

PROGRAMMA DEL CORSO DI DESIGN DELLA MODA 2

SETTORE SCIENTIFICO

ICAR/13

CFU

14

OBIETTIVI

***/*

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

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

RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

***/*

Conoscenza e capacità di comprensione

Il Corso darà la base di conoscenza e di comprensione di un ambito professionale concreto basato sul poter fare conoscendo dinamiche precise. Darà modo di comprendere quali siano i passaggi non solo tecnici ma anche storici e culturali della elaborazione del progetto moda. Fornirà la cultura storica da quando l'abito o l'accessorio diventano autonomi e quindi frutto dell'ideazione di un designer ai giorni nostri.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

La formula delle videolezioni ognuna concepita su un tema in modo autonomo, tanto da poter essere gestite come capitoli di un testo senza un inizio e una fine, sarà lo strumento di applicazione della comprensione più efficace. Grazie ai processi di comprensione di ogni lezione sarà possibile verificare le conoscenze acquisite, inserendo nei vari step dati sempre nuovi.

Il contenuto delle videolezioni sarà impostato in modo da facilitare il processo di comprensione con immagini ferme e in movimento, di repertorio e realizzate ad hoc. Una serie di parole chiave sottolineeranno i passaggi di conoscenza come tappe ma senza propedeuticità, in modo da portare ad una costruzione personale del processo di studio.

Autonomia di giudizio

Grazie alla formula di costruzione personale del processo di studio lo studente arriverà ad una autonomia di Giudizio portata dall'acquisizione di uno spirito critico valido. La valutazione di se stessi sarà parte del processo formativo e caratterizzerà la qualità del corso stabilendo un dialogo critico tra docente e studente.

Abilità comunicative

La formula della videolezione svilupperà le abilità comunicative e, attraverso le lezioni, lo studente acquisirà un lessico proprio del fashion design che gli consentirà di avviare e sostenere il percorso di ricerca e di elaborazione del progetto. Sarà una ulteriore chiave di accesso formativa che consentirà allo studente di affinare le tecniche di presentazione delle proprie idee.

Capacità di apprendimento

Lo studente dovrà approfondire gli argomenti trattati con proprie analisi e ricerche in modo da inserire in modo visibile le nozioni apprese negli ambiti di intervento e nella definizione del progetto. Si arriva ad una elaborazione su dati generali ma filtrata da una capacità di apprendimento personale.

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

/**/

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

MODALITÀ DI ESAME ED EVENTUALI VERIFICHE DI PROFITTO IN ITINERE

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

1. la presentazione degli elaborati di ricerca che dovranno porre in evidenza la capacità dello studente di approcciare il tema progettuale in modo trasversale e approfondito conducendo sia un'analisi dell'esistente sia una ricerca di segni utili alla definizione del concept.
2. la presentazione del concept elaborato sulla base delle informazioni raccolte nel momento di ricerca e comunicato attraverso moodboard e disegni a mano libera o digitali in grado di trasmettere la funzione, il contesto d'uso, la forma e il rapporto con l'utente del progetto ipotizzato.

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

Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti

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

Attività di didattica erogativa (DE)

84 Videolezioni + 84 test di autovalutazione; Impegno totale stimato: 84 ore

Attività di didattica interattiva (DI)

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

Totale : 14 ore

Attività di autoapprendimento

252 ore per lo studio individuale

Libro di riferimento

Per quanto attiene i testi di riferimento, essi sono elencati all'interno di ogni singola lezione

AGENDA

- 1 - La stilizzazione grafica come tratto identificativo del creatore di Moda
- 2 - Lo schizzo come modello progettuale del creatore di moda
- 3 - Il pannello
- 4 - Riferimenti chiave del progetto per ideare una creazione di moda
- 5 - Ricerca di elementi di ispirazione per la progettazione
- 6 - Tecnica della gonna svasata: Modellismo
- 7 - Tecnica della gonna a ruota: Modellismo
- 8 - Tecnica della gonna a pieghe: Modellismo
- 9 - Approfondimento storiografico come spunto creativo
- 10 - Approfondimento storiografico: Moschino
- 11 - Approfondimento storiografico: Jean Paul Gaultier
- 12 - Breve biografia di Frida Kahlo
- 13 - Frida Kahlo come icona di vita e di stile
- 14 - La personalità e l'abito
- 15 - La moda: implicazioni psicologiche e condizionamenti culturali e socioeconomici

- 16 - L'estensione dell'io corporeo nell'abbigliamento
- 17 - La psicologia degli accessori nell'abbigliamento
- 18 - L'abito da sposa
- 19 - La moda statunitense
- 20 - Oleg Cassini & Roy Halston
- 21 - Calvin Klein
- 22 - Il moulage
- 23 - Nina Ricci, Alix Grès e Mainbocher
- 24 - I ruggenti anni'20
- 25 - Salvatore Ferragamo. Il calzolaio delle star
- 26 - La moda del decennio 1960-70
- 27 - La moda è indistruttibile
- 28 - Roberto Capucci
- 29 - Emilio Schuberth, il sarto delle dive
- 30 - La minigonna nella storia della moda
- 31 - André Courrèges, lo stilista del futuro
- 32 - Pierre Cardin, l'imprenditore della moda
- 33 - Sonia Delauney
- 34 - Emilie Flöge
- 35 - Il Manifesto Futurista
- 36 - Giacomo Balla
- 37 - Tullio Crali
- 38 - Fortunato Depero
- 39 - Il Bauhaus
- 40 - Il Balletto Triadico
- 41 - Il decennio 1970-79
- 42 - Thierry Mugler
- 43 - Biba
- 44 - Kenzo
- 45 - Issey Miyake

- 46 - Alexander McQueen
- 47 - John Galliano
- 48 - Il Made in Italy
- 49 - Mariuccia Mandelli, Krizia
- 50 - Max Mara e Genny
- 51 - Il decennio 1980-90
- 52 - Christian Lacroix
- 53 - Romeo Gigli
- 54 - Federico Forquet
- 55 - Le signore dello stile italiano
- 56 - Emilio Pucci
- 57 - Giorgio Armani
- 58 - Prada
- 59 - Laura Biagiotti
- 60 - Gucci
- 61 - Fendi
- 62 - Borsalino
- 63 - Pino Lancetti
- 64 - L'Alta Moda, le origini
- 65 - Il decennio 1990-1999
- 66 - Il New Wave inglese e i sei di Anversa
- 67 - La moda nella "rete"
- 68 - L'Heritage e il recupero dell'artigianato
- 69 - L'alba del Terzo Millennio
- 70 - La collezione di moda
- 71 - Dall'abbigliamento alla Moda
- 72 - La moda si ispira al patrimonio artistico
- 73 - L'Architettura diventa Moda con Gianfranco Ferrè
- 74 - Vivienne Westwood, fra protesta e moda
- 75 - Il tessuto come segno indelebile di una maison: Missoni

76 - La moda e la circolazione dei tessuti in Europa ed il Real opificio di San Leucio

77 - Tessuti e fogge attraverso il tempo

78 - I tessuti nell'abbigliamento, materia prima dei creatori di moda

79 - La percezione emotiva dei tessuti

80 - Le motivazioni psicologiche fondamentali che stanno alla base dell'abbigliamento

81 - La psicologia della percezione del colore

82 - La moda e la fotografia

83 - Il marketing e la moda

84 - Moda a moderazione

La produzione del corso è in fase di progettazione. Il programma può essere soggetto a modifiche da parte del docente