

istitutomarangoni 
enhancing talent since 1935

fashion

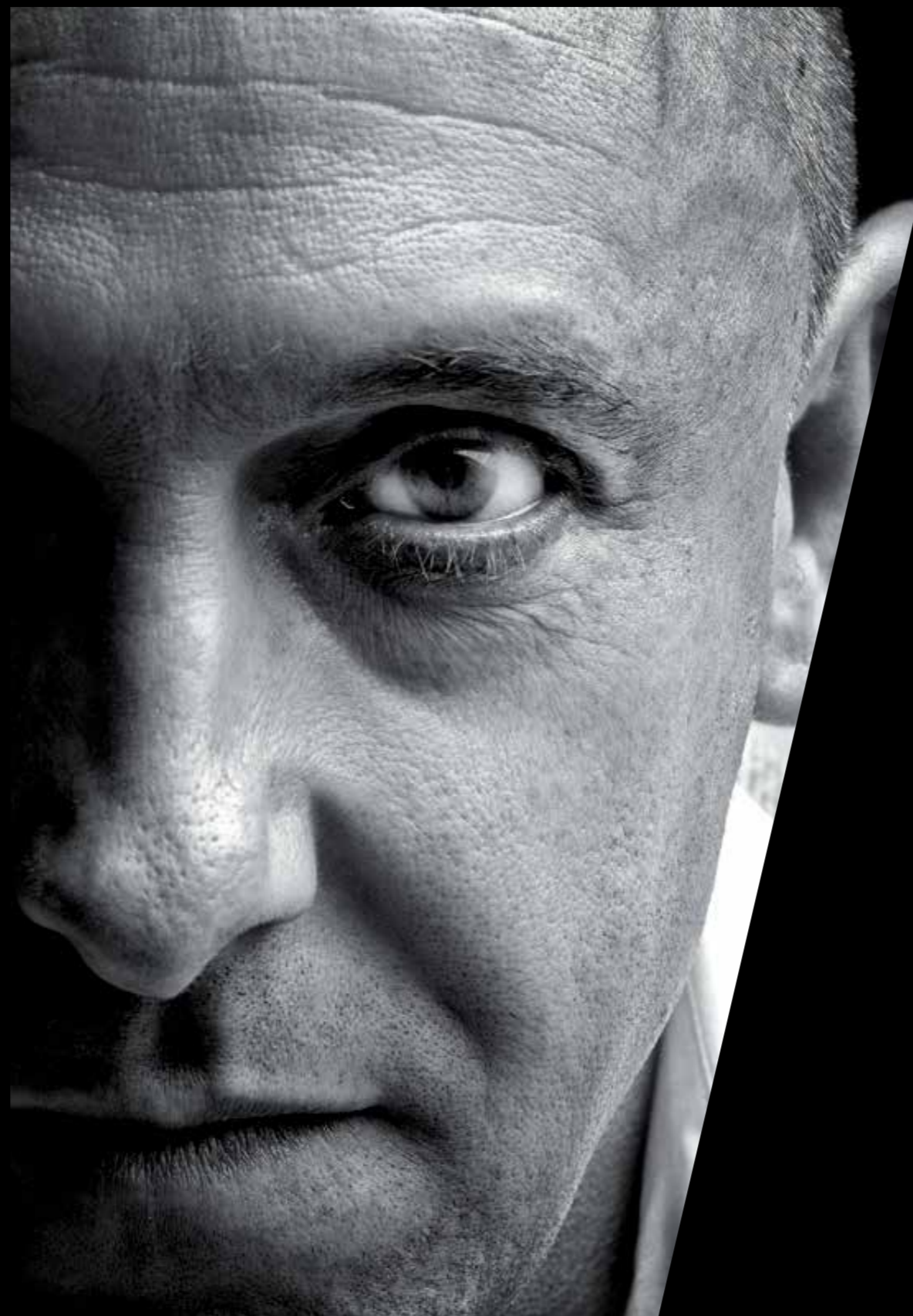
COURSES

SCHOOL



school





ovunque il talento parla italiano.

A Londra come a New York, a Pechino come a Mumbai, l'accoppiata moda-design (assieme alla cucina, a dire il vero) viene celebrata a icona dell'italianità nel mondo, permeando di valori specifici un ambito - il Made in Italy - costituito da molteplici soggetti, prodotti, stili, elaborazioni e dettagli interscambiabili e, come tali appunto, intersettoriali e multidisciplinari.

Per chi non opera in entrambi gli ambiti, come Istituto Marangoni, potrebbe risultare comunque piuttosto dubbia e improbabile l'identificazione di questi due mondi come parte di un unico fronte storico-culturale distintivo, nazionale, fatto di funzionalità, sperimentazione, genio imprenditoriale e artigianalità: il genius loci italiano.

Eppure proprio questo bridge (il progetto come espressione creativa e la sua gestione come espressione imprenditoriale) è la base della vincente metodologia di insegnamento di Istituto Marangoni da quasi 80 anni un perfetto mix di visione creativa e visione imprenditoriale che dal 1935 è il tratto caratteristico di un modello di insegnamento unico, distintivo, personale e decisamente italiano.

Dalla sua fondazione ad oggi, Istituto Marangoni non ha mai smesso di credere nel valore della formazione, aggiornando costantemente programmi e corsi all'evoluzione del mercato e delle tendenze, per rispondere puntualmente ai bisogni di un settore spesso sottovalutato dalle strutture scolastiche pubbliche. È così che le scuole di Milano, Londra, Parigi e Shanghai hanno formato il talento di quattro generazioni di professionisti, in tutto il mondo.

E qui si ritrovano più di 2.500 giovani talenti, da 92 differenti nazioni: un incomparabile network di studenti che diventa una preziosa fonte di contatti di lavoro, di scambi culturali, di progetti creativi. Gli studenti vengono consigliati e guidati nella scelta dei corsi e i potenziali candidati vengono informati tempestivamente, in qualsiasi parte del mondo si trovino, dei corsi a loro disposizione. Inoltre, numerose borse di studio vengono dedicate agli studenti più meritevoli e con maggiore talento. E alla fine del percorso formativo, un momento eclatante per tutti: il Fashion Show. Uno spettacolo dove la moda e gli studenti sono protagonisti assoluti, con le loro creazioni.

Questo è quello che chiamiamo "Marangoniness", il genius loci italiano nell'insegnamento della moda.



London

Paris

Milano

Shanghai

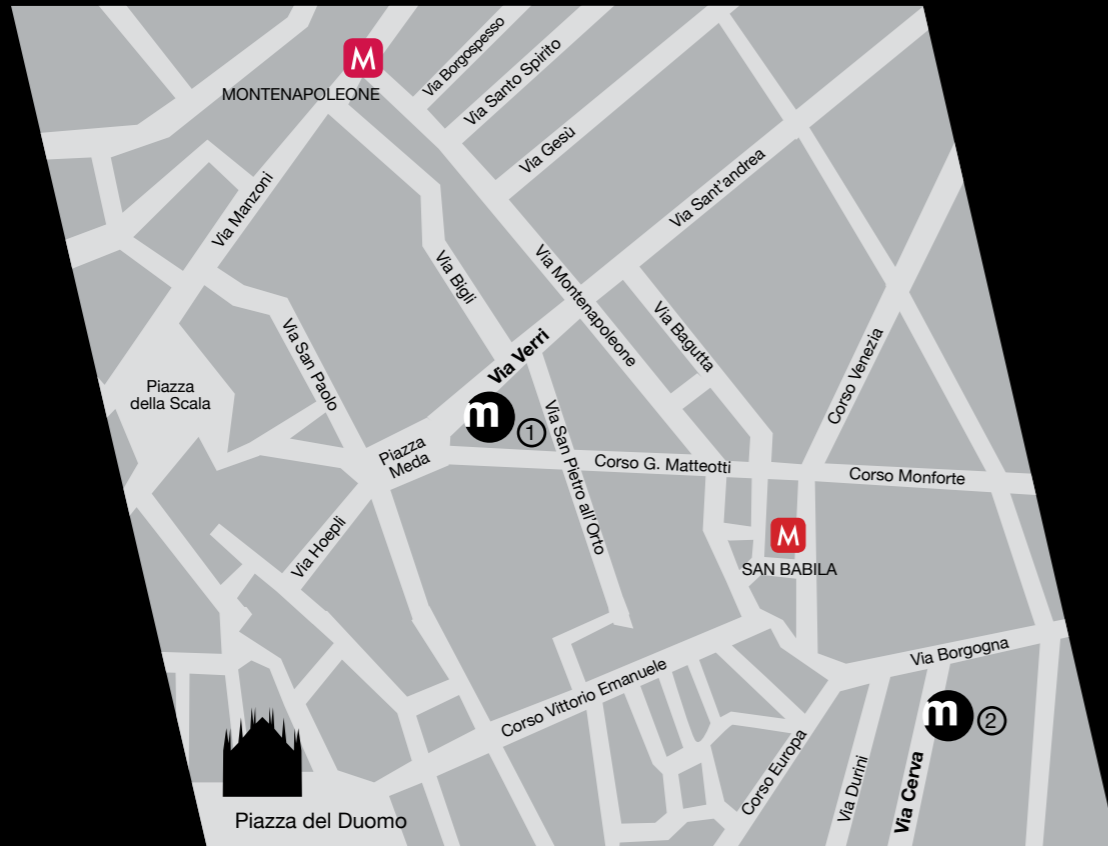
quattro capitali
mondiali
per coltivare
la creatività, il talento
e la passione
per la moda.

L'offerta formativa di Istituto Marangoni è fortemente legata alle quattro scuole dedicate esclusivamente al fashion, nelle capitali della moda mondiale: Milano, Parigi, Londra e Shanghai.
Quattro spazi in cui talenti-studenti si incontrano e si confrontano con il variegato universo "moda", attraverso un approccio che comprende sia teoria che pratica e che mette insieme il progetto e la sua gestione. Numerose sono le discipline che impegnano gli studenti in percorsi formativi di durata e livello differenti a seconda della scuola scelta, per guidare lo studente verso quella che sarà la sua professione futura.



milano, in pieno "quadrilatero della moda".

Qui è nato Istituto Marangoni, qui si sono formati i grandi nomi del prêt-à-porter italiano: Domenico Dolce, Franco Moschino, Alessandra Facchinetti. La scuola si trova in pieno centro città, a due passi dalla via della moda per eccellenza, via Montenapoleone, nel cosiddetto "quadrilatero della moda". A Milano la moda è ovunque e presso Istituto Marangoni gli studenti trovano gli strumenti per interpretare e guidare le tendenze, attraverso programmi di studio costantemente aggiornati e attualissimi. Qui vengono formati professionisti e tecnici altamente specializzati, pronti a lavorare nel mondo della moda ai più alti livelli creativi, organizzativi e commerciali. Con l'avvenuta apertura della Design School di Milano, alcuni corsi saranno tenuti sia nella Fashion School (1) che nella Design School (2).





parigi, un nuovo spazio nel centro cittadino.

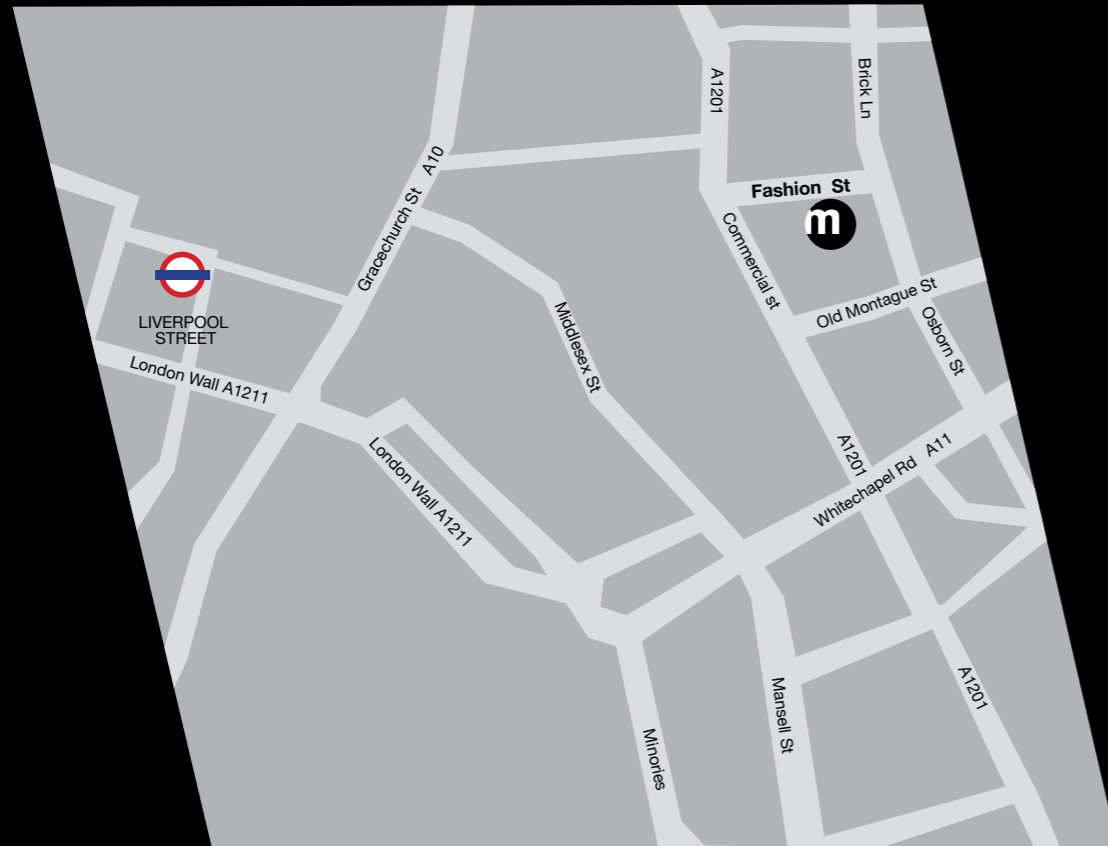
La scuola di Parigi si trova a pochi minuti da Place de l'Opéra e nei pressi di Faubourg Saint Honoré, in un palazzo di 7 piani da cui si respira l'aria delle più importanti maison parigine: Chanel, Hermès, Lanvin, ecc. La scuola di Parigi offre una formazione che parte della storia della haute couture fino alla moda contemporanea. Ogni giorno, in aula, gli studenti si confrontano con affermati professionisti provenienti dalle principali maison francesi, in modo da sviluppare le loro abilità in ogni area del sistema della moda, dalla consulenza all'editoria al marketing.





londra, nell'east end dell'avanguardia.

La scuola di Londra si trova nella zona artisticamente e creativamente più cool della città: Shoreditch. Il posto giusto per guardare al futuro, circondati da stimoli visivi e culturali. Qui nascono i nuovi stili, le nuove tendenze, nella moda come nell'arte e nel design, ma anche risiedono le star del cinema e aprono i battenti acclamati ristoranti di chef stellati. Frequentando la scuola di Londra di Istituto Marangoni, gli studenti possono entrare in contatto con un mondo in evoluzione, accompagnati da un corpo docente motivato e pronto a condividere le proprie conoscenze e know-how.





shanghai, la nuova frontiera di plaza 66.

Il Fashion Training Centre di Shanghai rappresenta lo sguardo dell'Italia che si proietta sul futuro del mondo, sulle nuove dinamiche e i nuovi trend del mercato della moda internazionale e asiatica. Nato per trovare nuovi punti di contatto tra la cultura della moda italiana e le nuove professionalità asiatiche, il Fashion Training Centre offre corsi brevi e specializzati, finalizzati al fashion design, al retail, al visual merchandising e alla modellistica.





la moda, secondo i nuovi protagonisti.

Sviluppare competenze, far crescere nuovi talenti. Dal 1935 questa è la missione di Istituto Marangoni, sempre con l'obiettivo di fornire i migliori strumenti per esprimersi creativamente. A Milano, Parigi, Londra e Shanghai, nelle aule delle scuole di Istituto Marangoni, quattro generazioni di professionisti provenienti da 92 nazionalità hanno messo alla prova il proprio talento, rappresentando il patrimonio storico della scuola.


Oggi Istituto Marangoni è un affermato e riconosciuto laboratorio di cultura estetica in stile europeo, ad altissimo imprinting italiano, che collabora con le più interessanti firme del settore e con docenti in grado di trasmettere la loro professionalità, per formare l'eccellenza di domani. Si tratta di docenti-professionisti, in grado di contestualizzare l'apprendimento in aula con le realtà del mercato. Il percorso didattico comprende un costante contatto con le più importanti aziende e case di moda, le stesse che si rivolgono ad Istituto Marangoni per scegliere i protagonisti di domani.



insegnare la moda, tra creatività ed imprenditorialità.

È possibile insegnare la moda? Probabilmente era questa la domanda che, nel 1935, si pose Giulio Marangoni, famoso per i suoi abiti che vestivano l'aristocrazia italiana, quando decise di fondare, a Milano, l'Istituto Artistico dell'Abbigliamento Marangoni, una scuola dove formare professionisti e tecnici altamente specializzati in un campo che era dominato dalla Francia e dai suoi couturier.

Nei suoi quasi 80 anni, Istituto Marangoni non ha mai smesso di credere nel valore dell'istruzione e della formazione, aggiornando costantemente i programmi e i corsi per renderli sempre più adeguati all'evoluzione della domanda dello stile e del mercato, per rispondere opportunamente ad un settore, spesso "snobbato" dall'istruzione pubblica, soprattutto in Italia, in modo da creare un ponte ideale tra il progetto come espressione creativa e la sua gestione come espressione imprenditoriale.



i nuovi talenti sfilano qui.

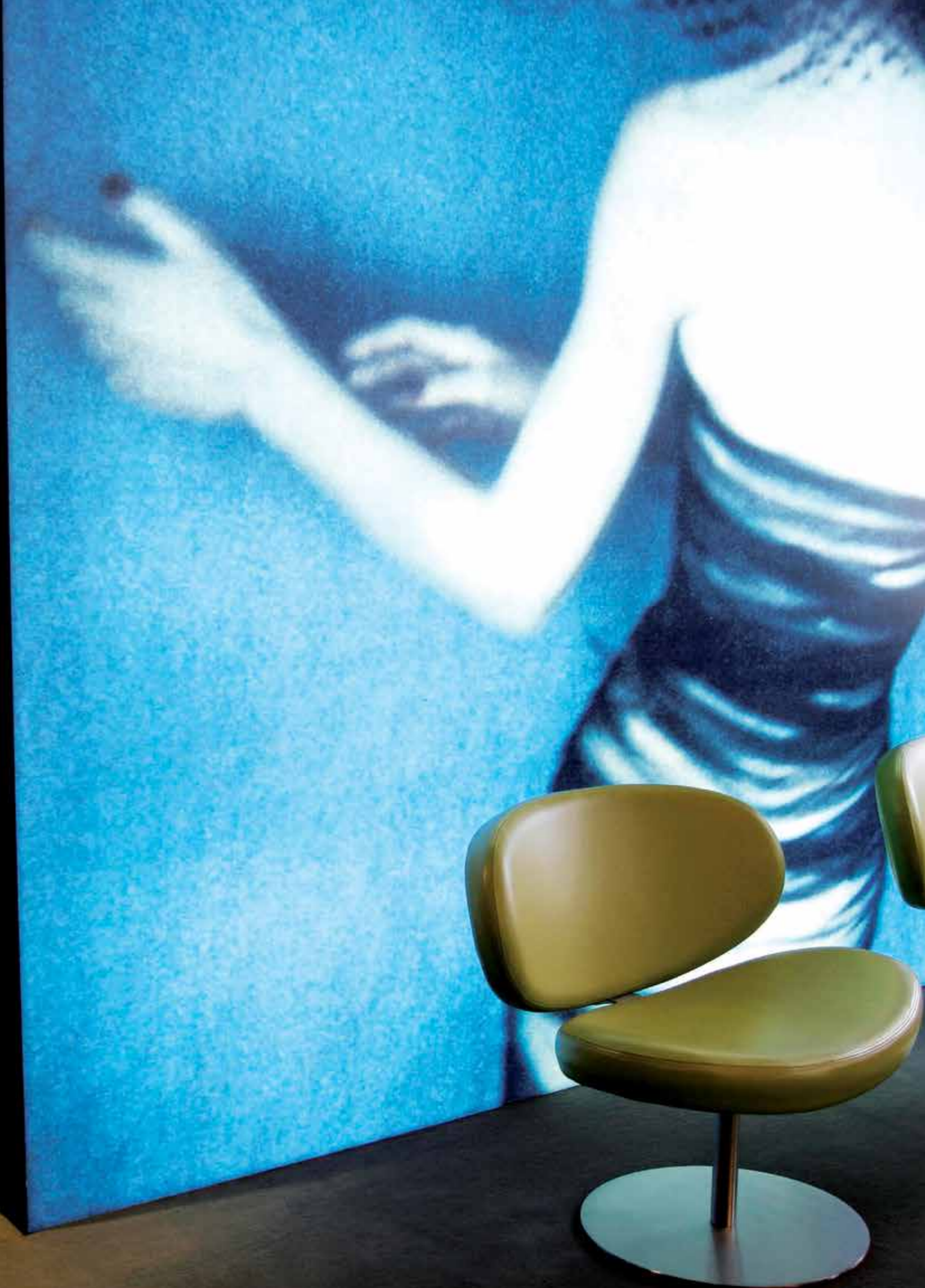
Il pubblico, le luci, l'adrenalina che sale, gli ultimi ritocchi ad un abito, il cuore che batte all'impazzita, la gioia degli applausi, la passerella: queste sono le sensazioni che prova un professionista nella moda con ogni collezione. Gli studenti di Istituto Marangoni si sentono allo stesso modo quando partecipano al "Fashion Show" nelle varie sedi della scuola. Si tratta di un evento preparato con molta attenzione durante il quale gli studenti selezionati mostrano le loro abilità ad un'audience di specialisti (case di moda, blogger e giornalisti del settore).

Il Fashion Show è un'esperienza unica che rappresenta il primo passo per entrare nel mondo del quale saranno i protagonisti. I diplomati più meritevoli del corso triennale di Fashion Design avranno l'opportunità di vivere in prima persona l'esperienza di creare una vera collezione, dalla preparazione dei bozzetti alla scelta dei materiali, fino alla creazione dei loro outfit, inclusi gli accessori. Una commissione selezionerà tre finalisti, dichiarandone poi il vincitore, il quale sarà premiato con un premio speciale.

Tutti gli studenti dell'ultimo anno dei corsi triennali sono invitati a partecipare ad un concorso interno per il quale Istituto Marangoni mette a disposizione una borsa di studio totale per un corso Master. Una giuria composta da esperti nel settore, sia interni che esterni alla scuola, assegnerà al miglior studente una borsa di studio per proseguire la propria formazione didattica.

enhancing talent since 1935.

I professionisti di oggi per quelli di domani. Un laboratorio storico di cultura artistica ed estetica in una matrice internazionale. Oltre 2.500 talenti-studenti provenienti da 92 paesi. Eccellenti relazioni industriali in Europa e nel mondo. Scuole dal design e dall'ambientazione unica, nelle zone più esclusive del centro città delle capitali mondiali della moda. Un'offerta didattica completa e multilingue. Una rete ineguagliabile di alumni che costituisce una preziosa fonte di contatti di lavoro, scambi culturali e di ispirazione progettuale. Un network globale di partner ed uffici di rappresentanza per orientare e informare, in maniera puntuale, i potenziali candidati in tutto il mondo. Partecipazione diretta al "Fashion Show" dei migliori studenti, al termine del loro percorso formativo. Un vasto programma didattico per gli studenti più meritevoli e talentuosi. Tutto questo è, in sintesi, la "Marangoniness", un mix unico e prezioso, nato dall'incontro tra la scuola storica e le fondamenta "dentro" l'industria, dove product manager, stilisti, designer, esperti di marketing, agenzie di consulenza, fotografi, buyer, art director, interior designer, communication designer provenienti dalle migliori aziende operanti nel settore, che all'insegnamento nelle scuole di Istituto Marangoni non solo affiancano le loro esperienze lavorative quotidiane in studio, agenzie di consulenza, di produzione, distribuzione e case editoriali, ma inevitabilmente portano questo stesso valore pragmatico all'interno delle aule. We say Bravo.



the who's who

Il "who's who" dei diplomati di Istituto Marangoni è arricchito ogni anno con prestigiose firme dell'industria della moda.

dolce&gabbana domenico dolce / moschino franco moschino / umit benan / nicola brundage / paula cadermartori / susanna cornet co-te tomaso anfossi e francesco ferrari / barbara e lucia croce / alessandro de benedetti / francesco di giorgi / funlayo deri / ruggero de santis / alessandra facchinetti / licia florio / roberto fragata bianca gervasio / olivier green / stefano guerriero / aurelia hoang / paolo isoni / liron itzhakov / antonina izmaylova / marios loizoi / rafaellopez cristinamiraldi / katrinamootich / alexandropalombo / maurizio pecoraro / alessia prekop / andrea pompilio / pamela quinz / lisa rubini / emma swimmwear emmanouela iliaki / vera thordardottir / tvscia alisa soldini e lucia padrini est.her esther van der berg / harper's bazaar thailand duang wannaporn abercrombie & fitch enrique cordero / valentina lucia artigas espinoza sarah mathilde chan kin / acne paper sivan surrie / adidas y3 olivia igwe alberta ferretti kristel papagna / alexander mcqueen marasmi apsari / piyaporn tantivorawong / eline carmen westerhof / aquilano rimondi elisa cuttone arcadia group sophie wayne / atelier to go carina arab / balenciaga sofie insam balmain justine chomette / belstaff adriana belonic / benetton lisa durante blancha alessandro di lorengo / bonnet a pompon / carmen estrada gutierrez bottega veneta luca giovanni valentini / beatrice botto / chiara zampini / burberry mery kfour / elizayet vrtskikh / qi chen / alexia guanabara sednaoui / calvin klein francesca re / lars alexander bepler / rea dae lilliard / linnea johnson / canali lorenza sala / celine maria beatriz menendez de la serna / juliana ramos siqueira chanel maria enciso / shana vernoux / chloé geraldine chevrolet / christian dior zлата savostova / raffaella suaria / comeforbreakfast francesco alanga cos joanna brimstad / sigrid cristina osvald / cute circuit marina delgrno damir doma antonina khrokina / david koma marcos batuecas / diane von furstenberg margherita garosci / diesel liana giousmi / dolce&gabbana flavia malta pasquale grosso / dove magazine italy chiara ugo baudino / dressing the man marine serpe / dsquared2 daniele cetroni / benedetta ghetti / egomark wen tang klara anna emilia norri / erdem esteves joana / luise charlotte / estee lauder josephine lewing etro carlotta bovio / benedetta de luca / giulia cortella / valentina dolce / farftech marine helene laurence mechin / fashion buro kzakhstn anara khamitova / fast retailing celia dubois / fitch wwp rishika nayak / frankie morello lorenzo oddo / francesca agueci mariana de Barros guimares / frenchologie cecilia caoville / fyodor golan golan frydman gareth pugh dorotea pospihalj / giambattista valli nicola brognano / gianfranco ferrè giorgia vernotti / giorgio armani rocco iannone / gaia mainetti / maria santos laguna / givenchy francesco terra / katja luostarinen / elisabeth van hammé / glamour italy valentina di pinto grazia italy federica salto / h&m desiree pagadauan / harrys harf london giulia acchiardi hermès lisa scopel / hugo boss marianna aloisi / hussein chalayan jessica lomax / simone caroline leimgruber / img amaya gonzales lantero / imperfect perfectionista elina galuga isabelle martine martina frppi e anais copini / iyilisa lena savchenko / jil sander giorgia vernotti / thea cozzi / jimmie martin & mccoymarianna ermoshina / jimmy choo sophie schrinzi francesca adovasio / jo no fui alice ferraro / joe fresh sezin calikoglu jonathan saunders emma maria bergren / joseph limited julie catrin adler / karl lagerfeld veronica ambrosetti / karla otto valerie richardson / kenzo ayse arel / kinder agugini maria moiseeva / kristian aadnevik viviana de ferrari mariategui / l'official homme italy alessandra faja / l'wren scott simon jacob sonar / hanna alexandra svedberg / la rinascenza sara el wazzan / lanvin maria giulia migliore / françois allard / larusmiani alice etro / les hommes jonathan stern / liberty marlene stensdotter drennow isabela falcao yres e silva / lifung trading federica sampogna / loewe inese maestro marcet / louis vuitton davy pittoors / agnès limonaire / m.h.alshaya stine reinfjell bjornoy / marlboro classic erica perin / mao fanni szokoli / marco bologna marco giugliano / matteo franchetto / marie claire claire alice piemonti / marika vera lingerie marika vera / marni giulia longo / rita favatà / mary katrantzou simona rumenova stoyanova / spyridoula varvara tzemari / mary lint samara toscani chini / massimo dutti setare badi / matrix sourcing ansa hasan/ maurizio baldassarri bianca omeldo / mawi valeria maria pratto / max mara federica botti / mirja rosendahl menswear mirja rosendahl / moschino valeria capra / mtv avinash kalra / mulberry julia tabore my wardrobe vanessa marieke / anna eva fischer naza yousefi accessories naza yousefi / ndalo media ntokoza kunene / neil barret marta mukenge / net a porter isabela garcia moreno / no uniform maria natividad buitron prats / not just a label anastasia maria kaplan / andrew maxwell mcbride peterson numero leonie gwerder / olivier theyskens steffy bauwens / paco rabanne frederic alexander / cristina maura paolita anna paola papaconstantinou / laura jacqueline steckl / patricia nicolas sinome johanna aleida versteegh / alejandra orozco de la garza / patrizia pepe filomena cavallaro / giuditta goggioli / paul smith karin helena tellow / anna nordin / philipp plein alessandra macellaro / desise saltz / piazza sempione anna bulatova / pierre ancy francesco polimeno / pixelway noelia careddu / pollini mario amerigo di castri / pop & roy mimo havstad / porzia t paola pessariol / prada elena gatti / elisa parpinelli / giulia felicani / ah young kim pringle of scotland sophie marie zovighian / claudia gamba / puma by hussein chalayan louise korner / raoul giulia abruzzese / ratti marta cucciniello / ines massi / red by wolves shoes lena lecain lipp / renato corti stefano bordogna / rené caovilla wenbo yu reward style raphael ludwig hartmann roggendorf / riccardo grassi showroom mariangela capasso / richard nicoll maria sbiti / roberto cavalli andrea laura / siro brigiano / francesco corcione ji sun lee / rosa clandestino silvia argüello / safilo priyanka prdhan / saint laurent paris alice lefons / elisabetta perissuti cayetana blanco masaveu / salvatore ferragamo alida paradiso / see by chloé fabio alfonsi / sergio daricello sergio daricello / sergio rossi guilherme cury / silver spoon attire claire avigail stella mccartney allegra sacerdoti / sugarfree natalia georgala / taylormade aigerim rayimkulova / temperley london martina maempel / tod's beatrice mandorlo valeria esteve gonzalez / tom ford charlotte olivia lewis / jeannine desiree ellen schulze / ubi sunt menswear aidin sanati / valentino rachele tonelli / giuseppe caserta / giordana marino / daniele bigiani / veronica moncho lobo victor manuel alvarez gonzalez / jekaterina petrusenko / versace dario vecchione / danil wong / fernanda zeeman / vivienne westwood alexandra katie elizabeth besterman / isabelle chidenius / vogue spain noelia terron / wallpaper magazine anna khimich / whyred johan fondberg / zegna juhyung jung / lixuan wang

careers service

Nel 2013, gli uffici di Careers Service delle scuole di Milano, Parigi, Londra e Shanghai hanno predisposto più di 500 stage e tirocini lavorativi per le maggiori aziende di moda europee.

abercrombie&fitch / adidas / aeffe aganovich / agatha ruiz de la prada ahilya / alberta ferretti / arello / antonio berardi / antonio fusco / antonio marras apc / aquascutum / aquilano rimondi arise magazine / asos / asprey / astley clarke asudari ltd / austique / baartmans and siegel balenciaga / ballantyne / bally banana republic / bcbg / bcbg max azria belstaff/benetton/bettyjackson/bikkembergs blow pr / blune / borbonese / borsalino bottega veneta / boutiqueye buying office limited brand studio / brooks brothers / browns london brunello cucinelli / burberry / calla / calvin klein camille de dampierre / canali / caroline herrera cartier / celine / chanel / chloé / christian dior coccinelle / comptoir des cotonier / conde nast international / cos / costume national / courrèges cube pr / cute circuit / dazed&confused / diane von fusternberg / diesel / djurdja watson / dkny jeans press office / dolce & gabbana / dom&ruby dorothy perkins / dries van noten / dsquared2 / dust pr egomark / elastic design / elite / elle / emap / emilia wickstead / emilio pucci / enb / erdem / ermenegildo zegna / escada / estee lauder / etro / fabergé / fashion east / fashion scout / fast retailing / fendi / firetrap fourmarketing / francesco scognamiglio / franck sobier frankie morello / fred perry / fyodor golan / gap / gareth pugh / giambattista valli / gianfranco ferrè / gianni versace giorgio armani / giuliano fujiwara / goodley pr / grazia gruppo coin / gucci / guess / gus&stella / h&m / harrys of london / harvey nichols / hemyca / hermès / house of hackney hugo boss / hussein chalayan / i-d / img / inbar spector inditex / industrie mag / innocenza / inticom / invincible media group / ipc media / ipr / isabel marant / issa couture issey miyake / izma ylova / j mendel / jaeger / jane carr / jean charle de castelbajac / jean paul gaultier / jeckerson / jil sander jimmy choo / jo no fui / john lewis / johnatan kelsey / johnatan saunders / joseph limited / julia clancey / karma / kenzo / kris van hasshe / kristian aadnevik / kurt geiger / l'official homme l'oréal / l'wren scoot / la perla / la rinascenza / lafardère active lanvin / larusmiani / lee kablin / les chiffoniers / liberty / louis vuitton love magazine / maison martin margiela / mango / marios schwab markus lupufer / marni / mary katrantzou / matthew williamson maurizio pecoraro / mawi limited / max azria / max mara group maxime simmoens / michael kors / michael lewis / miroglio group missoni / moka london / moncler / moschino / mp select / mulberry / muse de la nacre / myriam volterra / n°21 alessandro dell'acqua / neil barrett net a porter / nicholas kirkwood / nicola formichetti / nicole fahri / nina ricci no uniform / normaluisa / not just a label / orciani / oviessa / paco rabanne pambianco / paolita / patricia nicolas / patrizia pepe / paul smith / peter pilotto / philipa lepley couture / philipp plein / pierre balmain / pitti imagine plein sud / pollini / polo ralph lauren / prada / precious / princesse tam tam pringle of scotland / puig / puma / pura lopez / quasimi / ralph lauren / reiss press office / rené caovilla / reward style / richard nicoll / roberto cavalli / roger vivier / roksanda llincic / saint laurent paris / salvatore ferragamo / santoni sarah richardson / sari spazio / sergio rossi / simon hamilton interior design siviglia / snow pr / sonia rykiel / sophie halette / staff international / stefano guidani / stella mccartney / stuart weitzmann / stylesight / sweaty betty / t.lipop tank magazine / tata naka / ted baker / temperley / the creative styling team the koople / thimister / tod's / tom ford / tommy hilfiger / top shop / trendstop triumph / truffle design / trussardi / tumi / valentino / veronica moncho lobo vf international / vice magazine / viktor&rolf / vivienne westwood / vogue france vogue homme international / vogue italia / vogue nippon / vogue us / vogue.fr volt magazine / wallpaper magazine / wgsn / white&richardson / wound creative group yasue carter / yasuihiro takehisa / yoox group / zadig&voltaire

Istituto Marangoni è la culla dell'internazionalità. Ogni anno 2.500 candidati provenienti da tutto il mondo si iscrivono ai corsi. Per facilitare la loro esperienza di studio in una nuova città e aiutarli a scegliere il corso più adatto alle loro capacità e ai loro desideri di crescita professionale, Istituto Marangoni offre una serie di servizi:

ORIENTAMENTO

Il servizio di orientamento è un servizio gratuito, senza obblighi, aperto a tutti i nuovi candidati. Fornisce informazioni sui programmi di studio e le possibilità professionali, nonché sulle aziende che si rivolgono a Istituto Marangoni per cercare diplomati o tirocinanti.

Il colloquio di orientamento è una parte indispensabile alla preparazione per l'ammissione, le candidature e le richieste di borse di studio. Durante gli incontri è possibile presentare il concept di un progetto o un portfolio; sarà così possibile avere dei feedback sulla possibilità di essere ammessi ai corsi.

L'open day è una giornata interamente dedicata ai servizi informativi per gli studenti. Si tratta di un evento molto importante per coloro che desiderano frequentare i corsi di Istituto Marangoni, per poter così scegliere il corso più adatto, e comprendere in modo dettagliato tutti i servizi offerti.

Per ulteriori informazioni, visitare il sito istitutomarangoni.com

ALLOGGI

Istituto Marangoni fornisce informazioni aggiornate su convenzioni con residence, hotel ed appartamenti. Qualora si optasse per la condivisione, l'ufficio metterà in contatto gli interessati a questo tipo di soluzione.

CAREERS SERVICE

Gli studenti che si avvicinano al diploma possono usufruire di un servizio di consulenza per l'orientamento professionale: dalla preparazione del CV e dei colloqui, al contatto con le aziende che offrono stage e tirocini.

Durante il percorso formativo, Istituto Marangoni aiuta gli studenti a trovare stage e tirocini, a preparare progetti con aziende, seminari e laboratori per aiutare i futuri diplomati a relazionarsi con il mercato della moda.

Al termine del percorso di studi, sarà organizzato un grande evento, il "Fashion Show" che vedrà anche la partecipazione dei media su scala mondiale. L'evento consiste in una vera sfilata di moda alla quale assisteranno operatori del settore, agenzie di stampa specializzate, aziende di moda e di public relation; una vetrina indispensabile per il lancio di una brillante carriera.

Nel 2013 i Careers Service di Milano, Parigi, Londra e Shanghai hanno realizzato oltre 500 inserimenti in aziende di primaria importanza in tutta Europa.

BORSE DI STUDIO

Ogni anno Istituto Marangoni offre un ampio programma di borse di studio per studenti particolarmente meritevoli o di talento, che permetterà la frequenza di corsi postgraduate. Scrivi a: scholarships@istitutomarangoni.com





COURSES





scoprite la nostra idea di moda

Istituto Marangoni sviluppa la creatività dei candidati sulla base del concetto di "Made in Italy" e della manifattura Italiana, ricca di forti riferimenti estetici alla storia dell'arte, alla moda ed al design italiano. Oltre a queste basi culturali, si aggiungono anche l'analisi critica, la progettazione e la lavorazione in studio; una metodologia formativa che nel tempo ha dimostrato la propria efficacia.

L'offerta sviluppa diversi percorsi didattici nelle aree di Fashion Design, Styling, Comunicazione e Business, in modo da rispondere alle molteplici esigenze dei candidati, ed è suddivisa in due macro-aree denominate "Programmi Undergraduate" e "Programmi Postgraduate", che a loro volta si dividono in quattro tipologie di corsi:

Corsi Preparatori

Corsi Annuali

BA (Hons) Degrees¹ · Corsi Triennali

Master's Degrees² · Corsi Master · Cycles de Spécialisation²

1) I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un BA (Hons) Degree da parte di MMU (Manchester Metropolitan University). Il BA (Hons) Degree (sandwich) è un corso di quattro anni che include 36 settimane di placement. Ogni anno di studio darà diritto al conseguimento di 120 crediti formativi. Al termine dei tre anni di studio conclusi con successo si otterranno i 360 crediti formativi necessari al rilascio di un BA (Hons) Degree. Gli studenti che concluderanno con esito positivo il corso comprensivo dell'anno sandwich avranno diritto a 120 crediti formativi per quest'anno di corso. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili sul sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio); per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.

2) I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un master's degree da parte di MMU (Manchester Metropolitan University-UK). I programmi master's degree includono 12/14 settimane di placement. Al termine dell'anno di studio concluso con successo si otterranno i 180 crediti formativi necessari al rilascio di un master's degree. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili sul sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio); per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.



Manchester
Metropolitan
University

indice

PROGRAMMI UNDERGRADUATE

Corsi Preparatori	
Fashion Studies Foundation Year	6

Corsi Annuali	
Fashion Design Intensive	8
Fashion Image & Styling Intensive	10
Fashion Business & Brand Management Intensive	12
Fashion Promotion & Communication Intensive	14
Cosmetic and Fragrance Marketing & Management Intensive	16

BA (Hons) Degrees • Corsi Triennali	
Fashion Design	18
Fashion Styling	20
Fashion Business	22
Fashion Communication & New Media	24
Accessories Design	28

PROGRAMMI POSTGRADUATE

Corsi Preparatori	
Portfolio Surgery / Management Surgery	30

Master's Degrees • Corsi Master • Cycles de Spécialisation	
Fashion Design Womenswear	32
Fashion Design Menswear	34
Knitwear Design	36
Luxury Accessories Design & Management	38
Fashion Styling & Portfolio	40
Fashion Photography	42
Fashion Promotion & Communication	44
Fashion & Luxury Brand Management	46
Fashion Buying	48
Fashion Product & Production Management	50
Fashion Retail Management	52
Digital Fashion Design	54
Fashion Corporate Finance & Management Control for Luxury Business ¹	56

¹ La specializzazione in Fashion Corporate Finance & Management Control for Luxury Business è tenuto in collaborazione con l'Università Carlo Cattaneo LIUC di Castellanza (Varese) che conferisce il titolo di Master Universitario.

programmi undergraduate

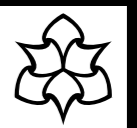
Corsi Preparatori / Questo corso migliorerà l'indipendenza critica sulla base di esperienze e abilità precedentemente acquisite. Il corso prevede anche lo studio della lingua inglese. Al termine del corso gli studenti avranno raggiunto il livello necessario per candidarsi ad uno dei corsi BA (Hons) Degree di Istituto Marangoni.

Corsi Annuali / Questi corsi sono stati specificatamente progettati per soddisfare le esigenze di coloro che hanno limitate possibilità di tempo e nessuna esperienza precedente, consentendo agli studenti di acquisire una conoscenza approfondita di tutti i concetti tecnici connessi al mondo della moda. Gli studenti che sono già in possesso di studi universitari e requisiti specifici, a completamento di detti studi, potranno accedere ai programmi postgraduate offerti da Istituto Marangoni.

BA (Hons) Degrees¹ • Corsi Triennali / Questi corsi sono pensati per quegli studenti che vogliono entrare nel mondo della moda e del design, ma non hanno alcuna precedente esperienza in queste aree. Questi corsi forniscono una formazione completa e consentono agli studenti di acquisire tutte le conoscenze necessarie per svolgere la professione con i più alti standard. Il corso prescelto potrà essere frequentato in una sola scuola oppure essere diviso tra le sedi di Milano, Parigi e Londra.

BA (Hons) Degrees¹ (sandwich) / Questo corso di quattro anni include 36 settimane di tirocinio. I primi due anni si svolgono nella scuola prescelta e sono seguiti da un terzo anno di tirocinio, trascorso lavorando nel settore della moda. Alla fine del tirocinio, gli studenti torneranno a scuola per completare il quarto e ultimo anno del BA (Hons) Degree (sandwich, ovvero alternando studio e lavoro).

1) I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un BA (Hons) Degree da parte di MMU (Manchester Metropolitan University). Il BA (Hons) Degree (sandwich) è un corso di quattro anni che include 36 settimane di placement. Ogni anno di studio darà diritto al conseguimento di 120 crediti formativi. Al termine dei tre anni di studio conclusi con successo si otterranno i 360 crediti formativi necessari al rilascio di un BA (Hons) Degree. Gli studenti che concluderanno con esito positivo il corso comprensivo di anno sandwich avranno diritto a 120 crediti formativi per quest'anno di corso. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili sul sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio); per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.



Undergraduate Programmes | Preparatory Course

fashion studies foundation year

Il corso foundation permette agli studenti di scegliere con consapevolezza il futuro percorso in Istituto Marangoni, che meglio si adatta alle loro competenze e capacità, al fine di seguire, successivamente, il corso triennale. Sarà un anno di nuove sfide e idee che miglioreranno lo sviluppo del pensiero critico ed indipendente dello studente. Le esperienze e le competenze acquisite saranno ulteriormente sviluppate da progetti creativi e dall'applicazione delle tecniche pratiche.

Il corso è di livello accademico si focalizza sull'apprendimento intensivo dei contenuti. Si tratta di uno studio approfondito dei principi analitici, delle tecniche per l'esplorazione e la ricerca, attraverso un metodo di apprendimento che identifica e sviluppa ogni punto di forza dello studente e valorizza i talenti emergenti. L'approfondimento della lingua inglese e le tecniche di studio supporteranno la comunicazione delle idee sia in forma verbale che in quella scritta.

I progetti creativi si svilupperanno in percorsi specialistici nel design della moda (con contenuti business) e nella comunicazione di moda (con styling, grafica e fotografia). Parte del corso consiste nel lavorare individualmente al fine di sviluppare un concept creativo per permettere allo studente di valutare quale percorso scegliere nei successivi tre anni di studio.

ciclo di studi

- christo > temporary disguising
- rothko > deconstruction & semiotics
- warhol > communication & marketing
- english language, study skills and culture

risultati di apprendimento

- approcciare e analizzare criticamente le basi teoriche rilevanti per la ricerca, per generare idee e per la sperimentazione;
- dimostrare la capacità di utilizzare una vasta gamma di mezzi artistici per comunicare idee sia in forma scritta che verbale;
- dimostrare una comprensione dei principali accadimenti, conoscenze e concetti inerenti i contesti, gli ambienti e i significati e interpretando come questi si relazionano all'arte e al design;
- dimostrare capacità e competenza nel comunicare la brand identity della aziende della moda.

il tuo primo passo
per intraprendere
una carriera nella moda



Undergraduate Programmes | One Year Course

fashion design intensive

Lo scopo del corso intensivo annuale di fashion design è formare, nel breve arco temporale di un anno, professionisti in grado di disegnare collezioni di moda coniugando ricerca, creatività e marketing. Partendo dallo studio delle tecniche di disegno, viene affrontata l'analisi dei tessuti e la manifattura degli abiti, oltre agli aspetti della produzione. L'unicità di tale formazione sta nel fornire strumenti creativi combinati con quelli tecnologici, che sono stati sviluppati, tenendo in considerazione le influenze culturali sia simboliche che economiche.

Durante il corso, il partecipante svilupperà una propria collezione di abbigliamento, partendo dal disegno a mano libera e dalla conoscenza delle basi della manifattura. Il partecipante sarà anche incoraggiato e guidato nello sviluppo di un proprio "linguaggio visivo" per illustrare e comunicare il miglior lavoro per il proprio portfolio e la propria proposta per una collezione.

Il corso affronta tutte le tecniche di ricerca sia visiva che di mercato, e fornisce ai partecipanti un percorso di crescita che consentirà, da una parte, di acquisire un'estrema professionalità nel contestualizzare e concepire idee originali e nel rispondere ai mercati e alle diverse culture, e dall'altra di presentare il proprio lavoro attraverso i nuovi media e tecniche grafiche altamente specializzate, in grado di soddisfare le esigenze del mercato.

tutti gli aspetti della moda in un unico corso

risultati di apprendimento

- sviluppare tecniche e processi per comunicare le proprie "idee di moda" in maniera professionale;
- padroneggiare gli ambiti di applicazione del processo del disegno di moda, necessari alla realizzazione e sviluppo di una collezione moda completa;
- conoscere le tecniche sartoriali di taglio e cucito degli abiti;
- conoscere, distinguere e valutare vari tipi di tessuti e fibre (e la loro composizione) per capirne l'applicabilità e la performance nella produzione di prodotti moda;
- effettuare ricerche in modo indipendente.

ciclo di studi

- fashion illustration and collection design
- cut and construction analysis
- design and communication
- collection and brand analysis
- design vision
- personal research and final collection



sbocchi professionali

Il partecipante a questo corso potrà lavorare, con un occhio da precursore, sempre rivolto alle nuove evoluzioni per i brand o in collaborazione con aziende, studi stilistici, di consulenza e di ricerca. Sarà in grado di disegnare collezioni, sia donna che uomo, per diversi mercati di riferimento, con tempistiche e modalità consone, e - oltre alle linee di abbigliamento - si dedicherà allo studio e all'elaborazione di linee di accessori. Potrà svolgere inoltre incarichi di formazione nei settori di sua competenza oppure offrire consulenza specifica di trend forecasting anche in altri settori, grazie al know-how acquisito in ambito di analisi del panorama internazionale e alla capacità di previsione delle tendenze emergenti.

Undergraduate Programmes | One Year Course

fashion image & styling intensive

Rivolto a coloro i quali vogliono avvicinarsi al mondo dello styling in modo professionale, ma hanno a disposizione poco tempo. Questo corso annuale consente agli studenti di avvicinarsi ai diversi aspetti del Fashion Styling e di ampliare la loro conoscenza delle tendenze e dell'estetica della moda attuale. Il corso è finalizzato a formare una figura professionale specializzata nell'utilizzo dei linguaggi visivi, con competenza specifica dell'uso dell'immagine fotografica di moda.

Il corso intensivo permette al partecipante di acquisire la conoscenza di una varietà di modelli di comunicazione che il mondo della moda usa per promuovere un prodotto e sedurre il pubblico. L'attenzione all'editoria e alla sperimentazione dei linguaggi permette al partecipante di avvicinarsi alla professione del fashion stylist in maniera innovativa e affascinante. Partendo dallo studio degli stili storici e delle interazioni tra moda e arte, il partecipante acquisirà le nozioni necessarie per la realizzazione di servizi fotografici, interpretando le nuove tendenze del prodotto moda.

Alla fine del percorso di studio, con l'esperienza maturata, le competenze acquisite in graphic design e nella comunicazione visiva, e le metodologie di ricerca utilizzate, il partecipante potrà elaborare progetti reali, con l'obiettivo di sviluppare un portfolio personale di lavori che diventerà il biglietto da visita per accedere al mondo del fashion styling.

lo stile
e l'immagine
della moda
parlano
lo stesso
linguaggio



risultati di apprendimento

- sviluppare le abilità creative, intellettuali e tecniche necessarie a lavorare nel mondo della moda;
- dimostrare abilità e competenze nelle realizzazioni grafiche;
- applicare tecnologie all'avanguardia dimostrando allo stesso tempo abilità nel loro utilizzo;
- effettuare ricerche e analizzare lo stile del 21esimo secolo reinterpretandolo nel contesto contemporaneo;
- dimostrare preparazione professionale nell'organizzazione e gestione di un servizio fotografico di moda.

ciclo di studi

- analysis and research
- brand personal identity
- styling development
- research methods and portfolio

sbocchi professionali

Il Fashion Stylist, l'esperto per eccellenza dello stile e dell'immagine, deve essere in grado di enfatizzare lo stile di un prodotto moda, proponendo sempre un linguaggio estetico-culturale contemporaneo. Per presentare un'immagine di successo, il suo lavoro è al tempo stesso strategico e creativo: da un lato attento alla cultura storica della moda e dall'altro alle tendenze attuali.

Undergraduate Programmes | One Year Course

fashion business & brand management intensive

corso intensivo
in strategia
d'impresa
nel campo
della moda
e del lusso

Il corso annuale in Fashion Business and Brand Management è rivolto a coloro i quali vogliono entrare nel mondo della moda attraverso un corso full immersion che fornirà gli strumenti, i metodi e le conoscenze necessarie a lavorare in un segmento di mercato che opera seguendo precise e peculiari regole.

In particolare il percorso formativo porterà il partecipante ad analizzare il sistema fashion partendo dallo studio degli aspetti storici e socio-culturali, al loro collegamento con lo sviluppo dell'industria tessile e dell'abbigliamento, con l'obiettivo di comprendere come il marketing e la comunicazione abbia modificato il settore negli ultimi 60 anni. L'analisi economica dell'azienda di moda permetterà al partecipante di capire e valutare gli indicatori che misurano l'andamento finanziario e le politiche di controllo di gestione di un'impresa moda.

Attraverso lo studio dei prodotti di moda, saranno definite le regole per lo sviluppo di una collezione e verranno analizzate le reti di vendita per il posizionamento di un brand sul mercato. Il potere della comunicazione, la seduzione del marchio e la creazione del "desiderio aspirazionale" nel prodotto di moda sono ulteriori aspetti che verranno presi in esame nelle aree della pubblicità di moda, public relation e visual display e applicate sia ai media tradizionali che al mondo online.

risultati di apprendimento

- apprendere le differenti strategie di marketing impiegate nei mercati internazionali;
- valutare i processi legati ai beni di moda e del lusso ed il loro valore nel sistema di produzione;
- comprendere gli aspetti legali dell'impresa;
- valutare, attraverso l'analisi di bilancio, le performance economiche delle aziende della moda e del lusso;
- valutare lo sviluppo di un prodotto di moda, dalla progettazione alla pianificazione di una collezione;
- sviluppare campagne di comunicazione e strategie di visual merchandising che valorizzino il prodotto e il brand;
- organizzare, gestire e sviluppare una rete di retail attraverso la conoscenza del target di mercato interessato.

ciclo di studi

- the business of fashion
- fashion markets and fashion marketing
- retail management
- managing fashion business
- managing the fashion product
- fashion promotion

sbocchi professionali

Al termine del corso, il partecipante potrà applicare le conoscenze e le abilità acquisite durante il percorso didattico nel campo del marketing, della comunicazione e degli eventi, del brand management, della commercializzazione, del visual merchandising, dell'e-commerce e della ricerca di nuove tendenze nell'industria della moda.

Undergraduate Programmes | One Year Course

fashion promotion & communication intensive

Lo scopo del corso è quello di fornire tutti gli strumenti adeguati per comunicare e promuovere i valori di una collezione, di uno stilista, di una marca, con uno stile unico e differenziante, preparando al mondo del lavoro professionisti entusiasti e capaci di raccontare e promuovere la moda e il lusso sui media tradizionali e sui nuovi media, rispondendo così alle rinnovate esigenze dell'industria globale

Il corso porta ad analizzare e conoscere tutti gli aspetti della comunicazione e della promozione fino alla descrizione accattivante della magia della moda e del lusso. Partendo dallo studio della semiotica, viene affrontata l'analisi dei segni e dei significati dei vari messaggi, nelle varie epoche e culture.

L'apprendimento di tecniche di ricerca d'immagine, di tendenze e di mercato è al centro del percorso, insieme all'acquisizione delle competenze necessarie per comunicare su tutti i supporti a disposizione. Inoltre il corso insegna a gestire da un lato il budget per una campagna pubblicitaria e dall'altro le dinamiche del team di supporto, il gruppo di lavoro dedicato a pensare, impostare e seguire con successo una strategia promozionale. La gestione degli eventi viene analizzata in profondità e diverse ricerche, sia personali sia professionali, sono il fondamento stesso del corso.

il corso per chi
promuove
e realizza i sogni
e la bellezza
della moda

risultati di apprendimento

- analizzare e valutare le strategie e le tattiche implementate da differenti organizzazioni del fashion per promuovere prodotti e servizi a differenti livelli di posizionamento di mercato;
- gestire completamente l'organizzazione di un evento;
- analizzare i principi della teoria della comunicazione integrata ed essere in grado di valutare come questi principi si applichino allo sviluppo delle campagne di comunicazione;
- progettare e sviluppare strategie di comunicazione e promozione che prendano in considerazione i diversi target e il loro posizionamento concorrenziale complessivo;
- valutare come le problematiche attuali includano l'utilizzo di nuove tecnologie, il cambiamento di ruolo del consumatore e l'emergere di approcci di comunicazione non convenzionali, prevedendone l'impatto sulle strategie promozionali
- valutare in modo critico i lavori pubblicati nell'area delle pubbliche relazioni, della pubblicità, della creatività e delle comunicazioni di marketing ed essere in grado di sviluppare un proprio progetto di ricerca individuale.

ciclo di studi

- fashion marketing management
- fashion campaigns and advertising
- new narrative and trend forecasting
- events organisation
- fashion public relations
- contemporary issues in fashion

sbocchi professionali

Il fashion promoter struttura il piano pubblicitario e le campagne promozionali con i mezzi più appropriati. Conosce la struttura delle agenzie di pubblicità, PR e ufficio stampa e studia e adatta gli eventi a seconda delle esigenze del mercato e del target di riferimento. Oltre agli eventi, che costituiscono il centro della sua professione, il fashion promoter conosce le dinamiche della promozione dei prodotti moda, e i canali di comunicazione più idonei ed efficaci. Il fashion promoter è una figura chiave del futuro. Egli racconta la moda e al contempo partecipa all'emergere delle tendenze. Il fashion promoter può lavorare autonomamente come free lance, oppure integrare il management team di un'azienda di moda.

Undergraduate Programmes | One Year Course

cosmetic and fragrance marketing & management intensive

Cosmetic and Fragrance Marketing and Management è un corso annuale che coinvolge gli studenti nei processi di sviluppo del prodotto, marketing, promozione e vendita. Il corso ricopre tre aree fondamentali per comprendere e gestire l'industria cosmetica e dei profumi: la prima area include abilità legate al business quali management, business internazionale e management communication; la seconda area è dedicata a competenze di marketing quali teoria e comunicazione del marketing, ricerche e strategie di mercato; mentre la terza area ricopre le abilità tecniche e creative, quali la conoscenza dei prodotti di cosmetica e dei profumi, il retail e la gestione creativa. L'approccio interdisciplinare di questo corso tratta la cultura delle bellezze e della moda, storia e sociologia in Europa e nel mondo. Inoltre, grazie agli stretti legami con aziende del settore, il corso assicura una full immersion degli studenti negli standard e nelle pratiche dell'industria della bellezza, aiutandoli a crearsi una rete di conoscenze che preparano la strada ad una brillante carriera in questo stimolante e appagante settore.



risultati di apprendimento

- identificare da un punto di vista storico e sociologico le principali tendenze, movimenti culturali e innovazioni nel campo della cosmetica e profumi;
- esaminare come l'industria cosmetica e dei profumi utilizza i differenti elementi del marketing mix per arrivare al consumatore-target;
- comprendere come le aziende di cosmetici e profumi applichino le diverse strategie di marketing nel panorama internazionale;
- analizzare e gestire i fattori critici in termini di design, pianificazione, sviluppo e produzione di linee di cosmetici e profumi;
- sviluppare campagne di comunicazione e visual merchandising per incrementare le vendite di prodotti specifici;
- organizzare, gestire e sviluppare una rete retail attraverso la conoscenza del mercato di riferimento.

ciclo di studi

- strategic brand management of cosmetics and fragrances
- history and sociology of cosmetics and fragrances
- cosmetics and fragrance markets and marketing
- managing the cosmetics and fragrance product
- creativity and innovation of the cosmetics and fragrance product
- individual research and product promotion

gli strumenti per comprendere il business globale di cosmetica e profumi

sbocchi professionali

Il manager per l'industria cosmetica e dei profumi è una figura professionale strategica che gestisce a livello manageriale gli aspetti economici, di produzione e di distribuzione del brand. I suoi compiti consistono nello studio del panorama internazionale, nella definizione della concorrenza, nel controllo dello sviluppo del prodotto e nella pianificazione delle promozioni e della rete di vendita in collaborazione gli altri reparti dell'azienda. Attraverso lo studio del mercato e della sua segmentazione, il manager per l'industria cosmetica e dei profumi comprende le tecniche di vendita ed è in grado di controllare i costi definendo gli approcci comunicativi e promozionali.

Il corso triennale di Fashion Design ha come obiettivo quello di formare professionisti con molteplici abilità e conoscenze nel campo della moda, in grado di utilizzare tutte le tecniche di realizzazione dei capi di abbigliamento, rispondendo alle rinnovate esigenze dell'industria della moda e del lusso.

Partendo dallo studio delle tecniche di disegno, viene affrontata l'analisi dei tessuti e della manifattura degli abiti, oltre che degli aspetti di produzione. Lo studio delle tendenze permette di realizzare una collezione contemporanea in grado di rispondere alle richieste del target di riferimento e rispettando la brand equity. Il percorso formativo porta i partecipanti a cimentarsi partendo dalle basi del disegno in bianco e nero fino a delle illustrazioni di moda, con l'obiettivo di sviluppare uno stile totalmente personale. L'apprendimento di tecniche di ricerca d'immagine, di tendenze o di mercato è altrettanto importante al raggiungimento degli obiettivi di apprendimento: la ricerca personale è infatti il fondamento del programma didattico ed evolve nel corso dei tre anni con l'obiettivo di fornire tutti gli strumenti necessari per creare una propria collezione e definire con chiarezza uno stile unico e differenziante. Il percorso di formazione consente ai futuri professionisti di utilizzare anche tutti i linguaggi della comunicazione visiva di moda, ivi inclusi i new media. Al termine del corso le migliori collezioni saranno presentate durante il fashion show.

Lo stilista è tanto il precursore quanto l'ispiratore di idee creative e nuove tendenze non solo nell'abbigliamento, ma anche nel tessile e nel mondo degli accessori e del lusso. Crea collezioni partendo dall'analisi approfondita dei materiali e dei tessuti, utilizzando codici di comunicazione provenienti dal mondo dell'arte, del cinema e del design. È un esperto di marketing e moda, sa calcolare tempi e costi di produzione, in modo da soddisfare le esigenze del target anticipando le tendenze e rispettando l'immagine del brand. È inoltre un abile disegnatore di collezioni donna e uomo e di accessori, con un occhio sempre rivolto ai nuovi codici stilistici.

Questo corso è disponibile anche come BA (Hons) Fashion Design (sandwich)¹

risultati di apprendimento

- comprendere le diverse fasi di sviluppo di una collezione di moda;
- sviluppare la capacità di dialogare con i differenti professionisti operanti nel mondo della moda;
- sviluppare le abilità creative, intellettuali e tecniche per operare con successo nell'industria della moda;
- applicare tecnologie attuali e all'avanguardia alle creazioni di moda, dimostrando una completa comprensione delle stesse;
- acquisire un approccio professionale ed imprenditoriale alla professione, dimostrando capacità di problem solving;
- sostenere argomentazioni appropriate durante la presentazione del proprio lavoro.

Undergraduate Programmes | BA (Hons) Degree¹ · Three Year Course

fashion design

lo stilista è colui che anticipa le tendenze e determina il successo del brand

sbocchi professionali

Il fashion designer è la figura professionale più influente nel panorama del fashion. È l'ispiratore di idee creative e nuove tendenze, che sviluppa grazie all'analisi approfondita dei materiali e dei tessuti in connessione tra arte e moda. Il professionista può lavorare per la propria azienda o collaborare con griffe e studi di moda nazionali ed internazionali. Per diventare fashion designer, gli studenti non devono soltanto saper disegnare o pianificare una collezione. Oggi, lo stilista deve anche saper sviluppare un'attenta ricerca, per conoscere a fondo il contesto della moda e la sua storia, sapendone identificare gli stili. I fashion designer devono conoscere il mercato e, al contempo, saper prevedere l'evoluzione dei trend. Inoltre, devono essere consapevoli di come opera il sistema del business di moda.

ciclo di studi

- I year
- architecture of design
 - fabric exploration and design
 - portfolio and collection creation
 - history of art and dress
- II year
- brand revival
 - art and fashion interface
 - personal style
 - fashion and culture contemporary perspectives
- III year
- pre-collection
 - collection design
 - collection development or industry portfolio preparation
 - researching theory and practice



¹) I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un BA (Hons) Degree da parte di MMU (Manchester Metropolitan University). Il BA (Hons) Degree (sandwich) è un corso di quattro anni che include 36 settimane di placement. Ogni anno di studio darà diritto al conseguimento di 120 crediti formativi. Al termine dei tre anni di studio conclusi con successo si otterranno i 360 crediti formativi necessari al rilascio di un BA (Hons) Degree. Gli studenti che concluderanno con esito positivo il corso comprensivo di anno sandwich avranno diritto a 120 crediti formativi per quest'anno di corso. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili sul sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio); per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.

fashion styling

Undergraduate Programmes | BA (Hons) Degree¹ · Three Year Course

Il corso di Fashion Styling ha come obiettivo quello di formare professionisti e creativi, in grado di lavorare all'interno del fashion system, utilizzando tutti gli strumenti della comunicazione visiva, spaziando nei campi dell'editoria, della pubblicità, del visual merchandising del trend forecasting e dello style blogging. Presentare tendenze contemporanee e future, valorizzare le collezioni dei designer, informare ed ispirare i loro lettori: questa è l'eccitante missione di un fashion stylist. Al termine del percorso formativo, i partecipanti sapranno riconoscere differenti stili e tendenze, definire chiaramente la propria visione personale su un prodotto e essere in grado di proporre in modo professionale e innovativo idee di successo.

Il percorso didattico permette infatti di approfondire i molteplici aspetti della professione dello stylist, partendo dallo studio delle interazioni tra gli abiti e gli accessori, costruendo "storie" di moda e applicando le tendenze contemporanee alle proposte per i photoshooting e i video making, lavorando in simbiosi con i fotografi e negoziando in maniera indipendente l'identità visiva del soggetto fotografato, nel giusto compromesso tra il proprio stile di lavoro e quello del cliente.

Grazie infine allo studio specifico delle materie legate allo styling editoriale e al fashion writing, si sarà in grado di redarre articoli e advertorial capaci di sedurre il target di riferimento. L'obiettivo finale sarà la realizzazione in maniera indipendente di un portfolio che esprima appieno la personalità del partecipante. Lo stylist è l'esperto della comunicazione di moda e attraverso l'uso attento di vestiti, accessori, hair and make-up, atmosfere e location, e la conoscenza e l'analisi di tendenze contemporanee e future deve riuscire a riprodurre e definire lo stile vincente per l'immagine adeguata e coordinate per enfatizzare lo stile di un brand, di un rivista o di una persona, interpretando l'anima di un vestito e comunicandola attraverso uno stile inconfondibile.

Questo corso è disponibile anche come BA (Hons) Fashion Design (sandwich)¹

lo specialista dei linguaggi visivi legati allo stile e all'immagine di moda

risultati di apprendimento

- sviluppare le abilità creative, intellettuali e tecniche necessarie per operare nell'industria della moda;
- applicare tecnologie attuali e futuribili, dimostrando di saperle utilizzare in modo creativo;
- dimostrare la capacità di trasferire le idee e le informazioni ai differenti attori del sistema moda;
- apprendere efficacemente le tecniche di negoziazione.

ciclo di studi

I year

- semiotics of clothing
- objects and environment
- identity
- history of art and dress

II year

- fashion writing and criticism
- fashion editorial
- magazine design
- fashion and culture, contemporary perspectives

III year

- career exploration
- final major project
- researching theory and practice

sbocchi professionali

Il ruolo del fashion stylist è quello di comunicare la moda attraverso le immagini. Ha una grande sensibilità per la moda ed è in grado di creare uno stile immediatamente identificabile e riconoscibile nei servizi fotografici su riviste e sfilate di moda o nel visual merchandising per il retail. Questo lavoro creativo richiede una conoscenza approfondita della moda e della sua storia, nonché delle tendenze, dello stile e del gusto. Queste conoscenze devono poi essere integrate da competenze relative alle tecniche fotografiche, editing informatico d'immagine, preparazione del set, luci, make-up, acconciature e accessori. Il fashion stylist rivestono un ruolo fondamentale nel successo di una collezione.



¹) I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un Ba (Hons) Degree da parte della MMU (Manchester Metropolitan University), ovvero un corso di quattro anni che include un placement di 36 anni. Ogni anno di studio darà diritto al conseguimento di 120 crediti formativi. Al termine dei tre anni di studio conclusi con successo si otterranno quindi i 360 crediti formativi necessari al rilascio di un Ba (Hons) Degree. I candidati che frequentano il corso sandwich del quarto anno (in cui si alternano studio e lavoro) riceveranno 120 crediti per il tirocinio di tale anno. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili su sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio). Per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.

Lo scopo del corso triennale in Fashion Business è quello di formare professionisti in grado di utilizzare i linguaggi del marketing, del management e della finanza nel campo della moda e del lusso.

Il percorso di formazione triennale affronta tutte le tematiche legate al marketing e alle strategie di sviluppo del brand, identificando i valori che caratterizzano l'identità dell'azienda fashion (equity). Le materie legate alla comprensione dei principi di economia e finanziari permetteranno al partecipante di misurare la redditività e garantire il rispetto dei budget, implementando altresì un sistema di controllo specifico per le imprese moda.

Lo studio dei contesti culturali, sociologici e storici permetterà ai partecipanti di comprendere tutte le dinamiche dello sviluppo degli stili e le influenze avute dai trend nei diversi sistema-paese. Il partecipante saprà definire le strategie di coordinamento della proposta commerciale, sviluppando una collezione in grado di interpretare le tendenze moda e di rispondere alle specifiche di produzione legate al lead time e ai costi.

L'analisi della rete retail e dello sviluppo del digital marketing permetterà ai partecipanti di comprendere i canali di distribuzione e le politiche di buying e di visual merchandising che caratterizzano in maniera assolutamente peculiare il settore della moda e del lusso.

A conclusione del ciclo di studi, i partecipanti realizzeranno un progetto di ricerca che si concretizzerà in un business plan per una start up o una brand extension di un'azienda fashion.

Il fashion manager è colui che studia il panorama moda, analizza la concorrenza, controlla lo sviluppo del prodotto, pianifica la promozione ed i canali di vendita collaborando con l'ufficio stile e con tutti i reparti di produzione. È in grado di valutare le caratteristiche intrinseche dei tessuti, l'evoluzione degli usi e costumi, degli stili di vita e delle esigenze di mercato. Conosce infine le tecniche di vendita e di commercializzazione, definisce la fascia di prezzo e il target di riferimento ed è abile nel coordinare collaboratori e dipendenti.

Questo corso è disponibile anche come BA (Hons) Fashion Business (sandwich)¹

risultati di apprendimento

- comprendere il processo di pianificazione, implementazione e controllo di una strategia di marketing;
- sviluppare un approccio strategico alla valutazione dei mercati per decidere sulle finalità in ambito di politiche di distribuzione dell'internazionalizzazione dei fashion brand;
- analizzare e gestire gli aspetti connessi alla pianificazione, sviluppo e produzione di una linea di moda;
- apprendere i metodi che influiscono sulla percezione online e offline di un brand e della sua notorietà;
- pianificare gli obiettivi aziendali e individuare, attraverso gli appropriate indicatori, la differenza tra quanto pianificato e i risultati effettivi, in modo da poter adottare le adeguate misure correttive;
- comprendere i processi di gestione strategica dalla produzione industriale alla logistica.

ciclo di studi

I year

- fashion marketing 1
- fashion marketing 2
- fashion industry and cultural context
- principles of business

II year

- brand identity
- coordination strategies
- fashion marketing strategies
- finance and management control

III year

- fashion retailing
- advanced fashion retailing
- digital marketing
- honours project

sbocchi professionali

I professionisti del fashion business potranno lavorare in aziende di moda nelle aree marketing, prodotto, comunicazione, controllo di gestione o retail.

Un'approfondita conoscenza delle aziende del fashion system e dei competitor sarà determinante per operare con successo in questo settore. I fashion business manager saranno, grazie al loro spirito imprenditoriale, la guida dello sviluppo di aziende moda e lusso.

fashion business

il management a supporto della creatività



¹) I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un Ba (Hons) Degree da parte della MMU (Manchester Metropolitan University), ovvero un corso di quattro anni che include un placement di 36 anni. Ogni anno di studio darà diritto al conseguimento di 120 crediti formativi. Al termine dei tre anni di studio conclusi con successo si otterranno quindi i 360 crediti formativi necessari al rilascio di un Ba (Hons) Degree. I candidati che frequentano il corso sandwich del quarto anno (in cui si alternano studio e lavoro) riceveranno 120 crediti per il tirocinio di tale anno. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili su sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio). Per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.

Undergraduate Programmes | Three Year Course

fashion communication & new media

Il corso triennale porta i partecipanti ad affrontare lo studio della comunicazione di moda partendo dalle basi della comunicazione storico-tradizionale fino alle recenti descrizioni accattivanti della magia della moda e del lusso nei video, nei siti web e nei social network, con uno stile unico e personale.

La capacità di trasferire emozioni attraverso l'uso delle immagini costituirà il fondamento della preparazione del fashion communicator, in un settore dove l'aspetto iconografico è da sempre preponderante su quello narrativo.

Grande attenzione sarà posta allo sviluppo di abilità per filtrare le fonti, attraverso gli strumenti delle scienze sociali e della semiotica. Diverse ricerche, sia personali sia professionali, aiuteranno il partecipante ad approfondire i temi trattati nel percorso triennale, con l'obiettivo di fornire tutti gli strumenti adeguati per comunicare i valori di un brand, di uno stilista, di una collezione, di un mondo di "valori" con uno stile unico e differenziante. Il percorso di formazione permetterà ai futuri professionisti di utilizzare le più recenti forme di comunicazione visiva, compresi video e nuovi media, senza perdere di vista l'essenziale rigore dell'editoriale convenzionale.

Il professionista in comunicazione di moda è una figura che racconta questo universo, partecipando al contempo alla definizione e diffusione di "tendenze" stilistiche come idee ispiratrici non solo nel campo dell'abbigliamento, ma anche in quello tessile e degli accessori.

La sua narrazione è parte di un'analisi più ampia dello stile e mette la moda in relazione con l'arte, il cinema, la musica, il design, il marketing e la società. Sa trovare i tempi, i modi e le forme per creare il buzz necessario ad incrementare la notorietà di marca, per intercettare le esigenze e gli esuberi estetici, pur sempre nel rispetto dell'immagine di marca e dei vincoli del budget assegnato: è insomma colui che combina il rigore manageriale con la creatività e la poetica.

Nel mondo contemporaneo, in cui la moda è onnipresente e le informazioni ci sommergono, il successo di un marchio e di una collezione non può prescindere dalla gestione efficace della comunicazione. Il professionista in communications & new media è la figura chiave del futuro. Attraverso le sue intuizioni e la sua abilità di presentarle e comunicarle a un pubblico contemporaneamente avido di nuovo ed esigente, questo professionista può determinare il successo di un'impresa, di una testata, di un media outlet, amplificandone la brand equity.

la comunicazione del fashion e del lusso come disciplina specifica



sbocchi professionali

Il fashion communicator utilizza gli strumenti della comunicazione del brand per rappresentare e far conoscere l'immagine del brand stesso. Si tratta di capaci comunicatori che utilizzano le loro abilità nelle pubbliche relazioni per posizionare correttamente una fashion company sul mercato. Tali professionisti possono lavorare indipendentemente come freelancer o coordinare un team in un'azienda di moda, lavorare in un editoriale tradizionale o nell'emergente settore dei nuovi media.

risultati di apprendimento

- analizzare e valutare le strategie e le tattiche implementate sui media tradizionali e i nuovi media da differenti organizzazioni del fashion per promuovere prodotti, servizi ed esperienze a differenti livelli di mercato;
- analizzare i principi della teoria della comunicazione ed essere in grado di valutare come questi principi si applichino allo sviluppo delle campagne di comunicazione della moda e del lusso;
- progettare e sviluppare strategie di comunicazione e promozione, con particolare enfasi sui nuovi media, che tengano in considerazione le organizzazioni target e il loro posizionamento competitivo complessivo;
- analizzare l'emergere di nuovi sistemi di comunicazione e il loro impatto sulle strategie di promozione delle organizzazioni della moda;
- analizzare la semantica utilizzata dalla stampa, dalla pubblicità e dagli uffici di pubbliche relazioni per i prodotti di moda e lusso, in modo da sviluppare capacità critiche utili per la realizzazione del progetto di ricerca individuale;
- Ricercare ed elaborare di scritti di qualità per i nuovi media della moda.

ciclo di studi

I year

- fashion writing
- editorial environmental
- image construction
- history of art and dress

II year

- fashion communication 1
- the art of reportage
- video editing
- design and cultural perspective

III year

- fashion communication 2
- digital pr management
- new app
- researching theory & practice

risultati di apprendimento

- condurre ricerche in modo indipendente per la creazione di idee di design e di illustrazioni di accessori di moda e lusso;
- utilizzare diverse tecniche di disegno per creare illustrazioni di accessori moda e lusso;
- utilizzare tecniche di modellistica per la creazione di nuovi dettagli;
- acquisire le caratteristiche dei nuovi materiali e applicare tale conoscenza alla progettazione;
- progettare disegni tecnici per la creazione e la modellazione di borse e scarpe;
- utilizzare competenze informatiche per creare disegni tecnici e illustrazioni 3D per una presentazione professionale degli accessori;
- progettare una collezione accessori completa che soddisfi le esigenze del mercato di riferimento;
- gestire il lavoro personale e quello di uno staff, rispettando le scadenze in maniera puntuale.

ciclo di studi

I year

- brand and collection design
- materials, function and construction
- design methodology
- history of art and dress

II year

- the art of luxury, materials, construction and style innovation
- design, brand merchandising and marketing
- fashion, culture and contemporary perspectives

III year

- luxury accessory exploration
- researching theory & practice
- final major project portfolio or final major project artefact realisation

sbocchi professionali

Il settore degli accessori si sta espandendo in modo molto strategico per la moda e ricopre un ruolo fondamentale nel marchio. Il principale compito del designer di accessori di moda è quello di comprendere le tendenze di moda attuali, rappresentando il concetto di un'azienda. Il designer di accessori troverà impiego nel settore della vendita al dettaglio e in aziende di moda, nel settore della manifattura artigianale, in studi di design o come designer freelance.

Il corso di Accessories Design (design di accessori) ha l'obiettivo di formare designer di accessori della moda e del lusso. Attraverso un percorso formativo di tre anni si sarà in grado di sviluppare una personale capacità di approccio creativo. L'introduzione e il successivo approfondimento delle conoscenze tecniche darà allo studente la sicurezza necessaria a ideare prodotti di moda e lusso e a gestire lo sviluppo del progetto. Il piano di studi porrà l'attenzione sulle competenze tecniche, manageriali e di business per la creazione di scarpe, borse, pelletteria, occhiali, guanti, cinture, cappelli e gioielli. I partecipanti impareranno a contestualizzare le proprie ricerche e idee di design, nonché ad analizzare ed elaborare lo sviluppo creativo dell'accessorio. Sapranno inoltre interpretare le tendenze stilistiche contemporanee e la loro influenza sul design, applicando le loro conoscenze di materiali tradizionali e innovativi e definendo i processi produttivi e le esigenze della clientela attraverso la valutazione dello stile di vita e in relazione al "Made in Italy". Nel percorso formativo si studieranno anche gli aspetti tecnici per la realizzazione di nuovi prodotti, testandone ed analizzandone la fattibilità a livello produttivo e facendo riferimento ai canoni del lusso e ai codici stilistici del brand.

La ricerca e lo studio dei materiali sarà il primo passo nello sviluppo di proposte progettuali, in modo da aiutare nell'interpretazione e applicazione delle innovazioni sperimentali del design, nonché nell'utilizzo delle tecniche tradizionali e delle nuove tecnologie. Le idee verranno comunicate attraverso l'impiego di software 3D, interpretando sul piano grafico le simulazioni virtuali degli accessori. Comprendendo la fattibilità di produzione degli accessori, la progettazione avverrà attraverso la modellazione del prodotto, che permette la realizzazione materiale di un'idea concettuale e l'analisi delle forme dell'oggetto. In collaborazione con le più importanti aziende operanti nel settore, il corso promuove le capacità creative individuali del partecipante, nonché le abilità di sviluppo imprenditoriale e produttivo.

L'evoluzione del settore degli accessori sul mercato internazionale è diventata un modello strategico fondamentale nello sviluppo dei brand della moda e del lusso, e il designer di accessori ha assunto un ruolo di primo piano in questo business emergente, diventando l'unica figura in grado di comprendere e interpretare le tendenze contemporanee e definire di conseguenza le strategie di mercato per i brand globali.

un settore in espansione
di importante sviluppo
per i brand globali



* Il corso si terrà in Istituto Marangoni Milano • School of Design

Undergraduate Programmes | Three Year Course

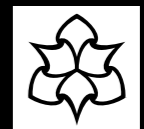
accessories design*

programmi postgraduate

Corsi preparatori / I corsi di Portfolio Surgery e di Management Surgery hanno la durata di un mese. Sono stati ideati per dare supporto a quegli studenti che sono stati accettati nei corsi master di moda e business con i requisiti specifici richiesti, dando loro l'opportunità di migliorare la qualità della propria preparazione per il corso prescelto.

MA Master's Degrees¹ • Corsi Master • Cycles de Spécialisation¹ / Questi corsi sono rivolti a coloro che hanno già competenze specifiche nella propria area a livello universitario. I corsi master sono aperti anche ai professionisti del settore che desiderano approfondire la loro conoscenza in una specifica area. Si tratta di corsi altamente specializzati, che aprono le porte ad una brillante carriera in una delle capitali mondiali della moda e del lusso.

¹) I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un master's degree da parte di MMU (Manchester Metropolitan University-UK). I programmi master's degree includono 12/14 settimane di placement. Al termine dell'anno di studio concluso con successo si otterranno i 180 crediti formativi necessari al rilascio di un master's degree. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili sul sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio); per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.



Manchester
Metropolitan
University

Postgraduate Programmes | Preparatory Course

portfolio surgery

management surgery

Milano Paris

portfolio surgery

L'obiettivo di questo breve corso intensivo è quello di alzare il livello del portfolio creativo presentato dai candidati ammessi con i requisiti necessari ai programmi master di Istituto Marangoni.

Il miglioramento richiesto può essere legato al non pieno rispetto dello standard richiesto, evidenziato negli aspetti della ricerca, nelle tecniche di illustrazione, nello studio dei volumi o nella rappresentazione tecnica del capo di abbigliamento.

Grazie all'incontro con i docenti lo studente avrà modo di perfezionare l'analisi del mondo fashion attraverso gli aspetti iconografici del settore e di capire la precisa applicazione degli strumenti necessari allo sviluppo di una ricerca.

Lo studio dei trend e dei linguaggi di comunicazione della moda contemporanea, permetterà di condividere una maggiore conoscenza necessaria ad affrontare un corso master.

L'approccio al disegno e allo studio delle tecniche di illustrazione permetterà di analizzare il corpo umano e le proporzioni necessarie alla rappresentazione grafica degli outfit.

La capacità di interpretare i volumi e il disegno tecnico dei capi d'abbigliamento sarà l'incontro conclusivo del corso e permetterà di avere una visione olistica sul processo creativo.

Gli incontri individuali con i docenti permetteranno inoltre al partecipante di ricevere consigli individuali sul miglioramento del proprio portfolio.

risultati di apprendimento

- sviluppare una ricerca primaria e secondaria utilizzando diverse fonti;
- illustrare le tendenze moda contestualizzandole con gli attuali trend;
- dimostrare preparazione nella rappresentazione tecnica dei capi di abbigliamento;
- presentare una collezione a livello professionale.

ciclo di studi

- research
- trend
- illustration / drawing
- pattern cutting / modeling

Milano

management surgery

L'obiettivo del corso è di migliorare la preparazione dei partecipanti, ammessi al corso master con i requisiti necessari, in ambito economico e di business.

Durante il corso si affronteranno le tematiche legate ai principi base di economia per capire l'organizzazione delle aziende, l'analisi dei costi e le principali voci del bilancio.

Inoltre, verrà analizzato il micro e macro ambiente nel quale l'"azienda" opera, e si analizzeranno i principali indicatori macroeconomici e la loro influenza sulla crescita e lo sviluppo dei mercati mondiali.

Una parte del corso sarà focalizzata allo studio del fashion system, dove gli studenti affrontano le tematiche legate al prodotto e alla supply chain.

Le lezioni inerenti al marketing, alla comunicazione e al brand di moda e lusso sono un'importante introduzione alle materie che verranno studiate nel master prescelto.

Lo svolgimento del corso, oltre che lezioni frontali, prevede esercitazioni e letture di articoli per contestualizzare gli argomenti trattati all'attualità del fashion business.

risultati di apprendimento

- comprendere il concetto di un'azienda e le attività e risorse necessarie al suo funzionamento;
- valutare fattori macro e micro dell'economia e la loro influenza sulle aziende e sulle loro attività;
- definire i principali attori della filiera del fashion system e analizzare la loro interazione, creazione e produzione del prodotto moda;
- capire gli elementi base del marketing e della comunicazione della moda e del lusso.

ciclo di studi

- principles of economics
- micro and macro environment
- introduction to the fashion system
- marketing

Rivolto a candidati già in possesso di diploma universitario in Fashion Design o titolo equivalente, o che hanno un'adeguata conoscenza e comprovata esperienza professionale nel settore della moda. Il piano di studi è ideato per la formazione di un fashion designer capace di esprimere la sua creatività e la sua visione innovativa del mondo circostante, rispondendo alle nuove sfide e ai cambiamenti che il sistema della moda impone a livello globale.

Il candidato deve possedere un'innata capacità nel coniugare le competenze tecniche con la consapevolezza del contemporaneo, approfondire le proprie conoscenze attraverso la ricerca e la sperimentazione per produrre idee vincenti. Attraverso l'utilizzo di diverse tecniche di ricerca visiva, di tendenza e di mercato, gli studenti devono dimostrare di essere in grado di lavorare ai progetti in modo multidisciplinare.

Durante il corso, gli studenti acquisiranno le nozioni tecniche e teoriche necessarie a sviluppare una forte autonomia e fiducia nelle proprie capacità creative e professionali. La conoscenza di materie quali analisi, semantica e sociologia consentirà loro di comprendere, interpretare e implementare le proposte di abbigliamento nel mercato del womenswear. Tale attività diventerà il trampolino di lancio per lo sviluppo dei progetti con le aziende, fulcro del programma master. Durante il percorso formativo i partecipanti valuteranno il mercato e soprattutto la relazione tra concept, prodotto e tecniche di vendita.

Nella fase finale del percorso didattico, l'esperienza maturata con l'azienda, l'incontro con protagonisti del settore e le metodologie di ricerca acquisite, permetteranno al candidato di trovare una propria identità creativa, visionaria e imprenditoriale.

risultati di apprendimento

- apprendere metodi lavorativi innovativi nell'ambito del womenswear design e sviluppo del brand;
- gestire il processo creativo in autonomia, incanalandolo nello sviluppo del progetto, in linea con le tendenze dell'industria globale di moda;
- imparare a utilizzare i software esistenti ed emergenti per lavorare in un contesto internazionale;
- valutare e gestire brand di nicchia verso aziende globali;
- sviluppare in autonomia una propria metodologia di ricerca per sfondare nel mondo della moda.



Postgraduate Programmes | MA Master's Degree¹ · Master's Course · Cycles de Spécialisation¹

fashion design womenswear

il corso che potenzia
i talenti che cambiano
il mondo della moda

sbocchi professionali

Specializzato nei linguaggi della moda, capace di sviluppare una collezione unica e differenziata, in grado di rispondere alle richieste del mercato e del target di riferimento, il Fashion Designer ha una formazione culturale che spazia dalla sociologia alla produzione, dal marketing alla semiotica, inclusi i nuovi trend di comunicazione visiva e sociale della Moda femminile.



¹ I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un master's degree da parte di MMU (Manchester Metropolitan University-UK). I programmi master's degree includono 12/14 settimane di placement. Al termine dell'anno di studio concluso con successo si otterranno i 180 crediti formativi necessari al rilascio di un master's degree. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili sul sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio); per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.

ciclo di studi

- concepts of contemporary femininities
- design and culture interface
- visual communication and brand identity
- research methods
- dissertation*

*solo a Parigi e a Londra

Postgraduate Programmes | Master's Course

fashion design menswear

in partnership with **Ermenegildo Zegna** www.zegna.com

I candidati a questo corso master devono essere in possesso di diploma universitario in Fashion Design o titolo equivalente, o avere un'adeguata conoscenza e comprovata esperienza professionale nel settore della moda. Il corso master è ideato per preparare gli studenti al menswear Fashion Design ed esplora la disciplina in relazione alla storia dell'abbigliamento maschile, la sua successiva evoluzione e il disegno di collezioni in linea con lo sviluppo di un particolare brand.

I partecipanti al corso impareranno ad utilizzare le tecnologie esistenti ed emergenti impiegate dall'industria della moda contemporanea, stimolando al contempo la loro creatività ed esercitandosi nel design in modo autonomo, per soddisfare le esigenze dell'industria della moda e del lusso.

I partecipanti dovranno sviluppare progetti con stili diversi, iniziando con la creazione di un moodboard e impiegando differenti tecniche di ricerca visiva, di tendenza e di mercato. Nello sviluppo del corso si acquisiranno le nozioni tecniche e teoriche necessarie a sviluppare una forte autonomia e fiducia nelle proprie capacità creative e professionali. Il successivo approfondimento analitico, semantico e sociologico mirato ad interpretare, comprendere e fare proposte attuali, diventerà lo spunto utile per lo sviluppo dei progetti rivolti alle aziende del settore della moda. Durante il corso, i partecipanti affronteranno le sfide del mercato, e in particolar modo il concetto di prodotto e tecniche di vendita, analizzando l'influenza dell'arte, della cultura, della musica e del design sulla moda.

risultati di apprendimento

- analizzare in modo critico le esigenze del consumatore di moda maschile;
- individuare e interpretare le tendenze per la creazione di una linea maschile specifica;
- effettuare ricerche approfondite nel contesto più ampio dell'arte e del design in relazione all'industria della moda uomo;
- dimostrare gli avanzati processi tecnici e creativi utilizzati per comunicare in modo chiaro ed efficace idee e concetti di design, rafforzando al contempo l'identità di un brand di moda uomo;
- analizzare e applicare in modo critico le teorie e le tecniche utilizzate nello sviluppare nuove proposte di design per l'industria di moda uomo, dimostrando originalità e capacità di autogestirsi;
- applicare le conoscenze apprese dall'ideazione della collezione alla produzione e dal linguaggio dell'immagine alla percezione globale dello stile della moda maschile italiana;
- eseguire con successo una ricerca indipendente.

ciclo di studi

- the masculine product
- design and culture interface
- visual communication and brand identity
- research methods



sbocchi professionali

Il designer di menswear è una figura molto ricercata nell'industria della moda maschile. Le opportunità lavorative per tali designer sono molto ampie: possono, infatti, lavorare per una propria azienda o collaborare con brand e studi di design, occupandosi di consulenza e ricerca. Saranno in grado di disegnare collezioni di abbigliamento, dalla maglieria ai costumi da bagno, con un occhio rivolto agli sviluppi delle nuove tendenze. Inoltre, basandosi sulla loro esperienza, possono anche diventare product manager e gestire la produzione, un'area di vitale importanza per lo sviluppo delle creazioni. La collaborazione con Ermenegildo Zegna, avviata nel 2010, è la prova della stretta relazione che Istituto Marangoni è in grado di creare con i brand di lusso più prestigiosi, fornendo agli studenti la migliore istruzione e pratica per rispondere alla costante evoluzione della moda maschile contemporanea. Gli studenti del master in Fashion Design Menswear hanno l'opportunità di incontrare persone che lavorano a veri progetti lanciati dagli head of style delle linee Ermenegildo Zegna, Z Zegna e Zegna Sport. Il progetto è ideato in modo da dare agli studenti la possibilità di offrire idee e proposte per contribuire alle collezioni uomo: il miglior studente del corso sarà premiato con il Menswear Award e avrà l'opportunità di svolgere uno stage nel team creativo di uno dei tre brand, oltre a partecipare alla preparazione della sfilata della nota firma di moda uomo.

Rivolto a candidati già in possesso di titolo universitario in Fashion Design, nel campo dell'industria tessile o comprovata esperienza professionale. Il programma di studi è finalizzato a formare la figura dello specialista in maglieria per la moda, grazie alle conoscenze dei filati, dei titoli pesi di lavorazione e delle tecniche di costruzione, lavorazione per poter proporre innovative soluzioni di tendenza nel settore. Un requisito importante per l'accesso al corso Master è la presentazione di un portfolio che dimostri le competenze nella comunicazione del design e della moda o la conoscenza dello sviluppo dei progetti del mondo tessile.

Iniziando con lo studio delle fibre e proseguendo con la conoscenza dei filati, i partecipanti impareranno le caratteristiche e le proprietà di filati e tessuti materiali, studiando sia le attuali tendenze nell'industria della moda, sia l'utilizzo e l'evoluzione storica della lavorazione a maglia. Attraverso la reale comprensione dell'industria, i partecipanti acquisiranno le conoscenze tecniche necessarie per la creazione di una collezione di maglieria e la loro composizione, tra i quali la "maglia tagliata", la "maglia calata", il "jacquard", i punti, i punti tessuto e l'intarsio.

Successivamente, gli studenti acquisiranno una formazione tecnica e analitica che faciliterà lo sviluppo di proposte contemporanee di maglieria, e potranno diventare un punto di partenza per lo sviluppo di un progetto di fashion design per un'azienda operante nel settore. Al termine del percorso formativo, i partecipanti realizzeranno, scegliendo i filati più appropriati, una personale collezione di maglieria uomo o donna. Nella fase finale del corso, l'esperienza acquisita con le aziende coinvolte e le metodologie di ricerca apprese consentiranno ai candidati di sviluppare un portfolio completo, dando loro la giusta preparazione professionale per entrare nel mondo del lavoro come knitwear designer.

risultati di apprendimento

- acquisire conoscenze innovative e metodi di lavoro per la maglieria;
- gestire l'originalità creativa in autonomia, durante lo sviluppo dei progetti, in piena consapevolezza delle tendenze della fashion industry globale;
- apprendere i software innovativi per lavorare nel contesto del sistema moda internazionale;
- valorizzare e gestire brand specializzati nella maglieria;
- sviluppare la propria capacità di ricerca specifica per il settore maglia nel contesto moda.

ciclo di studi

- properties of knitwear
- knit for fashion
- collection building
- research methods

sbocchi professionali

Il fashion knitwear designer può lavorare come libero professionista oppure in una delle tantissime aziende specializzate nella produzione di maglieria, o per brand del lusso del made in Italy. La professione del fashion knitwear designer è altamente specializzata per l'industria della moda. Le figure specializzate in questo settore possono trovarsi in studi che si occupano di future tendenze del tessile per la moda o nella ricerca di nuovi filati. La conoscenza e la capacità di interpretare la maglieria contemporanea e di tendenza, insieme con la conoscenza delle caratteristiche tecniche, permettono al partecipante un'eccellente preparazione per l'ingresso nel mondo della moda.

Postgraduate Programmes | Master's Course

knitwear design

la maglieria
in passerella



Rivolto a candidati in possesso di diploma universitario o titolo equivalente e hanno un portfolio specifico in collezioni di accessori o con comprovata esperienza lavorativa. Il corso master si focalizza sulla creazione di una linea di accessori in grado di coniugare gli aspetti caratterizzanti il prodotto "Made in Italy", dal disegno alla produzione. I partecipanti osserveranno come l'industria italiana sia esemplare nella sua capacità di identificare il potenziale dei materiali e applicare tale conoscenza per bilanciare bene design e funzione con un'estetica sofisticata. Grazie a questo corso, i partecipanti avranno l'opportunità di conoscere le maggiori compagnie italiane del settore. .

Il percorso di formazione parte dalla creazione di una collezione di accessori legata al concetto di lusso "decorativo". I partecipanti impareranno le tecniche per l'applicazione dei materiali ai prodotti, l'esplorazione di idee e prototipia. Analizzeranno anche gli aspetti manageriali e di marketing della disciplina e svolgeranno ricerche sulla storia dell'accessorio di lusso. Le idee di design saranno applicate ad una collezione di accessori donna legata ad un brand italiano leader nel settore. Durante il progetto, i partecipanti approfondiranno il concetto di "hidden luxury" associato al "Made in Italy", enfatizzando i valori dell'eredità e le tecniche di lavorazione, nonché la natura stagionale di questo tipo di prodotto.

Dopo lo studio dei processi di pricing e di produzione legati al marketing e al prodotto, i partecipanti realizzeranno una collezione coordinata che includa un'ampia gamma di accessori quali borse, pelletteria, cinture, occhiali, accessori high-tech, ecc. Il progetto finale si svolgerà in collaborazione con una prestigiosa azienda italiana, e a suo completamento l'head of style e i product manager dell'azienda stessa valuteranno lo sviluppo creativo dei progetti, dalla ricerca di tendenza, all'impatto della comunicazione visiva, fino alla realizzazione del prototipo finale.

Il progettista di accessori possiede una completa conoscenza tecnica e comprensione delle caratteristiche dei materiali e interpreta le tendenze moda da tradurre nelle creazioni "accessori". Il professionista è in grado di interpretare le tendenze di moda e l'immagine del brand nella produzione di accessori, oltre a rispondere alla domanda del mercato con proposte lungimiranti. Sono inoltre esperti nelle tecniche che aggiungono valore ai materiali tradizionali. Il designer è in grado di trasformare scarpe, borse, cinture e altri oggetti comuni in nuovi oggetti iconici.

Postgraduate Programmes | Master's Course

*luxury accessories design & management**

il master che celebra lo stile italiano nel mondo del design e della moda

risultati di apprendimento

- disegnare e progettare una collezione di accessori;
- scegliere i materiali idonei al prodotto e sperimentare nuove forme e proporzioni;
- conoscere e saper gestire le fasi produttive dell'accessorio definendo i costi e redigendo delle schede prodotto professionali;
- conoscere il panorama della moda e delle aziende di accessori;
- proporre un complesso progetto creativo che contempli un ampio mix merceologico di prodotti coordinati.

ciclo di studi

- the accessory product
- collection building and management
- visual communication and brand identity
- research methods

sbocchi professionali

Lo stilista di accessori lavora per il proprio brand o in una delle tantissime aziende che operano nel settore degli accessori, calzature o nell'area più generica della pelletteria. Può operare negli studi di ricerca e trend forecasting, oppure in case di moda della haute couture o del prêt-à-porter. La profonda conoscenza delle strategie di marketing e delle logiche di produzione permette a questo professionista di lavorare anche come project manager e product manager in aziende che operano in questo segmento di mercato.

* Il corso si terrà in Istituto Marangoni Milano • School of Design

Postgraduate Programmes | Master's Course

fashion styling & portfolio

Rivolto a candidati con diploma universitario nella moda, nel fashion styling, in fotografia e nella comunicazione o semplicemente a chi ha già comprovata esperienza in queste aree. Il corso è rivolto anche a chi vuole aggiornare, ampliare e sviluppare le proprie competenze e, soprattutto, valorizzare il proprio portfolio professionale, ricercando una qualifica specifica nello styling contemporaneo.

Il programma di studi è finalizzato a formare la figura dell'esperto dell'immagine attraverso la realizzazione di progetti di moda, grazie al sostegno e all'intervento tecnico di professionisti del settore e della fotografia. I partecipanti acquisiranno le nozioni tecniche e teoriche finalizzate alla realizzazione di un progetto fotografico di moda, dall'idea all'editing finale. Partendo dalla ricerca e dalla sua elaborazione, durante il percorso formativo i partecipanti svilupperanno diversi progetti con fotografi professionisti. Il corso master dà l'opportunità di ricercare, analizzare, approfondire e sviluppare tematiche di moda e di lifestyle che caratterizzano il percorso di realizzazione di innovativi progetti fotografici. Durante il corso, i candidati svilupperanno un approccio creativo analizzando le evoluzioni delle tendenze attuali e future, approfondendo le conoscenze storiche e contemporanee del panorama moda, ricercando risultati innovativi finalizzati alla realizzazione di un portfolio professionale.

Il corso svilupperà anche l'innata leadership e le abilità manageriali organizzative necessarie per questa professione, che consiste nella gestione del gruppo di lavoro, rispettando le scadenze e i costi di produzione, gestendo i casting, collaborando con il fotografo prescelto e definendo l'appropriata scelta della location.

il concetto di comunicazione dell'immagine di moda e lusso

risultati di apprendimento

- sviluppare la capacità di gestire un servizio fotografico completo in maniera indipendente;
- gestire il processo creativo dall'idea alla sua realizzazione;
- utilizzare in maniera appropriata la conoscenza e gli sviluppi di stili in contenuti professionali;
- sviluppare la capacità di lavorare e negoziare in gruppo;
- sviluppare la capacità di lavorare in gruppo e di leadership, riconoscendo e rispettando le diverse figure professionali;
- dimostrare un alto livello di professionalità, caratterizzato da iniziativa, creatività, motivazione e self management.

ciclo di studi

- cultural identity of styling
- fashion brand
- creative communication and experimentation
- creative visualisation
- theory and practice
- research methods

sbocchi professionali

L'esperto di Fashion Styling lavora spesso come freelance e può trovare impiego e stimolanti opportunità di carriera nell'editoria di moda, negli uffici stile e design delle principali aziende fashion. Ulteriori sbocchi possono essere trovati nelle agenzie di pubbliche relazioni, ma anche negli uffici di ricerca e progettazione di future tendenze, oppure come fashion blogger.

Postgraduate Programmes | Master's Course

fashion photography

in partnership con **SUPERSTUDIO**  www.superstudiogroup.com

Rivolto a candidati già in possesso di studi universitari in fotografia, Fashion Design o Styling. Il corso è consigliato anche a chi ha già conoscenza ed esperienza pratica e tecnica nel campo della fotografia e vuole aggiungere nuove abilità alla sua esperienza da utilizzare nel mondo della fotografia di moda. Il corso ha lo scopo di formare professionisti che attraverso l'esplorazione personale si confrontano con l'attuale linguaggio della fotografia per proporre delle soluzioni innovative e di tendenza.

Il percorso formativo presenta una struttura di apprendimento multidisciplinare, che permette ai partecipanti di sviluppare le capacità necessarie ad effettuare progetti fotografici professionali. Grazie alle sperimentazioni tecniche, ai contenuti culturali e agli strumenti di ricerca, il partecipante si avvicinerà alla futura professione del fotografo di moda, capace di rappresentare l'anima e l'identità del prodotto fashion.

I partecipanti applicheranno gli strumenti tecnici e i contenuti culturali alle proposte di progetto da svolgere e attraverso il loro sviluppo, imparano a negoziare e progettare la realizzazione di un servizio fotografico. Questo lavoro richiede ai partecipanti una location o uno studio dove elaborare le luci, i colori e devono avere la sensibilità di "catturare" il soggetto da fotografare, rispondendo al 'mood' e al tema della proposta. Altri elementi includono la gestione dell'equipe per la realizzazione del set che corrisponda alle esigenze dei brand da promuovere. Alla fine del corso, tutti i partecipanti presenteranno un book fotografico che esprime il loro approccio individuale e le loro aspirazioni in modo professionale.

risultati di apprendimento

- svolgere ricerche individuali per produrre un lavoro criticamente coerente sviluppato ed esposto in maniera adeguata;
- contestualizzare la fotografia e le sue applicazioni tecniche al mondo della moda;
- giungere ad una interpretazione individuale della creatività e dell'estetica moda, attraverso l'analisi e lo sviluppo concettuale;
- gestire tecnicamente i materiali e i processi professionali associati alla fotografia di moda;
- sviluppare una serie di capacità critiche, tecniche e professionali associate alla fotografia di moda.

valorizzare la creatività del mondo tecnico della fotografia



sbocchi professionali

Il fotografo di moda è quella figura che declina le sue capacità tecniche e conoscitive alle esigenze in continuo sviluppo e cambiamento nell'ambito della moda.

Lavorerà in stretto contatto con brand di ogni livello per la realizzazione di campagne pubblicitarie, look-book, cataloghi, cartelli vetrine; lavorerà coordinato da un capo redattore di una rivista di moda, per la realizzazione di photo-shooting editoriali per riviste stampate ed online.

Il fotografo di moda lavorerà sempre in equipe, confrontandosi ed integrando il proprio lavoro con le diverse figure professionali come il Fashion Stylist, il Make Up Artist e l'Art Director, per la creazione di lavori con un elevato senso estetico.

ciclo di studi

- history of fashion photography
- theory and technique of photography
- sociology of the fashion image
- photographic studio 1
- photographic studio 2
- research methods

Postgraduate Programmes | Master's Course

fashion promotion & communication

Rivolto a candidati in possesso di diploma universitario o titolo equivalente legato al mondo della comunicazione, dell'advertising, del marketing, oppure con una comprovata esperienza lavorativa. Attraverso lo studio di materie quali fashion & luxury marketing management, public relation & fashion, e luxury fashion advertising campaigns, il corso consente ai partecipanti di acquisire le nozioni tecniche e teoriche necessarie a creare una campagna di comunicazione.

Partendo dall'analisi del posizionamento dell'azienda, il fashion & luxury promoter definisce gli obiettivi da raggiungere e individua i media attraverso i quali trasmettere il messaggio ai differenti target. Particolare enfasi è dedicata al ruolo svolto dalle public relation all'interno delle aziende di moda: dalla gestione dei clienti all'individuazione delle celebrities; dall'organizzazione di fashion shows alla gestione del press days.

Il programma di studi è finalizzato a formare la figura del Fashion Communication Manager, lo specialista della comunicazione delle imprese di moda, il quale, attraverso un approccio volto a costruire un vantaggio competitivo difendibile e durevole, implementa e gestisce la strategia di comunicazione integrata delle aziende fashion.

apprendere
tutte le strategie
di comunicazione
dei brand di moda
e di lusso



sbocchi professionali

Il fashion promoter definisce le campagne pubblicitarie e organizza la promozione attraverso i canali di comunicazione più idonei. Organizza presentazioni, eventi e mostre di moda, che riflettano e rappresentino l'immagine del brand. Gestisce anche gli uffici stampa e le pubbliche relazioni ed ha grandi capacità di osservazione e comunicazione. Il fashion promoter conosce a fondo le esigenze dei clienti del prodotto moda ed i mercati in cui opera. Specializzato nelle diverse discipline della comunicazione, il Fashion Communication Manager può lavorare sia in un'azienda di moda che in una delle molteplici agenzie che interloquiscono con essa: agenzie di pubblicità, di public relation, di corporate identity, di web communication e uffici stampa.

risultati
di apprendimento

- comprendere i fondamenti della costruzione dell'immagine, del photo editing, della composizione del layout, dei video, dei storyboarding e dei procedimenti di video making attraverso l'analisi di differenti campagne pubblicitarie di moda e di prodotti di lusso;
- valutare il ruolo della creatività nella pubblicità di moda e valutare le strategie e le scelte di esecuzione di differenti campagne pubblicitarie;
- comprendere come l'emergere di nuove piattaforme e i progressi tecnologici stiano cambiando il modo in cui i brand ed i consumatori comunicano ed interagiscono;
- analizzare le differenti tecniche di styling e valutare la loro applicazione alla pubblicità di moda;
- analizzare ed interpretare il ruolo delle pubbliche relazioni all'interno della strategia di comunicazione delle organizzazioni di moda;
- organizzazione eventi promozionali presentando specifiche soluzioni per case studies e progetti.

ciclo di studi

- fashion public relations and writing
- fashion marketing management
- fashion campaigns & advertising
- contemporary issues in fashion
- new narratives and trend forecasting
- research methods

Postgraduate Programmes | MA Master's Degree¹ · Master's Course · Cycles de Spécialisation¹

fashion & luxury brand management

Questo corso master è ideato per formare futuri professionisti nel settore del brand management, del merchandising e della comunicazione, con particolare riferimento alle aree della moda e del lusso. Data la natura avanzata del corso, i candidati devono essere in possesso di diploma universitario in marketing, economia o simili, o avere comprovata esperienza lavorativa nel settore.

I moduli base del piano di studi sono dedicati alla comprensione delle logiche dei mercati della moda e del lusso, valutando come la struttura dell'offerta debba considerare i principali segmenti per rispondere alla domanda dei consumatori, ai loro bisogni e desideri. Il marketing mix e la sua costruzione in funzione del cliente target diventa l'elemento base su cui pianificare la strategia di sviluppo del brand. Lo studio degli stili del passato, l'analisi dei trend attuali e le previsioni delle tematiche legate al future fashion, portano il partecipante a comprendere come le espressioni estetiche e le interpretazioni delle tendenze sociali e culturali influiscano sul processo di sviluppo delle collezioni. Vengono inoltre approfondite le principali metodologie di ricerche sociali e di mercato, e la loro applicazione pratica nel settore.

Come parte integrante di questo corso specialistico, i partecipanti impareranno a interpretare le logiche economiche, commerciali, di marketing e di comunicazione proprie del settore del lusso. Inoltre analizzeranno come le aziende del mercato moda-lusso sviluppano modelli interpretativi del posizionamento del brand e definiscono nuove strategie nella sua gestione.

Lo studio dei prodotti moda-lusso e delle loro caratteristiche verrà approfondito con l'obiettivo di creare innovazione e vantaggi competitivi per le aziende operanti nel settore. Il corso si svolge attraverso lezioni in aula, lavori di gruppo e progetti individuali.

studiare le logiche
di business, gestione
e sviluppo dei brand
e il marketing mix nei
settori fashion e luxury

risultati di apprendimento

- analizzare i segmenti della domanda e dell'offerta all'interno di un mercato nei settori fashion e luxury, e valutarne la natura e le principali caratteristiche;
- applicare modelli interpretativi e metodi manageriali a supporto delle fondamentali attività di marketing operativo e strategico;
- individuare le dinamiche concorrenziali e sviluppare adeguate strategie per competere con successo per la conquista dei clienti;
- sviluppare un approccio al tempo stesso rigoroso e originale alla gestione dei brand nel settore del fashion-luxury;
- acquisire un approccio critico e creativo combinato ad una visione imprenditoriale, sia verso le logiche di business, sia verso lo sviluppo della propria professionalità.

sbocchi professionali

Il brand fashion manager è una figura sempre più richiesta all'interno delle aziende di moda, per le quali elabora soluzioni creative volte a migliorare la gestione pratica di un brand. Ha il compito di definire lo stile delle collezioni, identificare la fascia di prezzo, il target e il mercato di riferimento. Controlla inoltre lo sviluppo della nuova produzione, pianifica la promozione e i canali di vendita in collaborazione con l'ufficio stile e con i vari reparti di produzione e marketing della moda e del lusso.

Il particolare percorso formativo permette ai partecipanti al corso di indirizzarsi ad un'ampia gamma di potenziali carriere nel settore fashion-luxury, tanto in aziende di produzione e distribuzione, quanto in agenzie e società di consulenza. Tra le principali aree di sviluppo professionale si segnalano:

- marketing di prodotto, merchandising e category management;
- retail management, sales management, trade marketing;
- comunicazione tradizionale e digitale;
- ricerche di mercato e cool hunting.

ciclo di studi

- luxury management
- fashion marketing management
- strategic brand management
- contemporary issues in fashion
- product creativity and innovation
- research methods
- dissertation*

*solo a Parigi e a Londra



¹ I programmi erogati in lingua inglese a Parigi e a Londra portano al conseguimento di un master's degree da parte di MMU (Manchester Metropolitan University-UK). I programmi master's degree includono 12/14 settimane di placement. Al termine dell'anno di studio concluso con successo si otterranno i 180 crediti formativi necessari al rilascio di un master's degree. I candidati dovranno essere in possesso di requisiti specifici (consultabili sul sito www.mmu.ac.uk/international indicando il proprio paese d'origine e il proprio livello di studio); per maggiori informazioni si invita a contattare l'ufficio informazioni del campus prescelto.

Postgraduate Programmes | Master's Course

fashion buying

Rivolto a candidati in possesso di diploma universitario in economia, marketing o fashion design. L'accesso a questo corso è rivolto anche a coloro i quali hanno una comprovata esperienza lavorativa nel settore. Il corso è finalizzato a formare la figura del Fashion Buyer, professionista esperto nella selezione e nell'acquisto del prodotto moda.

Attraverso lo studio di materie quali buying structure, trend forecasting, product e visual display, il partecipante apprende le nozioni tecniche e teoriche finalizzate alla realizzazione di una campagna di buying. Tramite l'analisi dei differenti format retail, la comprensione di un'organizzazione di un buying team e l'analisi dei principali macro e micro trends, è in grado di comprendere il ruolo svolto dal buyer e dal merchandiser nel mercato globale della moda e del lusso. L'approfondimento successivo dedicato alla conoscenza del corretto stock mix, delle principali tecniche di Import/Export nonché delle strategie di pricing e redditività, permettono al Fashion Buyer di pianificare correttamente l'acquisto della collezione, equilibrato mix di prodotti e brand che soddisfino le esigenze e i gusti del consumatore.

Inoltre, l'acquisizione delle tecniche di sviluppo del prodotto, la comprensione del ruolo svolto dal visual merchandising all'interno dello store e l'adozione di tecniche di negoziazione, consentono al partecipante di affrontare concretamente un progetto reale di buying con un'azienda di riferimento del settore, applicando le conoscenze acquisite alle problematiche aziendali. Nella fase finale del percorso didattico, le metodologie di ricerca acquisite e l'esperienza maturata con i progetti aziendali, permettono al partecipante di elaborare un progetto di buying individuale.

dallo showroom al negozio:
come acquistare e vendere
il sogno della moda

risultati di apprendimento

- sviluppare una comprensione approfondita del consumatore e delle differenti realtà del retail nel settore della moda, a livello sia nazionale che internazionale;
- comprendere l'importante sinergia tra buying, merchandising e retail management, in modo da portare profittabilità ad un brand;
- valutare l'importanza dei punti vendita (POS) come mezzo di comunicazione, dove sviluppare efficacemente le diverse strategie di visual merchandising;
- dimostrare una conoscenza ed una comprensione avanzata delle strategie e delle tecniche di fashion buying e di merchandising per sviluppare un piano di gamma in grado di garantire margini di redditività;
- valutare i risultati delle vendite, la performance pianificata rispetto al budget e proporre strategie di re-forecasting per massimizzare i profitti;
- identificare le opportunità di sourcing e valutare le opzioni di gestione della catena di approvvigionamento per raggiungere gli obiettivi di business.



sbocchi professionali

Il Fashion Buyer è lo specialista della distribuzione nelle imprese moda che ha una conoscenza approfondita del prodotto dalle metodologie di produzione, alle scelte d'acquisto, alle tecniche di vendita. Specializzato nelle diverse fasi della distribuzione, il Fashion Buyer può lavorare in differenti organizzazioni fashion: dalla grande distribuzione, alle catene di negozi o la singola boutique.

ciclo di studi

- understanding buying
- fashion marketing management
- advanced buying
- contemporary issues in fashion
- buying techniques
- research methods

Postgraduate Programmes | Master's Course

fashion product & production management

Rivolto a candidati in possesso di diploma universitario in area economica, marketing, fashion design o similare, oppure comprovata esperienza lavorativa nel settore. Il programma di studi è finalizzato a formare la figura del fashion product manager, specialista della realizzazione del prodotto moda nelle aziende fashion, in grado di concretizzare le idee e i concetti di design, trasformando la creatività in una valida proposta commerciale. Lo sviluppo del percorso formativo analizza le strategie di marketing e di produzione necessarie alla creazione di una collezione moda in grado di rispondere ai fashion trend e alle richieste dei consumatori offrendo un prodotto con un elevato contenuto di innovazione nello stile e nei processi di lavorazione.

In seguito, lo studio approfondito delle caratteristiche e delle proprietà dei tessuti, combinato alle conoscenze delle tecniche di costruzione di ogni prodotto, consentiranno al partecipante di creare collezioni con i margini di profitto desiderati per il mercato di riferimento.

Lo studio della supply chain, le tecniche di negoziazione con i fornitori, il controllo di qualità e la definizione di prezzo e del lead time sono argomenti sui cui i partecipanti confronteranno, nei progetti sviluppati durante il corso, con professionisti di importanti realtà del fashion system

L'analisi del binomio fashion e technology permetterà allo studente di capire come le innovazioni possono trovare applicazioni nel processo produttivo creando un legame tra le nuove tecnologie e il glamour.

Il corso è strutturato in modo da creare una nuova figura professionale con la capacità di interpretare lo stile dal concetto di design fino al prodotto finito, approfondendo le conoscenze tecniche di costruzione e produzione di ogni indumento creato all'interno della collezione. Una conoscenza dei tessuti, del loro adeguato impiego e delle loro proprietà, legata ai lead time di produzione, consentono al product manager di creare un prodotto in grado di garantire i margini di profitto per i mercati di riferimento.

la professione
che trasforma
il sogno
della moda
in realtà



risultati di apprendimento

- comprendere e gestire delle problematiche tecniche, tecnologiche, organizzative ed economiche legate ai processi produttivi dei prodotti moda;
- valutare i fornitori sulla base delle loro potenzialità produttive, affidabilità finanziaria, livello tecnologico rispondenza alle specifiche di prodotto;
- gestire in sede progettuale tutte le variabili relative alla progettazione di nuovi prodotti fashion relazionandoli all'uso nella società;
- sviluppare la capacità degli partecipanti di rispondere ai cambiamenti tecnologici e di innovazione di prodotto, prevedendo il futuro scenario nel quale operare;
- sviluppare un sistema di reporting in grado di sintetizzare il flusso di informazioni nel processo produttivo.

ciclo di studi

- fashion product design
- fashion production development
- fashion production strategies
- research methods

sbocchi professionali

Il product manager è una figura di collegamento tra le funzioni creative e produttive nella filiera dello sviluppo del prodotto moda, in grado di applicare conoscenze teoriche e gusto estetico, all'analisi di fattibilità legata ai processi produttivi e di costo; inoltre è responsabile dello sviluppo di nuovi prodotti moda e della loro realizzazione in azienda o in outsourcing. Il fondamentale lavoro del product manager è quello di coordinare temi di design, budget e tempistiche di una collezione. Il product manager si occupa anche della relazione tra fornitori di merchandise e produzione, outsourcing, controllo di qualità e pricing. Il profilo professionale unisce il lavoro dello studio di design, il cartamodello e la produzione per assicurare che la collezione raggiunga lo stile, il prezzo e le date di consegna desiderati.

Postgraduate Programmes | Master's Course

fashion retail management

Rivolto a candidati già in possesso di diploma universitario in economia, marketing, fashion design o titolo equivalente, o con comprovata esperienza lavorativa nel settore. Il corso di studi è ideato per affermare il ruolo dello specialista nella gestione del punto vendita, dal flagship-store alla singola boutique, attraverso lo sviluppo di competenze nelle aree del retail marketing, gestione delle risorse umane e gestione del fashion category management.

Alla fine del corso, i partecipanti saranno in grado di comprendere il valore del marchio e trasmetterlo al consumatore, rendendo il processo di acquisto un'esperienza unica e indimenticabile, in modo tale da conquistare la fiducia e la lealtà del cliente nei confronti del punto vendita. Le materie legate allo studio dello sviluppo delle risorse umane, della comunicazione in store e l'integrazione della tecnologia informatica all'interno del negozio sono fondamentali per comprendere l'attuale ruolo del retail manager e rappresentano il futuro della professione.

Durante il percorso didattico il partecipante svilupperà le conoscenze necessarie per l'analisi economica del punto vendita, garantendo il rispetto del budget e monitorando gli indicatori che misurano le performance del negozio, dalle vendite per categoria agli indici di cross-selling, rotazione degli stock e analisi di copertura. Inoltre, il corso consentirà ai partecipanti di comprendere quali strategie di promozione e di fidelizzazione intraprendere per migliorare la customer satisfaction e la shopping experience dell'acquirente. L'analisi della comunicazione in store, inoltre, consentirà allo studente di comprendere come le strategie tradizionali possano affiancarsi a quelle basate sull'innovazione tecnologica, in modo da sviluppare ulteriormente l'interattività e il coinvolgimento del consumatore.

la gestione manageriale della shopping experience



sbocchi professionali

Il fashion retail manager è una figura chiave nella catena distributiva ed è sostanzialmente il responsabile nella gestione finale della logistica dei prodotti, è altamente qualificato nel settore moda e deve seguire continuamente essere aggiornato sulle tendenze delle collezioni. Deve anche possedere ottime capacità di problem solving e abilità relazionali e di negoziazione per interagire in modo costruttivo sia con il consumatore, che con le risorse umane del punto vendita. Il fashion retail manager può lavorare nei flagshipstore, nei department store, in showroom e boutique, sia monomarca che multi-brand. Può anche gestire lo sviluppo di una rete retail di un'azienda o gestirne l'internazionalizzazione.

risultati di apprendimento

- saper valutare i dati economici del corso e trovare strategie che ne incrementino la redditività;
- sviluppare delle politiche di retail marketing innovative e definire strategie efficaci per la gestione della relazione con il consumatore, valutando la motivazione della clientela, la concorrenza, i valori del brand e le influenze culturali;
- pianificare nuove forme di esperienza di shopping in store che combinino le applicazioni di business intelligence ai cambiamenti nei costumi sociali di consumo nel mercato della moda e del lusso;
- applicare e definire tutti gli aspetti connessi alla comunicazione nel contesto della vendita al dettaglio, dalle proposte di colori, luci, profumi e suoni multisensoriali come anche il design della postazione, alla gestione degli eventi in store;
- gestire il personale di negozio con le dovute leadership e con politiche di motivazione e incentivazione utili allo scopo;
- selezionare e definire gli indicatori che misurano l'efficacia con valori generati all'interno del negozio, analizzando le variazioni stagionali e le tendenze nell'industria della moda;
- pianificare in modo strategico gli acquisti di nuove collezioni moda con buyer consapevoli delle tendenze, ma anche delle politiche sulle giacenze e dei procedimenti logistici all'interno e all'esterno del negozio.

ciclo di studi

- the business of retail
- fashion marketing management
- retail management
- contemporary issue in fashion
- the power of communication in the POS
- research methods

Postgraduate Programmes | Master's Course

digital fashion design*

comunicare e vendere la moda digitale: il ruolo dell'esperto di strategie dei nuovi media per il fashion



sbocchi professionali

Al termine del corso, grazie alle capacità acquisite, i professionisti avranno di fronte a sé una vasta gamma di possibili ruoli da intraprendere nel mercato del lavoro, dalla gestione di una web agency al lavoro all'interno di uno staff editoriale di riviste o aziende di moda, fino ai portali di e-commerce verticale. Tra le principali opportunità troviamo digital art director, digital brand manager, web fashion designer, customer intelligence manager, online store manager, web visual merchandising, specialista di web marketing e coordinatore di social network.

* Il corso si terrà in Istituto Marangoni Milano • School of Design

Il corso è rivolto a coloro i quali siano in possesso di un diploma universitario in materie grafiche o comunicazione o marketing e conoscenze basiche dei codici html. Il percorso didattico ha lo scopo di definire quali tendenze e soluzioni tecnologiche debbano essere implementate al fine di progettare la corretta comunicazione digitale della brand equity e gestire le politiche di relazione online correlata (social & PR).

I partecipanti saranno anche in grado di analizzare diverse strategie di e-commerce, valutando quali di queste debba essere applicata alle politiche di retail di un brand. Infatti, lo scopo del corso è quello di sviluppare un'analisi critica delle migliori strategie per integrare i canali di commercializzazione diretta alle alternative web based, all'uso dei social media e all'analisi dei dati CRM, con l'obiettivo di incrementare ulteriormente il valore del marchio e attrarre al mercato della moda online consumatori da tutto il mondo. Pertanto, i partecipanti studieranno i linguaggi di programmazione delle nuove tecnologie digitali e dispositivi mobile utilizzati nella brand communication, oltre alle strategie di web marketing e come i valori di un'azienda vengono comunicati al consumatore. Al contempo, studieranno nel dettaglio le strategie di web marketing e comunicazione delle principali case history.

Verranno analizzate le tematiche di progettazione e pianificazione di un sito web, sviluppando un progetto reale in collaborazione con un'azienda operante nel settore. Dopo lo studio delle implicazioni legali specifiche dell'e-commerce e della rappresentazione visiva del progetto per il cliente, il corso si focalizzerà sull'analisi delle tematiche legate allo styling e al visual merchandising, in modo che i partecipanti comprendano come un'azienda possa fare il suo ingresso nel mondo virtuale attraverso il lusso e l'appeal dell'identità del suo marchio. Il progetto finale si focalizzerà sull'implementazione dell'e-commerce del sito web di un reale marchio di moda.

L'esperto in internet fashion è una figura professionale che guarda al futuro. Di fronte alla crescente domanda nell'emergente settore della vendita online, Istituto Marangoni ha creato un corso master in Digital Fashion Design capace di coniugare fashion business e web design. Attraverso la conoscenza approfondita del web marketing, dei media digitali e delle tendenze nel panorama internazionale, lo specialista in moda digitale svilupperà nuove strategie volte a promuovere l'immagine del brand, in linea con i differenti target di prodotto e clientela.

risultati di apprendimento

- interpretare le richieste di un brand di moda realizzando un sito web marketing oriented, efficace da un punto di vista comunicativo, con la programmazione necessaria ad ottenere i risultati desiderati;
- analizzare gli effetti del progresso sulla tecnologia dei media digitali e l'influenza di internet sulle aziende e sui consumatori;
- riposizionare le relazioni online tra la clientela e un brand;
- valutare con occhio critico l'approccio di rappresentazione dell'e-commerce nello sviluppo di un brand;
- analizzare i fattori chiave nella formulazione, sviluppo ed implementazione delle strategie di web marketing e stabilire un piano d'azione in relazione allo scenario dato.

ciclo di studi

- social media and innovation management
- digital project
- fashion web marketing
- strategies for the visual web
- research methods

Postgraduate Programmes | Master's Course

corporate finance and management control for the fashion & luxury business

in collaborazione con LIUC
Università Cattaneo www.liuc.it

Rivolto a candidati in possesso di diploma di laurea in business administration and in marketing management o titolo equivalente, oppure comprovata esperienza lavorativa. Il programma di studi è finalizzato a formare la figura del corporate finance manager and controller nel settore del Lusso in grado di sedere nei consigli di amministrazione e di accompagnare le imprese nei processi di internazionalizzazione, di partnership e di quotazione alla Borsa Valori. E' in grado di sviluppare adeguati piani strategici e di valutarne la sostenibilità economica e finanziaria indirizzando lo sviluppo dei sistemi di performance management.

I partecipanti inizieranno il loro percorso dalla conoscenza dei Principi Contabili Internazionali e dagli US Gaap per apprendere le più attuali tecniche di valutazione delle performance economico-finanziarie, di pianificazione fiscale e legale. Gli approcci teorici saranno applicati a casi ed esempi di aziende operanti nel settore del Lusso al fine di coglierne le peculiarità in termini di gestione e di pianificazione.

I candidati saranno chiamati ad approfondire la storia del Fashion e la sociologia della moda evidenziando come i cambiamenti nelle società contemporanee, hanno trasformato la natura delle aziende del settore moda e lusso da piccole realtà familiari a imprese multinazionale quotate nelle borse mondiali. La peculiarità del settore si confronta con dinamiche quali la rapidità del ciclo di vita del prodotto moda, la volontà di identificazione e comunicazione, il consumo sociale, l'elitismo massificato, variabili che devono essere conosciute e valutate nella pianificazione finanziaria dell'azienda moda e lusso. Il percorso comprende anche la trattazione della governance delle imprese multinazionali. Nella fase finale del percorso didattico, l'esperienza maturata dall'analisi dei casi aziendali e le metodologie di ricerca acquisite, permetteranno ai candidati di elaborare un progetto per la redazione delle proprie tesi.

Il programma di studio, essendo part-time (1 settimana al mese per 40 ore di lezione in classe durante gli 8 mesi di corso), è particolarmente adatto ai professionisti che stanno già lavorando ad un livello professionale riconosciuto e non hanno molto tempo da dedicare allo studio.

un master
part-time
per professionisti
esperti

risultati di apprendimento

- elaborare piani economico-finanziari in grado aumentare shareholders value;
- integrare il linguaggio dei direttori amministrativi con quello dei brand developer;
- sviluppare adeguati sistemi di performance management e di cash management;
- mantenere le relazioni con il mondo delle banche e degli investitori istituzionali;
- comprendere il contesto macroeconomico dell'industria del lusso analizzando le dinamiche nei diversi settori industriali;
- valutare il potere delle marche del lusso attraverso i valori e le dimensioni sociali, culturali e semiotiche;
- analizzare la relazione tra storia della moda e teorie sociologiche interpretandole come fenomeno globale.

ciclo di studi

- enterprise performance management and budgeting
- consolidated financial statement
- corporate finance and governance
- managing of luxury
- contemporary issues in fashion
- design creativity and innovation
- dissertation

sbocchi professionali

Specializzato nell'accounting, nel finance, nel tax planning e nella pianificazione finanziaria, il finance manager and controller ha una formazione culturale che spazia dal marketing al fashion. Conosce le tecniche per analizzare la redditività dei business, dei punti vendita e delle imprese nel mondo del Fashion e del Luxury, è in grado di progettare strategie di sviluppo economicamente e finanziariamente sostenibili capaci di attrarre i grandi investitori del settore, ma nel contempo sono degli executive "creativi" che conoscono il mondo del lusso e le sue peculiarità.

La crescita professionale di questa figura potrà avvenire nell'azienda in cui attualmente opera accrescendo le sue competenze nel mondo della corporate finance, così come in start-up di aziende del settore Luxury che attuano o attueranno processi di innovazione importanti.

1) La specializzazione in Fashion Corporate Finance & Management Control for Luxury Business è tenuto in collaborazione con l'Università Carlo Cattaneo LIUC di Castellanza (Varese) che conferisce il titolo di Master Universitario.



sei
Introductory o
Advanced?

scarica il nostro prospectus
dei corsi brevi da
istitutomarangoni.com



crediti

*si ringraziano gli studenti che hanno realizzato
alcune immagini della brochure*

Francesca Adovasio
Gilda Ambrosio
Nicolò Andreoni
Nicola Besagni
Viola Marella Biasiach
Paula Cademartori
Giulia Capresi
Gabriel Carasso
Floriana Castagna
Alessandra Faja
Emma Galli
Vladimir Herga
Ayoung Ji
Matteo Lamandini
Olimpia Liberti
Ludovica Martinelli
Ana Raket Olafsdottir
Nandy Ottessen
Malak Rabbat
Tiziano Susca
Natalia Troitskaya
Nicolas Wirth
Xing Xiang
Rafaella Zanettou
Vazira Zakirova
Clio Zupanovic

art direction
vanGoGh

stampato in Italia da
Fontegrafica

contatti

Istituto Marangoni Milano

via verri 4 · 20121 milano · italy
t. +39 (0)2 7631 6680 · f. +39 (0)2 7600 9658
milano@istitutomarangoni.com

Istituto Marangoni Paris

48 rue miromesnil · 75008 paris · france
t. +33 (0)1 47 20 08 44 · f. +33 (0)1 47 20 08 55
paris@istitutomarangoni.com

Istituto Marangoni London

30 fashion street · london E1 6PX · united kingdom
t. +44 (0)20 7377 9347 · f. +44 (0)20 7377 9314
london@istitutomarangoni.com

Istituto Marangoni Shanghai

unit 3002, floor30, tower 2 · plaza 66 · no 1266 nan jing xi road · shanghai · china
t. +86. (0) 21 21 6288 0280 · f. +86 (0) 21 6288 0588
shanghai@istitutomarangoni.com