzazione, nonché dai distretti caratterizzati il territorio specifico. I laureati svolgeranno attività come tecnico del progetto all'interno di studi professionali, all'interno di strutture aziendali del settore moda e degli indotti correlati (tessile, accessori, ecc.).

### **1.3 Analisi delle professioni**

Il CdS in Product and Fashion Design come indicato nella Scheda SUA, prepara per le professioni di seguito indicate (secondo codifica ISTAT):

Disegnatori tecnici - (3.1.3.7.1)

Disegnatori tessili - (3.1.3.7.2)  
Tecnici della produzione manifatturiera - (3.1.5.3.0)  
Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)  
Tecnici della vendita e della distribuzione - (3.3.3.4.0)  
Tecnici del marketing - (3.3.3.5.0)  
Grafici - (3.4.4.1.1)

Per ciascuna delle professioni suindicate si riporta di seguito l'Analisi di dettaglio della singola professione, elaborata utilizzando la Banca dati del Portale <http://fabbisogni.isfol.it/> gestita dall'ANPAL.

### 1.3.1 Disegnatori tecnici - (3.1.3.7.1)

#### *1.3.1.1. Compiti e attività specifiche*

Le professioni comprese in questa unità applicano ed eseguono procedure e tecniche proprie per realizzare disegni dettagliati di elementi architettonici e strutturali di edifici e di altre opere civili, di macchine, congegni ed apparecchiature meccaniche, elettriche ed elettroniche, di prodotti industriali e di beni di consumo.

#### *1.3.1.2. Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)*

**PROGETTAZIONE TECNICA** Conoscenza delle tecniche di progettazione, degli strumenti e dei principi utilizzati nella esecuzione di progetti tecnici di precisione, di progetti di dettaglio, di disegni e di modelli

**INGEGNERIA E TECNOLOGIA** Conoscenza delle applicazioni pratiche delle scienze ingegneristiche e della tecnologia. Comprende l'applicazione di principi, di tecniche, di procedure e l'uso di strumenti per progettare e produrre diversi beni o servizi

**LINGUA ITALIANA** Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**INFORMATICA ED ELETTRONICA** Conoscenza dei circuiti elettronici, dei processori, dei chips delle attrezzature elettroniche, dell'hardware e dei software dei computer, compresa la conoscenza dei pacchetti applicativi e dei linguaggi di programmazione

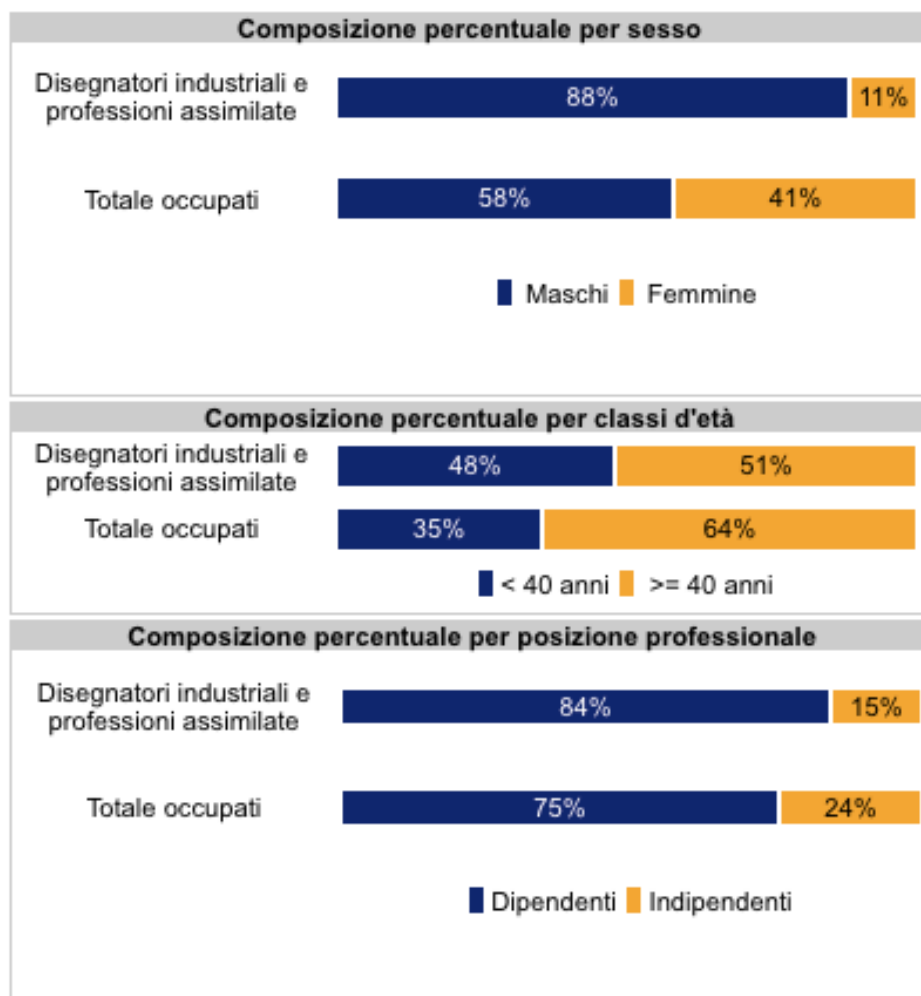
**MATEMATICA** Conoscenza dell'aritmetica, dell'algebra, della geometria, del calcolo, della statistica e delle loro applicazioni.



### 1.3.1.2. Occupabilità

#### I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 103



### 1.3.2 Disegnatori tessili– (3.1.3.7.2)

#### 1.3.2.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni comprese in questa unità applicano ed eseguono procedure e tecniche proprie per realizzare disegni dettagliati dei motivi e degli elementi di decorazione da tessere o stampare su stoffa o altri manufatti tessili. L'esercizio della professione di Perito tessile è regolato dalle leggi dello Stato..

*1.3.2.2. Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)*

**ARTE** Conoscenza della teoria e delle tecniche necessarie a comporre, produrre e realizzare musica, danza, arti visuali, drammi e sculture

**LINGUA ITALIANA** Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE** Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

**LINGUA STRANIERA** Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

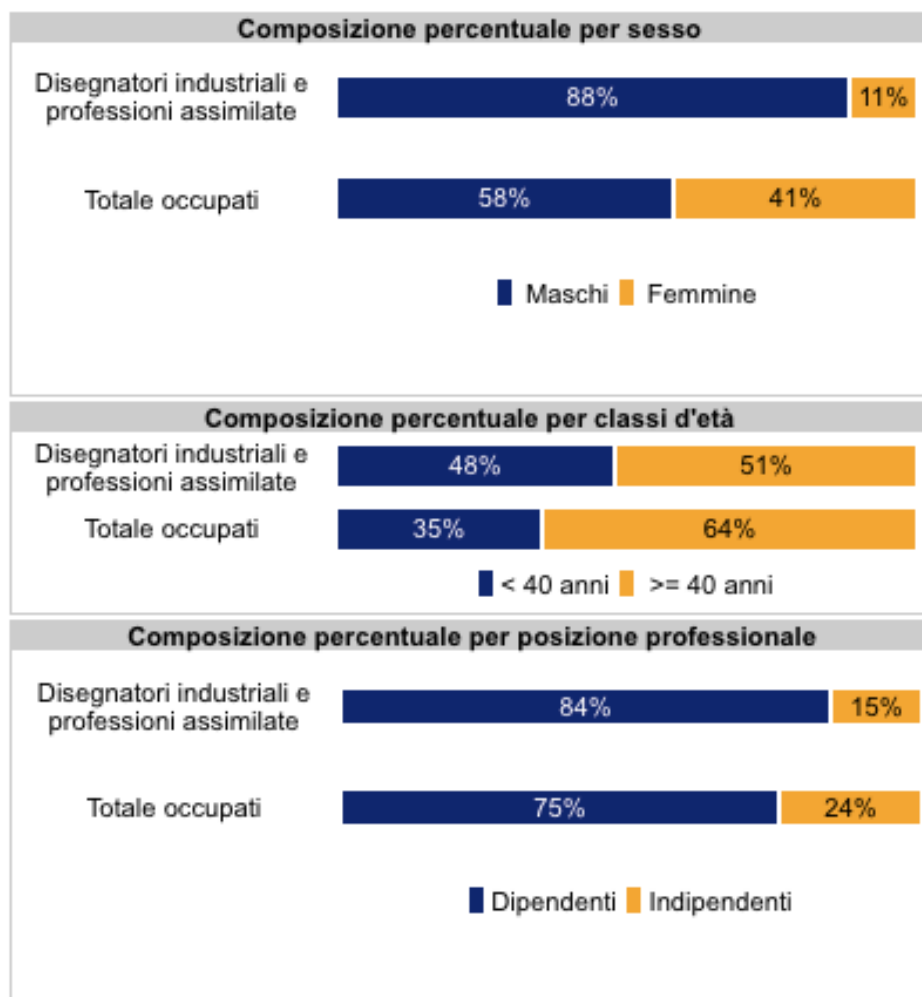
**PRODUZIONE E PROCESSO** Conoscenza delle materie prime, dei processi di produzione, delle tecniche per il controllo di qualità, per il controllo dei costi e di quanto sia necessario per massimizzare la produzione e la distribuzione di beni e servizi

**COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA** Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

### 1.3.2.3 Occupabilità

## I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): **103**



### 1.3.3 Tecnici della produzione manifatturiera - (3.1.5.3.0)

#### 1.3.3.1 *Compiti e attività specifiche*

Le professioni comprese in questa unità applicano procedure, regolamenti e tecnologie proprie per gestire, organizzare, controllare e garantire l'efficienza, il corretto funzionamento e la sicurezza dei processi di produzione manifatturiera; verificano la qualità dei beni prodotti.

#### 1.3.3.1 *Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)*

**PRODUZIONE E PROCESSO** Conoscenza delle materie prime, dei processi di produzione, delle tecniche per il controllo di qualità, per il controllo dei costi e di quanto sia necessario per massimizzare la produzione e la distribuzione di beni e servizi

**LINGUA ITALIANA** Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**MATEMATICA** Conoscenza dell'aritmetica, dell'algebra, della geometria, del calcolo, della statistica e delle loro applicazioni.

**LINGUA STRANIERA** Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

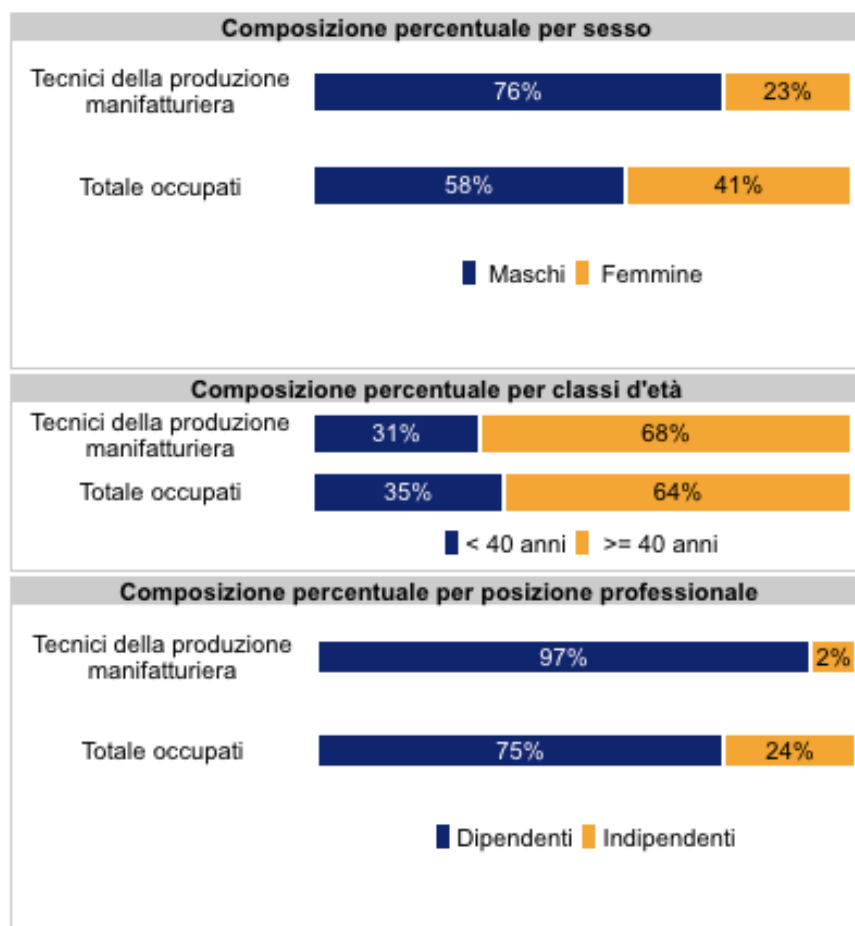
**MECCANICA** Conoscenza delle macchine e delle attrezzature, compresa la loro progettazione, il loro uso, la loro riparazione e manutenzione

**PROGETTAZIONE TECNICA** Conoscenza delle tecniche di progettazione, degli strumenti e dei principi utilizzati nella esecuzione di progetti tecnici di precisione, di progetti di dettaglio, di disegni e di modelli

### 1.3.3.2 Occupabilità

#### I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 134



### 1.3.4 Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali - (3.4.1.2.1)

#### 1.3.4.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni classificate in questa unità forniscono servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere; collocano gli spazi e gli ambienti espositivi disponibili, ne organizzano la fruizione da parte del pubblico e degli espositori.

#### *1.3.4.2 Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)*

**SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE** Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

**LINGUA ITALIANA** Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA** Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

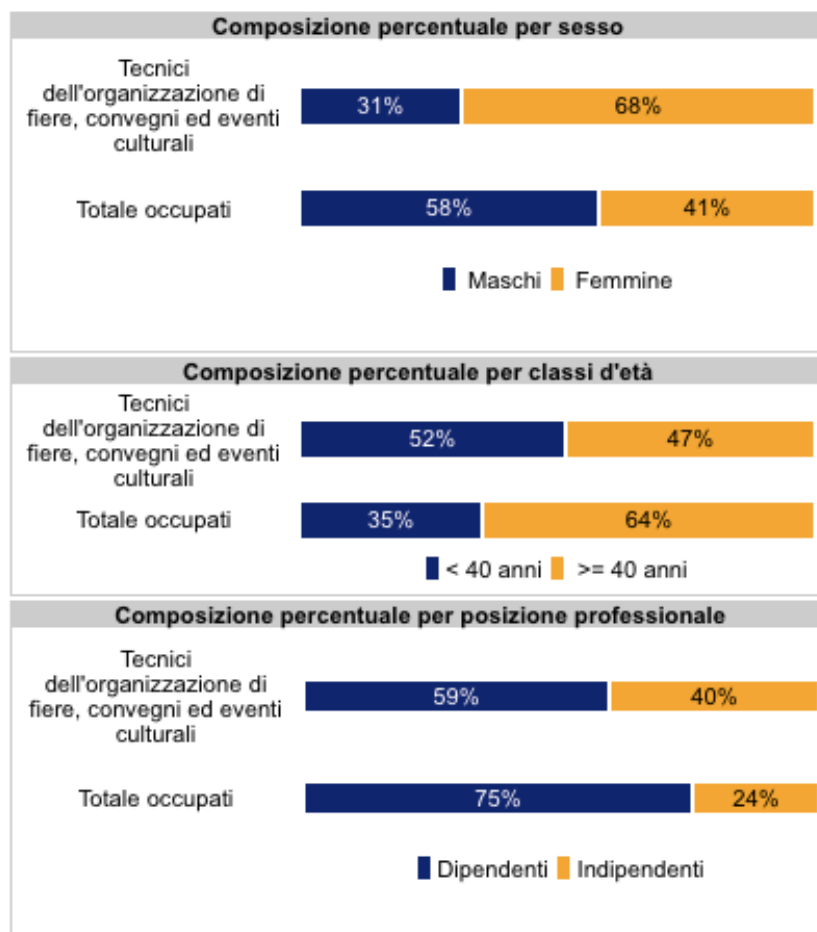
**LINGUA STRANIERA** Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**COMUNICAZIONE E MEDIA** Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

### 1.3.4.3 Occupabilità

#### I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 25



### 1.3.5 Tecnici della vendita e della distribuzione – (3.3.3.4.0)

#### 1.3.5.1 Compiti e attività specifiche

Le professioni comprese in questa unità assistono gli specialisti nella implementazione delle strategie di

vendita delle imprese, nel controllo della efficienza della rete distributiva e commerciale e nel monitoraggio delle vendite, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni sulle vendite e sulle attività di distribuzione, per analizzarle, organizzarle e presentarle in maniera rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.



### 1.3.5.2 Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)

**SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE** Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

**COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA** Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

**LINGUA STRANIERA** Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

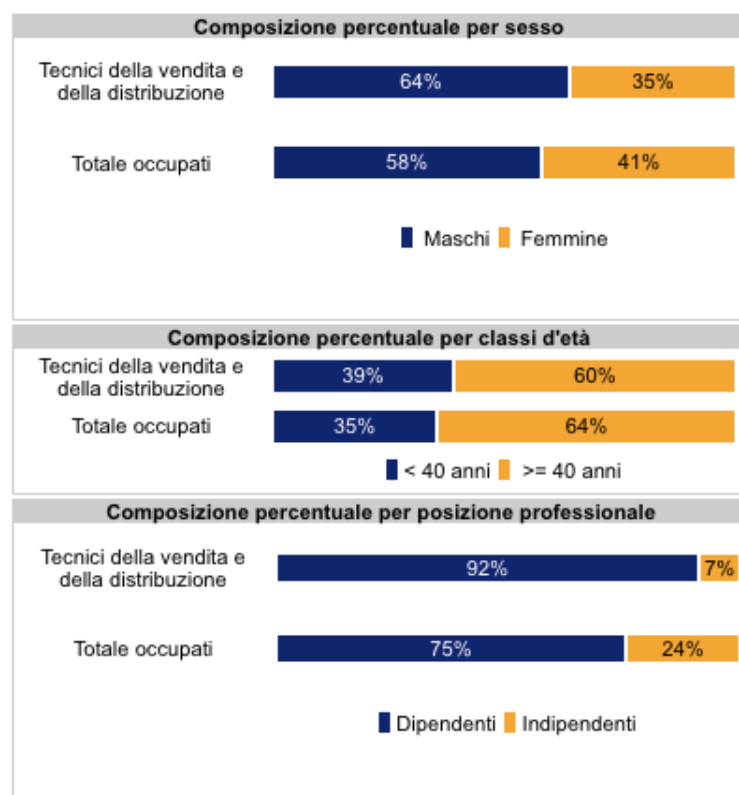
**LINGUA ITALIANA** Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**LAVORO D'UFFICIO** Conoscenza delle procedure amministrative e d'ufficio, dei programmi di elaborazione di testi, delle tecniche di gestione di archivi e di basi di dati oppure della stenografia e delle regole di trascrizione o di altre procedure e linguaggi previsti dal lavoro di ufficio.

### 1.3.5.3. Occupabilità

#### I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): **143**



### 1.3.6. Tecnici del marketing – (3.3.3.5.0)

#### 1.3.6.1 *Compiti e attività specifiche*

Le professioni comprese in questa unità assistono gli specialisti nella definizione di strategie e di ricerche per rilevare il gradimento sul mercato dei beni e dei servizi commercializzati, le condizioni di mercato e le possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi, per individuare situazioni di competizione, prezzi e tipologie di consumatori, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni in materia, analizzarle, organizzarle e presentarle in maniera rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.

#### 1.3.6.2 *Maggiori conoscenze richieste per indice di importanza (dati ISFOL)*

**LINGUA ITALIANA** Conoscenza della struttura e dei contenuti della lingua italiana oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**COMMERCIALIZZAZIONE E VENDITA** Conoscenza dei principi e dei metodi per presentare, promuovere, vendere prodotti o servizi. Comprende la definizione di strategie e delle tattiche di marketing, la loro presentazione, le tecniche di vendita e di controllo

**COMUNICAZIONE E MEDIA** Conoscenza della produzione dei mezzi di comunicazione, delle tecniche e dei metodi per diffondere informazioni, dei mezzi alternativi per informare e intrattenere in modo scritto, orale e visivo

**SERVIZI AI CLIENTI E ALLE PERSONE** Conoscenza dei principi e delle procedure per fornire servizi ai clienti e alle persone. Comprende la valutazione dei bisogni del cliente, il raggiungimento degli standard di qualità e la valutazione della soddisfazione della clientela

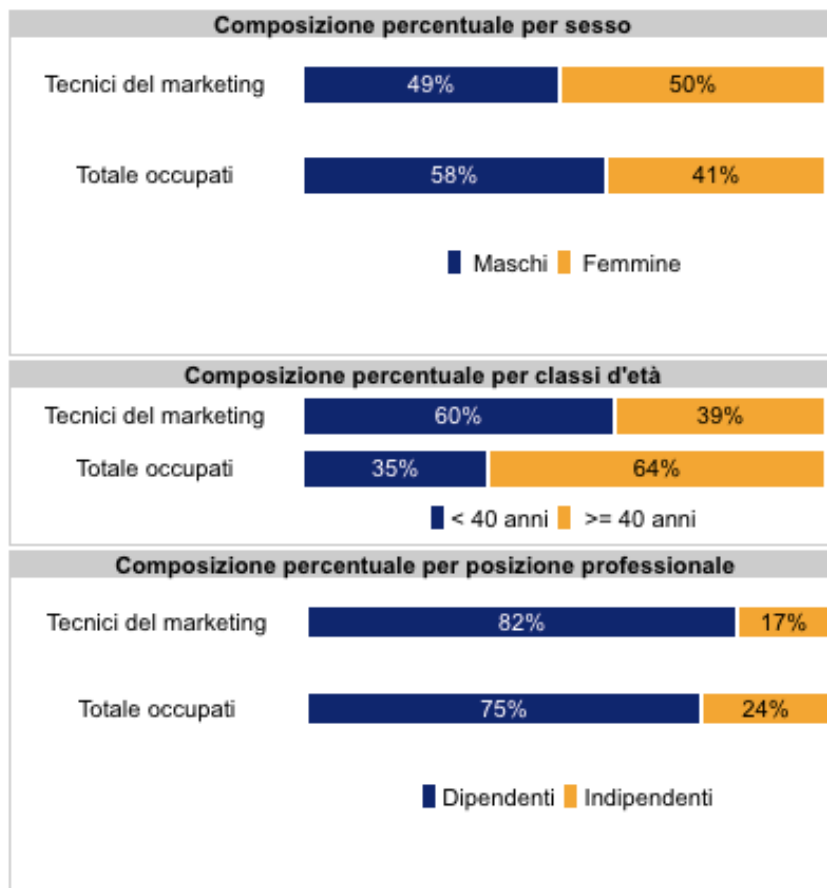
**LINGUA STRANIERA** Conoscenza della struttura e dei contenuti di una lingua straniera oppure del significato e della pronuncia delle parole, delle regole di composizione e della grammatica

**IMPRESA E GESTIONE DI IMPRESA** Conoscenza dei principi e dei metodi che regolano l'impresa e la sua gestione relativi alla pianificazione strategica, all'allocazione delle risorse umane, finanziarie e materiali, alle tecniche di comando, ai metodi di produzione e al coordinamento delle persone e delle risorse

### 1.3.6.3 Occupabilità

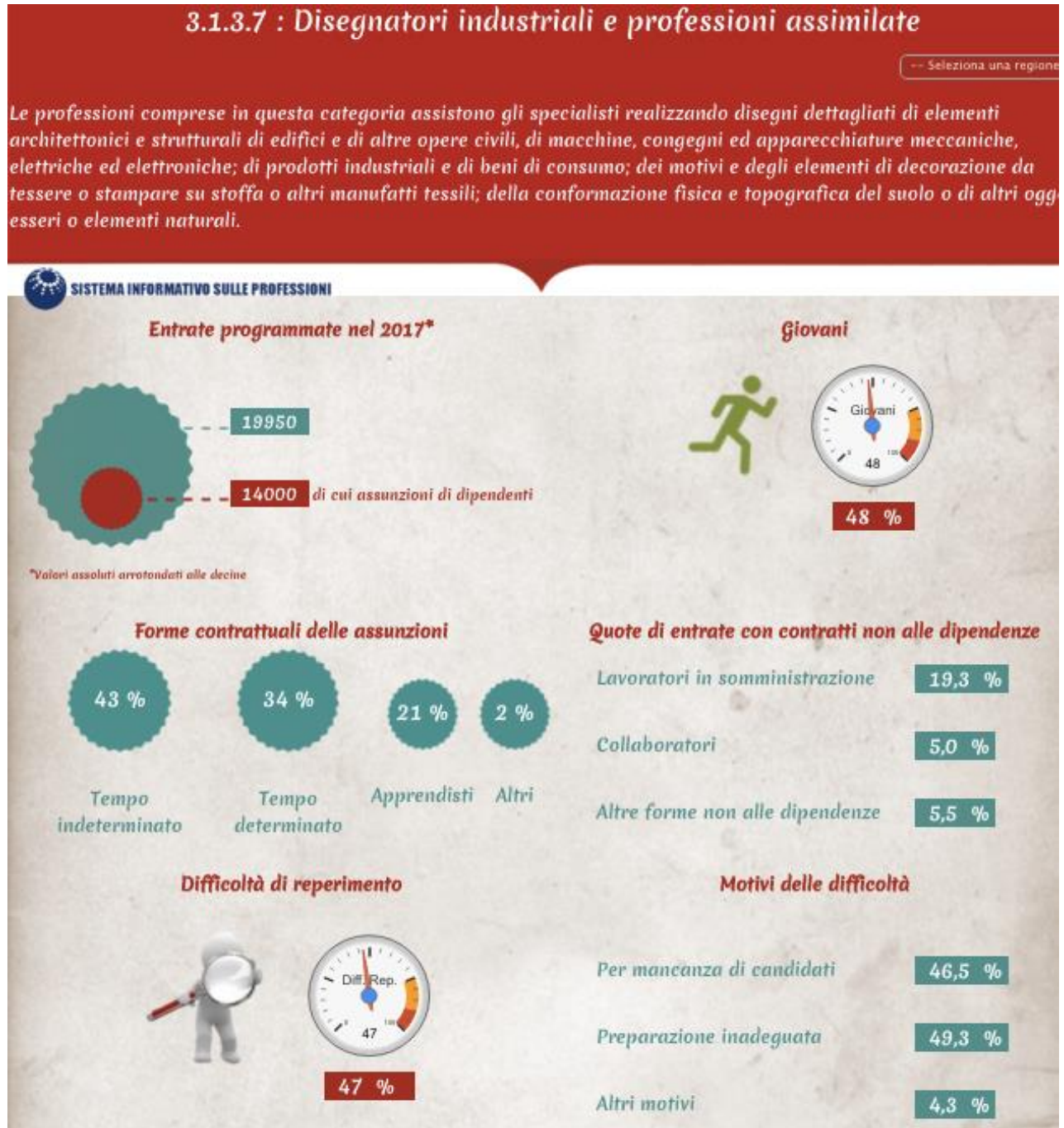
#### I DATI (media 2014-2016)

Numero di occupati nella professione (migliaia): 38



## 1.4 Le previsioni di assunzione secondo il Sistema Excelsior

Di seguito, in forma sintetica, si riportano alcune valutazioni tratte dalle informazioni e dalle elaborazioni del Sistema Informativo Excelsior per il 2017, curato da Unioncamere, che raccoglie i dati di previsione dell'andamento del mercato del lavoro e sui fabbisogni professionali e formativi delle imprese per i principali profili individuati .



### 3.1.5.3 : Tecnici della produzione manifatturiera

-- Seleziona una regione

Le professioni comprese in questa categoria applicano procedure, regolamenti e tecnologie proprie per gestire, organizzare, controllare e garantire l'efficienza, il corretto funzionamento e la sicurezza dei processi di produzione manifatturiera; verificano la qualità dei beni prodotti.



SISTEMA INFORMATIVO SULLE PROFESSIONI

#### Entrate programmate nel 2017\*



\*Valori assoluti arrotondati alle decine

#### Giovani



#### Forme contrattuali delle assunzioni



#### Quote di entrate con contratti non alle dipendenze

Lavoratori in somministrazione	21,7 %
Collaboratori	0,0 %
Altre forme non alle dipendenze	8,5 %

#### Difficoltà di reperimento



#### Motivi delle difficoltà

Per mancanza di candidati	63,4 %
Preparazione inadeguata	22,9 %
Altri motivi	13,7 %



### 3.4.1.2 : Tecnici dell'organizzazione di fiere, convegni ed eventi culturali

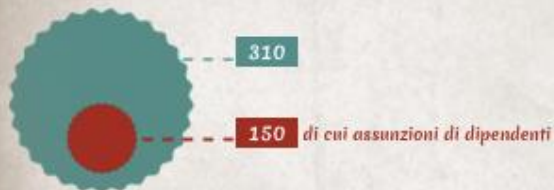
-- Seleziona una regione --

Le professioni comprese nella categoria forniscono servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere, collocano gli spazi gli ambienti espositivi disponibili, ne organizzano la fruizione da parte del pubblico e degli espositori; organizzano convegni, conferenze e ricevimenti garantendo accoglienza, socialità e servizi ai convenuti.



SISTEMA INFORMATIVO SULLE PROFESSIONI

#### Entrate programmate nel 2017\*



\*Valori assoluti arrotondati alle decine

#### Giovani



79 %

#### Forme contrattuali delle assunzioni



#### Quote di entrate con contratti non alle dipendenze

Lavoratori in somministrazione	0,3 %
Collaboratori	0,6 %
Altre forme non alle dipendenze	51,9 %

#### Difficoltà di reperimento



4 %

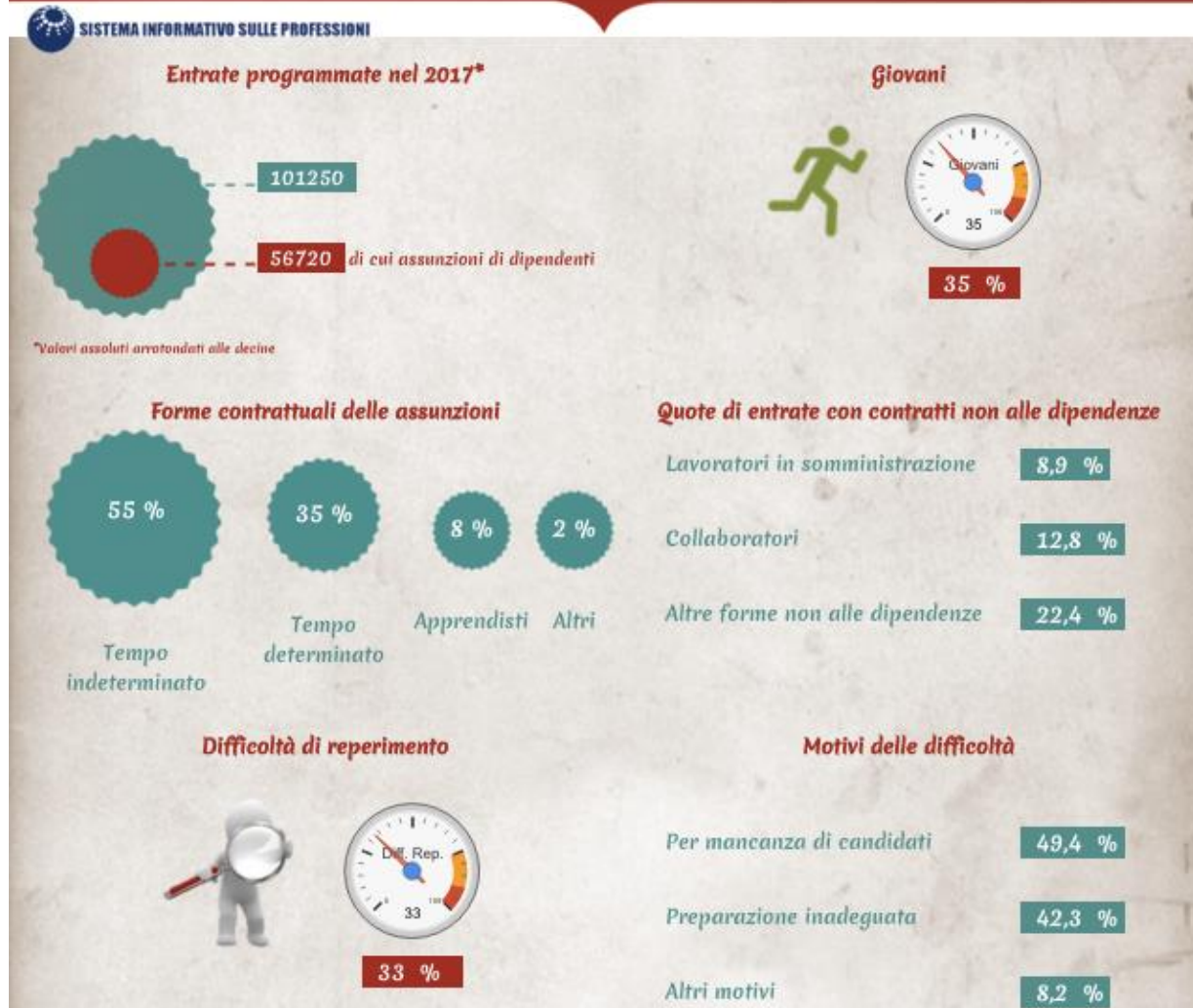
#### Motivi delle difficoltà

Per mancanza di candidati	54,5 %
Preparazione inadeguata	27,3 %
Altri motivi	18,2 %

### 3.3.3.4 : Tecnici della vendita e della distribuzione

-- Seleziona una regione --

Le professioni comprese in questa categoria assistono gli specialisti nella implementazione delle strategie di vendita delle imprese, nel controllo della efficienza della rete distributiva e commerciale e nel monitoraggio delle vendite, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni sulle vendite e sulle attività di distribuzione, per analizzarle, organizzarle e presentarle in maniere rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.



### 3.3.3.5 : Tecnici del marketing

-- Seleziona una regione

Le professioni comprese in questa categoria assistono gli specialisti nella definizione di strategie e di ricerche per rilevare il gradimento sul mercato dei beni e dei servizi commercializzati, le condizioni di mercato e le possibilità di penetrazione commerciale di prodotti o servizi; individuano situazioni di competizione, prezzi e tipologie di consumatori, ovvero applicano le procedure fissate per raccogliere informazioni in materia, analizzarle, organizzarle e presentarle in maniera rilevante e significativa a specialisti e responsabili del settore.



SISTEMA INFORMATIVO SULLE PROFESSIONI

#### Entrate programmate nel 2017\*

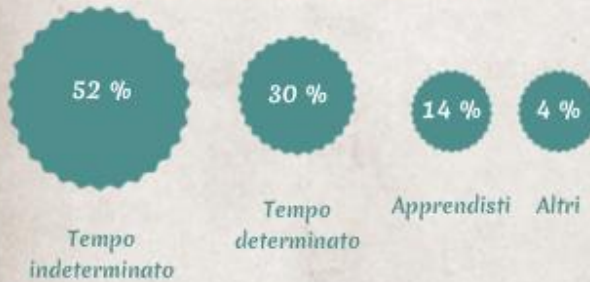


\*Valori assoluti arrotondati alle decine

#### Giovani



#### Forme contrattuali delle assunzioni



#### Quote di entrate con contratti non alle dipendenze

Lavoratori in somministrazione	13,2 %
Collaboratori	7,4 %
Altre forme non alle dipendenze	30,9 %

#### Difficoltà di reperimento



#### Motivi delle difficoltà

Per mancanza di candidati	26,7 %
Preparazione inadeguata	65,1 %
Altri motivi	8,2 %



## **2. BENCHMARKING DELL'OFFERTA FORMATIVA DEL CORSO DI LAUREA**

### **2.1 Analisi delle caratteristiche del corso di laurea nel quadro nazionale**

Alla classe di laurea L-4 “Disegno Industriale” fanno riferimento 24 Corsi di Laurea (CdL) inclusi all'interno dell'offerta didattica di 16 Atenei italiani, all'a.a. 2018/19.

La gran parte degli Atenei che contemplano il corso hanno attivato corsi legati al disegno industriale corso con caratteristiche abbastanza omogenee. Il corso poggia generalmente su una solida formazione di base a livello teorico e operativo nelle discipline del progetto cui si affiancano percorsi storico-critici relativi alla cultura del progetto e discipline umanistiche che interpretano i contesti socioculturali, insegnamenti tecnicospicifici relativi ai materiali e alle tecnologie. Alcuni Atenei tra cui San Raffaele, Politecnico di Milano, Università Vanvitelli e lo Iuav di Venezia hanno individuato nella moda una declinazione del corso. L'Università di Genova ha declinato un corso destinato alla formazione del disegno industriale per il comparto della nautica, mentre l'Università di Camerino ha individuato nell'attenzione ai temi ambientali una ulteriore declinazione del corso.

Secondo i dati del MIUR sul numero di iscrizioni e immatricolazioni per i corsi di L-4 frequentano il corso di studi circa 9.514 studenti per l'a.a 2017/18.

### **2.2 Il contesto degli Atenei telematici e il quadro regionale**

Tra le Università Telematiche solo la San Raffaele contempla il corso della classe L-4 nella propria offerta formativa. A tale corso secondo i dati MIUR per l'a.a. 2017/18 sono iscritti 183 studenti. Nel contesto laziale solo a Roma è disponibile un corso di studio della classe L-4 presso l'Università Sapienza, a l quale sono iscritti circa cinquecento studenti.

L'insieme delle informazioni esaminate mettono in luce in rapporto con le esigenze delle imprese, evidenziano una particolare positiva attrattività del corso che si propone.

## **3. ESITI DEGLI INCONTRI DI CO-PROGETTAZIONE DIRETTA E INDAGINI SUL CAMPO CON LE PARTI SOCIALI ED ECONOMICHE**

### **3.1 Modalità di consultazione e soggetti coinvolti**

I rappresentanti delle Organizzazioni rappresentative del mondo della manifattura e della produzione, delle professioni hanno espresso in varie occasioni unanime valutazione positiva, con particolare riferimento ai fabbisogni formativi e agli sbocchi professionali ed evidenziano come l'adeguamento al DM 270/04 del corso di laurea in “Product and Fashion Design” migliori la qualità della didattica e crei figure professionali rispondenti alle esigenze del mercato del lavoro a livello nazionale e internazionale.

### 3.2 Strumenti e modalità utilizzate per gli incontri

Nel novembre del 2018 è stato somministrato telefonicamente a 1.244 imprese italiane (su un campione di 5.320) un questionario, volto a identificare i Corsi di Studio che le imprese valutano di interesse maggiore in termini di occupabilità futura, ovvero la domanda del mercato del lavoro, i profili professionali che ritengono di maggior interesse per le proprie attività, la loro reperibilità e quindi la necessità di tali profili professionali nel breve e lungo periodo.

Il lavoro di consultazione della letteratura disponibile ha consentito una valutazione qualitativa delle potenzialità degli ambiti occupazionali di riferimento. L'incrocio delle informazioni raccolte attraverso il questionario e gli esiti degli incontri effettuati hanno evidenziato una domanda di formazione legata ai temi dell'industria culturale anche con particolare riguardo alla sua dimensione territoriale.

Il lavoro di consultazione della letteratura disponibile, e in particolare dei seguenti documenti:

- World Economic Forum, *The future of Jobs*, 2016,
- Mc Kinsey, *The business value of design*, 2017
- Unioncamere, *Imprese innovatrici*, 2017
- Symbola, *Design economy*, 2017
- Symbola, *I.T.A.L.I.A., Geografie del nuovo made in Italy* 2017.

L'analisi della bibliografia consultata mostra il quadro delle trasformazioni in corso che riguardano il ruolo del disegno di prodotto e dell'industriale legata al tessile e alla moda consentono una valutazione qualitativa positiva delle potenzialità degli ambiti occupazionali a livello internazionale e nazionale di riferimento.

L'incrocio delle informazioni raccolte attraverso il questionario e gli esiti degli incontri effettuati hanno evidenziato una domanda di formazione legata ai temi del disegno industriale con particolare attenzione alla moda.

Ai fini della progettazione l'Ateneo ha quindi costituito un Comitato Proponente (CP), istituito con Decreto Rettorale N. 75/2018 del 14 dicembre 2018 composto come di seguito:

- Prof. Tonino Paris, già Professore Ordinario Disegno Industriale Sapienza-, già Componente CUN, Fondatore e Direttore della Rivista Scientifica Fascia A ANVUR “Disegno Industriale”, fondatore alla Sapienza dell'area didattica e di ricerca nel Design.
- Prof. Giordano Bruno, già docente di Matematica Sapienza – Direttore ISIA – Valutatore ANVUR
- Prof. Riccardo Tiscini Ordinario SECS-P/07 presso l'Università Telematica “Universitas Mercatorum”.

Il Comitato Proponente a valle di un processo consultivo informale ha individuato un Comitato di Indirizzo (CI), con il quale è stata completata la co-progettazione del CdS. Il CI composto da una rappresentanza istituzionale e da alcuni esponenti del tessuto produttivo e si è riunito il 15 gennaio 2019.

Con Decreto Rettorale n. 2 del 16 gennaio 2019 secondo le Linee Guida per la costituzione dei Comitati di Indirizzo emanate di Ateneo (DR n. 18 del 18.10.2017) è stato istituito il CI.

La bozza della parte ordinamentale della SUA CdS è stata progettata dal CP con il CI ed è stata sottoposta alle parti interessate attraverso l'invio di un questionario tra dicembre 2018 e gennaio 2019. Gli esiti del questionario sono stati confrontati con l'analisi documentale parallelamente condotta dal CP. Il questionario è stato indirizzato a incrociare le attitudini e le competenze previste per ogni professione individuata nella Scheda SUA secondo l'applicativo ISFOL Fabbisogni imprese (<http://fabbisogni.isfol.it/>) con le esigenze espresse dai soggetti coinvolti. Nella riunione conclusiva il progetto del CdS è stato sottoposto all'attenzione del comitato proponente per un ultimo parere.

I materiali relativi sono disponibili all'indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/progettazione-nuovi-cds-aa-20192020/cds-l-4>

### 3.3 Incontri con le parti sociali ed economiche

Il confronto con le parti interessate ha visto il coinvolgimento informativo e il confronto con:

- CGIL
- Confindustria
- Cisl
- Uil
- Confcommercio
- Federterziario
- Ordini Professionali e colleghi (Psicologi, Periti, Ingegneri)
- Società Scientifiche
- Confassociazioni
- Alleanza delle Cooperative
- MIUR/Ex AFAM
- ADI - Associazione per il Disegno Industriale
- Pianoforte Holding
- Dolce&Gabbana
- Camera Commercio Roma
- Artex
- ENEA
- Dainese
- Luxottica
- Schubert
- ISIA
- Harmont and Blaine
- Symbola
- BMT - Borsa Merci Telematica Italiana

- Wurth Srl
- Sistema Moda Italia
- TARì
- Brunello Cucinelli
- Fendi Srl

Per l'analisi del quadro internazionale è stata effettuata la consultazione con la Rete Eurochambres.

La documentazione relativa all'indagine è disponibile al seguente indirizzo:

<https://www.unimercatorum.it/progettazione-nuovi-cds-aa-20192020/cds-l-4>

### **3.4 Suggerimenti avanzati dalle parti sociali ed economiche**

Nella progettazione del Corso di Laurea in “Product and Fashion Design” sono stati interpellati alcuni attori rappresentativi del settore, di livello locale, nazionale e internazionale, coinvolgendo rappresentanze e associazioni di settore, oltre ad alcuni rappresentanti delle imprese del settore dell'abbigliamento e della manifattura. Sulla base dei buoni risultati, soprattutto in termini di esiti occupazionali, ottenuti fino ad oggi dal Corso di Studio laddove avviato e sulla base dei riscontri ottenuti, si ritiene che il Corso di Laurea risponda adeguatamente alle esigenze, in termini di competenze professionali, manifestate dal mondo del lavoro. I diversi portatori di interesse hanno confermato il loro interesse verso il Corso di Laurea per la formazione ed evidenziato il valore della declinazione al connubio tra impresa design di prodotto e design della moda, confermando unanime valutazione positiva con particolare riferimento ai fabbisogni formativi.

I principali suggerimenti avanzati, meglio desumibili dai verbali caricati e dai filmati degli incontri riguardano:

- ➔ Il ruolo delle competenze legate all'innovazione, anche con riferimento all'economia circolare.
- ➔ Il ruolo delle competenze legate all'internazionalizzazione e ai nuovi mercati.
- ➔ La necessità di ampliare la parte applicativa con laboratori virtuali.

L'Ateneo ha infine avviato un cantiere di lavoro articolato in una serie di azioni ulteriori di accompagnamento alla progettazione delle schede insegnamento, attraverso convegni e seminari ad hoc, che consentiranno di proseguire il lavoro.