

Il corso si prefigge l'acquisizione di un metodo progettuale che si basa non più sul marketing generazionale ma marketing relazionale, il quale tiene conto degli aspetti emozionali che può suscitare un prodotto nel momento in cui incontra la persona che risponde a specifici segni che il progettista dovrà gestire lavorando su 3 registri: forma, colore e materia.

Per questa finalità si adotta un percorso metodologico che va dalla dichiarazione di un concept scritto dove l'allievo andrà a dichiarare il modo con cui vede e ha intenzione di sviluppare il progetto.

Da una analisi semantica del testo si estraggono tre "parole chiave", fondamentali per profilare il progetto, successivamente si passa poi su un piano semiotico ed è grazie alla ricerca coerente alle parole chiave scelte che si andranno a raccogliere, dichiarandoli tutti i segni moda che andranno a caratterizzare la progettazione della collezione in modo coerente al concept dichiarato lavorando su materia, forma e colore, capi che possano suscitare emozioni e diventano oggetti risarcitori di una realtà sempre più difficile e sfuggente.

Contenuti

Il corso introdurrà gli studenti ai metodi professionali della progettazione di moda, l'individuazione di una tendenza, lo studio di un concetto e di uno stile, la realizzazione di un mood-board, la comunicazione di un tema tramite immagini, l'elaborazione di cartelle colori, cartelle materiali, schede tecniche, forme e modelli.

Lo studente dovrà sviluppare un metodo di approccio dall'idea/concetto fino alla realizzazione del progetto dell'abito e degli accessori moda, integrando una riflessione critica sul posizionamento della moda nella sua cultura contemporanea, sviluppando un progetto di styling, ricerca e scelta dell'immagine legata ad un look di abbigliamento e di accessori. Arrivando così alla progettazione tecnico/stilistica di una collezione moda, dall'individuazione e dall'analisi del target aziendale fino alla definizione di concept, sviluppando così una collezione di abbigliamento (donna, uomo, bambino): disegni, scelta e applicazioni dei materiali, cartella colori, schede tecniche.

Gli studenti approfondiranno e svilupperanno la loro creatività e capacità progettuali nelle diverse tipologie delle collezioni prêt a portè (donna-uomo), nelle collezioni bambino, nella creazione dell'abbigliamento sportivo e nelle collezioni del fashion urban street. Il corso affronterà temi progettuali che varieranno di volta in volta, portando così gli studenti a confrontarsi con un bisogno concreto ed inevaso dal mercato, con l'obbiettivo di spingerli a creare nuove risposte e nuovi percorsi per la progettazione moda.

Il primo anno del corso di Fashion Design è finalizzato all'acquisizione degli strumenti tecnici, culturali e progettuali di base, prevede inizialmente, una serie di lezioni sui principi di base della anatomia artistica, lo studio dei canoni classici, la figura disegnata, lo studio e la realizzazione del figurino per la moda e le sue tipologie, le tecniche base del disegno e del colore, importante per la realizzazione dei figurini per il progetto di moda. Nella prima fase del corso l'attività formativa è dedicata all'acquisizione della strumentazione tecnica, per una corretta metodologia progettuale di base e una buona preparazione culturale basilare del sistema moda. Durante il corso si affronteranno inizialmente progetti mirati allo sviluppo delle tecniche rappresentative, progettando piccole capsule collection su temi predefiniti e la realizzazioni dei progetti in piano (Plat) dei capi di abbigliamento creati dallo studente.

Il secondo anno del corso sarà approfondito la metodologia delle tecniche progettuali nelle varie fasi "ricerca, sviluppo, comunicazione", i mezzi tecnici ed espressivi, i codici socio-culturali e un primo approccio al marketing, sono strumenti fondamentali per l'avanzamento del progetto, dalla ricerca di un mood di ispirazione sino alla realizzazione del prodotto e la sua comunicazione. I progetti realizzati saranno composti da: il moodboard per la definizione dello stile e del prodotto e relativa paletta colore, i plat dei vari pezzi e le schede tecniche di lavorazione con campionatura tessile per i laboratori.

Il terzo anno gli studenti affronteranno la vera progettazione di collezioni nelle varie tipologie di prodotto per (donna-uomo-bambino), arrivando alla gestione consapevole della creatività, del tempo e dei meccanismi della filiera del sistema moda, evidenziando un primo traguardo nel definire competenze e gusti personali al fine di iniziare a delineare uno stile moda.

Modalità di verifica:

A) prove in itinere

B) progetti ed elaborati svolti durante il corso dell'anno

C) Elaborato finale

Testi consigliati

- Fashion design professionale Manuela Brambatti, Ediz. Ikon, collana: Ikon. Martin Dawber, Ediz. Logos.*
- Il marketing della moda e dei prodotti lifestyle, Romano Cappellari, Ediz. Carocci, collana: Le bussole.*
- Le imprese del sistema moda, "il management al servizio della creatività", Stefania Saviolo, Salvo Testa, Ediz. Rizzoli Etas, collana: Management.*

- *Fashion business model, “strategie e modelli delle aziende di moda”*
Dario Golizia, Ediz. Franco Angeli, collana: Manuali
- *La figura nella moda: “corso di grafica professionale per stilisti e fashion designer”*,
Tiziana Paci e Elisabetta Drudi, Ediz. Ikon, collana: Gialla.
- *Moda: “l’evoluzione del costume e dello stile”*,
A. Checcoli (Traduttore) P. Vallerga (traduttore), Ediz. Gribaudo, collana:
Passioni.
- *Le imprese del sistema moda, “il management al servizio della creatività”*,
Stefania Saviolo, Salvo Testa, Ediz. Rizzoli Etas, collana: Management.
- *L’impresa moda responsabile, “integrare etica ed estetica nella filiera”*
Francesca Romana Rinaldi, Salvo Testa, Ediz. Egea, collana: cultura di
impresa.
- *Neomateriali nell’economia circolare. Moda*,
Marco Ricchetti, Ediz. Edizioni Ambiente, collana: Libri materia rinnovabile.
- *Pattern Magic, volumi: 1 2 3*
Tomoko Nakamichi, Ediz. Laurence King Pub.