



Piano degli studi
BIENNIO 2018 - 2020

Titolo del percorso	Tecnico superiore di processo e prodotto del sistema Moda 4.0 – Fashion Product Manager <i>Percorso ITS a valere sui Programmi di sviluppo nazionale correlati al Piano nazionale Impresa 4.0 – Decreto MIUR n. 394 del 16/05/2018 Operazione Rif. PA 2018-10485/RER validata con Determinazione Dirigenziale n. 15855 del 03/10/2018</i>
Area tecnologica nazionale di riferimento	Area 4 – Nuove tecnologie per il Made in Italy
Ambito nazionale di riferimento	4.4 – Sistema moda
Figura nazionale di riferimento	4.4.2 - Tecnico Superiore di processo, prodotto, comunicazione e marketing per il settore tessile - abbigliamento - moda
Durata	Durata: 2000 ore (4 semestri) Aula/Laboratorio: 1100 ore Stage: 800 ore Project work: 100 ore
Descrizione della figura professionale	<p>Il “Tecnico superiore di processo e prodotto del sistema Moda 4.0 - Fashion Product Manager” interviene nelle diverse fasi del processo di lavoro. In particolare collabora alla definizione della struttura di collezione sia dal punto di vista stilistico che tecnico, traducendo la creatività in valide proposte commerciali in linea con le caratteristiche del brand. Interviene pertanto nella ricerca e analisi di tendenze moda e assistenza in tutte le fasi di sviluppo del prodotto: dalla progettazione alla realizzazione di prototipi. In base alle analisi interne ed esterne all’azienda, ai risultati di vendita e allo studio delle tendenze e delle opportunità di mercato definisce le linee guida e gli elementi distintivi della collezione a livello di numero pezzi, categorie prodotto, prezzi di vendita, materiali, colori continuativi. E’ una figura altamente strategica e responsabile del perfetto matching tra collezione, tendenze, necessità dei mercati, identità del brand.</p> <p>PROSPETTIVE OCCUPAZIONALI. All’interno delle aziende del settore tessile/abbigliamento/moda, il Tecnico Superiore cura gli aspetti di carattere tecnico, creativo e di sviluppo delle strategie di mercato. Grazie alla completezza e alla versatilità della preparazione acquisita, è in grado di facilitare il raccordo tra i diversi ambiti di attività aziendale.</p>
Modalità didattiche	Lezioni frontali, laboratori, analisi di casi, esercitazioni, project work, visite guidate, stage nelle imprese del settore (anche all’estero).



Piano degli studi - BIENNIO 2018 – 2020

		Prima annualità 2018-2019			Seconda annualità 2019-2020			totale biennio
		aula / labor	p.w.	stage	aula / labor	p.w.	stage	
	Ore riallineamento	35						
	Ore recupero	15			20			
Unità formative	Elementi Unità Formative	aula / labor	p.w.	stage	aula / labor	p.w.	stage	
Accoglienza - Patto formativo -		4			6			10
1. Ambito linguistico, comunicativo e relazionale								
1.1 Inglese e inglese tecnico di settore	1.1.1 Lingua Inglese	30			30			60
	1.1.2 Inglese tecnico di settore	30			30			60
1.2 La gestione del team di lavoro	1.2.1 Lavorare in gruppo	20			5			25
	1.2.2 La gestione dei conflitti	10			10			20
	1.2.3 La soluzione dei problemi	10			10			20
	1.2.4 Leadership				15			15
2. Ambito scientifico e tecnologico								
2.1 Progettazione grafica digitale	2.1.1 Adobe Photoshop e Illustrator per la progettazione delle collezioni moda	60	12		60	12		144
2.2 Programmazione digitale del prodotto tessile	2.2.1 Software di programmazione e di rappresentazione grafica dei prodotti in maglia	40						40
	2.2.2 Costruzione modelli e rendering 3D				40	8		48
3. Ambito giuridico ed economico								
3.1 Fashion Product Management e merchandising	3.1.1 Aspetti organizzativi ed economici del processo produttivo	76		100	76		100	352
	3.1.2 Analisi delle tendenze							
	3.1.3 Product Management e Merchandising							
	3.1.4 Interazione tra Merchandiser e Stile							
	3.1.5 La reportistica aziendale							



3.2 E-Commerce & Digital Strategy	3.2.1 La filiera operativa dell'e-commerce				25			25	
	3.2.2 E-Commerce: dal negozio fisico allo store on-line								
3.2.3 La normativa di riferimento					8			8	
3.2.4 Il mercato del lavoro					8			8	
3.2.5 La sicurezza sul lavoro		8						8	
3.2.6 Il sistema integrato di qualità, sicurezza e ambiente	3.5.1 Salute e ambiente nel settore moda: la sostenibilità della filiera tessile				16			16	
4. Ambito organizzativo e gestionale									
4.1 Il sistema tessile abbigliamento	4.4 Organizzazione aziendale	16						16	
	4.5 Il sistema moda	6						6	
5. Ambito tecnico professionale									
	5.1 Storia e sociologia della moda	52						52	
	5.2 Il Metaprogetto: architettura e progettazione di una collezione	60	12	100	76	20	100	368	
	5.3 Materie prime e Merceologia tessile	25			25			50	
	5.4 Il processo di realizzazione del prototipo	85		200			100	385	
	5.5 I processi di realizzazione dei prototipi e la fattibilità tecnica di maglieria						100	100	
	5.6 La fattibilità tecnica di confezione e di maglieria				80			80	
	5.7 Le manifestazioni fieristiche del settore	16			12			28	
	5.8 Organizzazione aziendale Il processo produttivo: visite aziendali	12			12			12	
	5.9 L'ambito calzaturiero	16						16	
		576	24	400	560	40	400	2000	



Contenuti delle Unità formative PRIMA ANNUALITÀ (2018- 2019)

Unità formative	Ore totali	Elementi Unità Formative	aula / labor	p.w.	stage	Sintesi dei contenuti
Accoglienza - Patto formativo -	4		4			Presentazione percorso e progetto formativo di dettaglio – Contratto formativo
1. Ambito linguistico, comunicativo e relazionale						
1.1 Inglese e inglese tecnico di settore	60	1.1.1 Lingua Inglese	30			Present simple vs present continuous, past simple vs past continuous. Present perfect simple; Present perfect continuous; Future forms Verb patterns; Comparatives and superlatives; Conditionals; Question forms and sentence structure
		1.1.2 Inglese tecnico di settore	30			Part of the body. Clothes. Neckline, collar, sleeves, seams. Fabric Types: natural –Man-made- Technical- Finishing Treatments- check patterns, tops, shirts, skirts, trousers, dresses, suits, closures, fasteners, collars, lapel, cuffs, necklines, sleeves, hemlines, pockets. Describing an outfit.
1.2 La gestione del team di lavoro	40	1.2.1 Lavorare in gruppo	20			Elementi e tecniche della comunicazione verbale e non verbale. Business Communication. Tecniche e strumenti per gestire le fasi e le dinamiche all'interno di un gruppo. Le tecniche per affrontare le dinamiche del processo negoziale. Problem finding, problem setting, problem analysis, problem solving.
		1.2.2 La gestione dei conflitti	10			
		1.2.3 La soluzione dei problemi	10			
		1.2.4 Leadership				
2. Ambito scientifico e tecnologico						
2.1 Progettazione grafica digitale	72	2.1.1 Adobe Photoshop e Illustrator per la progettazione delle collezioni moda	60	12		Tecniche di coloritura e relative elaborazioni e personalizzazioni; Elaborazione grafica dei materiali utilizzati, dei figurini, cartelle colori, disegni in piano.
2.2 Programmazione digitale del prodotto tessile	40	2.2.1 Software di programmazione e di rappresentazione grafica dei prodotti in maglia	40			Programmazione di base e regolazione della macchina; Codici lavoro; Regolazione della macchina; Programmazione di base; Gestione macchina, preparazione, lettura archiviazione



3. Ambito giuridico ed economico						
3.1 Fashion Product Management e merchandising	176	3.1.1 Aspetti organizzativi ed economici del processo produttivo	76		100	Analisi delle strutture organizzative delle aziende del Fashion; Business Plan, conto economico, Budgeting Activity, Business model nel Fashion, Kpi chiave del Fashion
		3.1.2 Analisi delle tendenze				Analisi delle tendenze: mood, tessuti, colori.
		3.1.3 Product Management e Merchandising				Ufficio prodotto: dall'idea al prodotto –le attività; Ruolo e responsabilità del Product Manager; Ruolo e attività del Merchandiser: analisi dati del venduto, analisi briefing, analisi trend di mercato, definizione struttura di collezione.
		3.1.4 Interazione tra Merchandiser e Stile				Il processo creativo: Definizione Ruoli e figure chiave delle aziende del Fashion: dove inizia uno e termina l'altro; interazione tra le due figure; linee guida comunicare allo stile;
		3.1.5 La reportistica aziendale				Analisi dati sell in sell out, analisi competitors e mappatura dei mercati; definizione del posizionamento della linea o collezione; definizione degli elementi distintivi del brand, delle categorie prodotto must della collezione, delle strategie distributive per canale e mercato, target clienti, business model, target price.
3.2. La sicurezza sul lavoro	8		8			Formazione generale: concetti di rischio, danno, prevenzione e i relativi comportamenti da adottare al fine di tutelare la propria sicurezza e salute e quella dei propri colleghi.
4. Ambito organizzativo e gestionale						
4.1 Il sistema tessile abbigliamento	22	4.4 Organizzazione aziendale	16			I distretti tessili; il sistema informativo intra e d extra aziendale; terminologia di base del settore; La filiera tessile a livello nazionale, regionale, nel distretto;
		4.5 Il sistema moda	6			Le tipologie di imprese nel settore T/A; L'organizzazione, le funzioni, i ruoli nelle imprese del settore T/A



5. Ambito tecnico professionale					
562	5.1 Storia e sociologia della moda	52			Storia della moda e del costume. La situazione contemporanea: la moda e il suo segno progettuale.
	5.2 Il Metaprogetto: architettura e progettazione di una collezione	60	12	100	La ricerca tendenze, moodboard e lifestyle, sviluppo tavole colori/materiali, sviluppo e progettazione linee collezione che nella valorizzazione dell'immagine aziendale rispecchino le esigenze del consumatore finale, compatibilmente con le risorse tecnico-finanziarie dell'impresa; valutare le caratteristiche e le potenzialità offerte dalle tecnologie e dalle innovazioni tecnologiche e dalle innovazioni in modo da selezionarle appropriatamente nelle diverse fasi di ricerca & sviluppo, progettazione e industrializzazione del campionario
	5.3 Materie prime e Merceologia tessile	25			Individuazione, riconoscimento e classificazione dei principali prodotti di maglieria e confezione. Introduzione alla merceologia delle fibre tessili. Dalla fibra, al filato, al tessuto. Fibre, filati e tessuti aspetti tecnici e merceologici. Classificazione e riconoscimento delle fibre naturali. Classificazione e riconoscimento delle fibre artificiali e sintetiche. Analisi generale dei tessuti e delle loro principali caratteristiche. Armature, tecniche di stampa e finissaggi. Classificazione per tipologie, pesi e utilizzo dei principali tessuti. Riconoscimento e terminologia dei principali tessuti sia a maglia che a navetta. Organizzazione dispensa tessuti.



		5.4 Il processo di realizzazione del prototipo	85		200	Le principali categorie merceologiche dei capi di abbigliamento: le componenti costruttive dei capi di abbigliamento; Le principali finiture; costruzione dei prototipi e industrializzazione del prodotto; tecniche di realizzazione dei prototipi considerando le opportunità e i vincoli offerti dall'innovazione tecnologica; la documentazione tecnica a supporto delle fasi di lavorazione; lo sfittamento; analisi delle caratteristiche dei prototipi finiti per la loro approvazione in funzione dei costi, dei problemi di riproducibilità industriale e della composizione del campionario.
		5.7 Le manifestazioni fieristiche del settore	16			Visite a Fiere di settore: Pitti Filati-Firenze: fiera tendenze filati. White-Milano: fiera prodotto finito
		5.8 Organizzazione aziendale Il processo produttivo: visite aziendali	12			Visite aziendali presso aziende conto proprio che producono marchi e griffe ad elevata visibilità e di subfornitura rappresentative della diverse fasi di lavorazione e/o servizi alle imprese finali.
	16	5.9 L'ambito calzaturiero	16			Laboratorio presso realtà formative del settore.
	1000		576	24	400	



Contenuti delle Unità formative SECONDA ANNUALITÀ (2018-2019)

Unità formative	Ore totali	Elementi Unità Formative	aula / labor	p.w.	stage	Sintesi dei contenuti
Introduzione alla seconda annualità	6		6			Presentazione progetto di dettaglio del secondo anno formativo
1. Ambito linguistico, comunicativo e relazionale						
1.1 Inglese e inglese tecnico di settore	60	1.1.1 Lingua Inglese	30			Revisione Grammaticale. Speak, write and comprehension.
		1.1.2 Inglese tecnico di settore	30			The Moodboard - The Design Sketch- Prototypes.
1.2 La gestione del team di lavoro	40	1.2.1 Lavorare in gruppo	5			Utilizzare modalità di gestione delle relazioni e di comunicazione differenziate in rapporto alle situazioni e alle diverse tipologie di interlocutori.
		1.2.2 La gestione dei conflitti	10			
		1.2.3 La soluzione dei problemi	10			
		1.2.4 Leadership	15			
2. Ambito scientifico e tecnologico						
2.1 Progettazione grafica digitale	72	2.1.1 Adobe Photoshop e Illustrator per la progettazione delle collezioni moda	60	12		Impostazione tavola presentazione collezioni. Progettazione di immagini coordinate di collezioni.
	48	2.2.2 Costruzione modelli e rendering 3D	40	8		Schermata principale di utilizzo del software e configurazione del metodo di lavoro. Utilizzo delle funzioni: creazione, lettura e registrazione del modello; importazione ed esportazione per altri cad del modello; gestione dei fogli dei pezzi del modello; gestione della visualizzazione della schermata di lavoro; creazione modello ex novo; trasformazioni del modello; modifiche del modello; misurazioni del modello e dello sviluppo in taglie; impostazione delle taglie.
3. Ambito giuridico ed economico						
3.1 Fashion Product Management e merchandising	176	3.1.1 Aspetti organizzativi ed economici del processo produttivo	76		100	Costruzione finanziaria del business plan; lancio di nuovi prodotti e/o di un nuovo brand; redazione, controllo e revisione del budget, guida operativa nel controllo di gestione; controllo costi



		3.1.2 Analisi delle tendenze			Analisi fiere di settore; Il processo creativo: creazione dei mood di collezione, dei temi.
		3.1.3 Product Management e Merchandising			Definizione della struttura di collezione e del team interno ed esterno; creazione cartelle colori, selezione tessuti e fornitori, stampe e grafiche, accessori, definizione dei modelli, realizzazione, prova e sfilamento prototipi, prova secondo prototipo;
		3.1.4 Interazione tra Merchandiser e Stile			Identità di brand e di prodotti, organizzazione presentazione della collezione; organizzazione sfilata
		3.1.5 La reportistica aziendale			Pre-pricing (Merchandiser, Produzione e Commerciale); schede prezzi; pricing e verifica mark up interno ed esterno
3.2 E-Commerce & Digital Strategy	25	3.2.1 La filiera operativa dell'e-commerce	25		Processo di buyng; Struttura operativa del sistema dell'E-commerce: come nasce e come si sviluppa
		3.2.2 E-Commerce: dal negozio fisico allo store on-line			Strategie distributive per canale e per mercato; Logiche di buyng e gestione del sito.
3. 3 La normativa di riferimento	8		8		Concetti di rischio, danno, prevenzione, protezione, organizzazione della prevenzione aziendale, diritti doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali, organi di vigilanza (parte specifica: rischio basso)
3.4 Il mercato del lavoro	8		8		Intervento di consulenti del lavoro sulle modalità di inserimento nel mondo del lavoro: tirocini, tipologie di contratti. La ricerca attiva del lavoro: il cv, i social media per la ricerca del lavoro.



3.5 Il sistema integrato di qualità, sicurezza e ambiente	16	3.5.1 Salute e ambiente nel settore moda: la sostenibilità della filiera tessile	16		Sicurezza della <i>supply chain</i> : valorizzarla di fronte ai clienti e ai consumatori; posizionamento dei concorrenti in chiave di sostenibilità. Ricerca&Sviluppo e Marketing per offrire una <i>value proposition</i> competitiva e sostenibile; attese degli <i>stakeholder</i> e dei loro rappresentanti (ONG, campagne) e il loro impatto sul proprio mercato; le certificazioni e i <i>commitment</i> ; moda etica e moda sostenibile.
4. Ambito tecnico professionale					
		5.2 Il Metaprogetto: architettura e progettazione di una collezione	76	20	100 La ricerca tendenze, moodboard e lifestyle, sviluppo tavole colori/materiali, sviluppo e progettazione linee collezione che, nella valorizzazione dell'immagine aziendale, rispecchino le esigenze del consumatore finale, compatibilmente con le risorse tecnico-finanziarie dell'impresa; valutare le caratteristiche e le potenzialità offerte dalle tecnologie e dalle innovazioni tecnologiche, in modo da selezionarle appropriatamente nelle diverse fasi di ricerca & sviluppo, progettazione e industrializzazione del campionario



		5.3 Materie prime e Merceologia tessile	25			Le fibre tessili, classificazione. Le caratteristiche delle fibre tessili e loro proprietà. I filati costruzione e titolazione: titoli diretti e titoli indiretti. I tessuti: classificazione e derivati principali. Definizione delle proprietà dei tessuti. La qualità dei prodotti tessili, definizione di specifica tecnica e rispondenza al capitolato. I capitolati tecnici del settore tessile sulle specifiche tecniche dei prodotti. Il regolamento Reach nei prodotti tessili. La rispondenza all'uso dei prodotti: comportamento al lavaggio, comportamento al pilling, usura. Le frasi da utilizzare sui capi per salvaguardare il prodotto. Etichetta di composizione ed etichetta di manutenzione.
		5.4 Il processo di realizzazione del prototipo			100	Il coordinamento delle fasi/attività di progettazione, costruzione dei prototipi e industrializzazione del prodotto; le fasi di lavorazione per la realizzazione dei prototipi e utilizzo delle schede tecniche; utilizzo del lessico settoriale nella compilazione delle schede tecniche; analisi delle caratteristiche dei prototipi finiti per la loro approvazione in funzione dei costi, dei problemi di riproducibilità industriale e della composizione del campionario.
		5.5 I processi di realizzazione dei prototipi			100	
		5.6 La fattibilità tecnica di confezione e di maglieria	80			La struttura della maglia: utilizzo dei filati; principali punti di maglieria classificazione delle finiture per riconoscere e saper utilizzare le finiture più idonee alle diverse tipologie di capi in maglia sia calati che tagliati. Coordinamento sviluppo fasi di realizzazione di capi in maglia: ruoli, fasi, lavorazioni, documentazione tecnica.
		5.7 Le manifestazioni fieristiche del settore	12			Visite a Fiere di settore: Pitti Filati-Firenze: fiera tendenze filati. White-Milano: fiera prodotto finito



		5.8 Organizzazione aziendale Il processo produttivo: visite aziendali	12			Visite aziendali presso aziende conto proprio che producono marchi e griffe ad elevata visibilità e di subfornitura rappresentative della diverse fasi di lavorazione e/o servizi alle imprese finali
	16	5.9 La progettazione di accessori di moda	16			Laboratorio presso strutture formative del settore.
	1000		560	40	400	