



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI MILANO-BICOCCA

SYLLABUS DEL CORSO

Laboratorio 10 - Moda e turismo

2021-3-E1501N116

Obiettivi formativi

Il Corso “Moda e Turismo” si propone di far conoscere, evidenziare, far comprendere le mutevoli dinamiche che contraddistinguono il Mondo della Moda e con creatività, abbinata a concretezza non solo genera business, ma è in grado di dare lustro al “Made in Italy”, sa anche creare “attrazione fatale turistica” e coinvolgere interessi locali, nazionali ed internazionali.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Sviluppo della conoscenza del Sistema Moda Italiano, significativo per l'aspetto Economico e Turistico di Milano.

Sviluppo della capacità di lettura e analisi di un apparato che crea alto business, grazie ad una collaudata filiera di imprese che hanno saputo sviluppare con grandi capacità un prodotto Moda ed un “Branding” di elevatissima qualità e immagine.

Sviluppo delle capacità critiche comparative, per raggiungere una condizione di identificazione dei fattori importanti del successo della Moda italiana, ottenuto grazie ad un elevato impegno di collaborazione fra tutte le varie aree creative, produttive, commerciali e di “marketing globale”.

Incremento di capacità interpretativa e di progettualità realizzativa.

Contenuti sintetici

Il corso descrive i momenti cruciali di cambiamento sociale, di sviluppo delle economie e del costume dei paesi più importanti nel settore Moda, rappresenta tutti i vecchi e gli attuali aspetti progettuali, organizzativi, gestionali, i tempi, i metodi, le professionalità che governano il Sistema Moda Italiano.

Programma esteso

Il corso, tramite un percorso storico-sociologico, propone i momenti determinanti che hanno portato alla nascita, allo sviluppo dello Stilismo e reso eccezionalmente importante lo “Stile Italiano” e il marchio “Made in Italy”.

A supporto delle varie argomentazioni, vengono presentate le immagini più riconoscibili delle “Griffe” più famose, le sfilate, le pubblicità, gli spazi della Moda e tutto ciò che può far conoscere, identificare uno stile, per comprendere come il consumatore vi si può identificare, affezionare e comprare il prodotto finale... Studio di diverse Branding stories.

Si descrivono l'organizzazione, i tempi della Moda, le stagionalità e tanti eventi importanti, molteplici manifestazioni fieristiche, sfilate, campagne vendite, che attraggono per lavoro venditori, compratori, giornalisti, modelli, turisti, con budget di trasferta elevati e tanto interesse a vivere iniziative culturali, artistiche, musicali, ludiche...

Visita “virtuale on line” della Milano delle vie del lusso, delle Boutique, degli spazi famosi ed invidiati della Moda e del Design Italiano.

Prerequisiti

Interesse a scoprire tanti aspetti poco noti del Mondo della Moda, rivolto a future opportunità di innovativo business turistico, anche di nicchia.

Metodi didattici

Lezioni frontali, con illustrazioni di immagini, filmati, navigazione su siti internet, discussioni di gruppo con analisi e confronto di diverse situazioni, visita virtuale delle Vie della Moda Milanese, eventuale partecipazione di operatori

specializzati.

Modalità di verifica dell'apprendimento

Partecipazione e interventi degli studenti durante le lezioni. Valutazione del PROJECT WORK (sviluppo di un progetto evento originale a partire da una semplice idea o dall'analisi di un caso esistente riguardante Moda e Design).

E' richiesta la partecipazione ad almeno 2/3 delle lezioni per un minimo di 16 su 24 ore previste.

Testi di riferimento
