

NOME DEL CORSO	PROGETTAZIONE DELLA PROFESSIONALITÀ
TIPOLOGIA (indicare se il corso è obbligatorio oppure se si tratta di un'attività a libera scelta dello studente)	Obbligatorio
CICLO DI STUDIO (indicare se triennio o biennio)	Triennio
ANNO DI INSEGNAMENTO	2023/2024
DURATA DEL CORSO (semestrale o annuale)	Annuale
CREDITI	6
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Cristian Gatti
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Saper riconoscere le competenze acquisite e quelle da acquisire in riferimento al contesto di inserimento professionale specifico</li> <li>- saper analizzare le «competenze inerenti la programmazione, la promozione e la gestione delle attività culturali ed artistiche;</li> <li>- conoscere e approfondire le conoscenze in riferimento al fashion marketing; esaminare il mercato della moda.</li> <li>- saper realizzare strumenti di autopromozione adeguati al contesto di riferimento;</li> <li>- acquisire un proprio linguaggio espressivo e specifico in riferimento al fashion marketing e all'event management</li> </ul>
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO (indicare se in presenza o a distanza)	Presenza
PREREQUISITI	Nessuno
PROGRAMMA DEL CORSO	<p>Appartenente al settore disciplinare marketing e management, Progettazione della professionalità analizza le «competenze inerenti alla programmazione, la promozione e la gestione delle attività culturali ed artistiche.</p> <p>Per tali ragioni, durante il corso delle lezioni saranno forniti agli studenti gli strumenti; del marketing tradizionale e si approfondirà il marketing della moda. Si approfondirà il fashion marketing alla luce dell'evoluzione degli ultimi anni (globalizzazione, informatica, tecnologia, competitività, nuovi stili di vita, nuove e mutevoli mode, stilismo creativo e dirompente).</p> <p>Verranno esaminati lo scenario del mercato della moda, il comportamento d'acquisto del trade e del consumatore, il necessario processo strategico di marketing, la ricerca di mercato, la segmentazione, il posizionamento del prodotto moda, la combinazione strategica degli elementi del fashion marketing mix, le strategie e le relative politiche (prodotto, prezzo, distribuzione, comunicazione, promozione, vendita) e la pianificazione</p> <p>Nella seconda parte del Corso si approfondirà l'Event Management:</p> <p>molte organizzazioni, indipendentemente dalla loro natura (profit, non profit, pubbliche) mostrano un crescente interesse verso gli eventi, i quali cominciano ad</p>



	<p>essere percepiti come essenziali all'interno del mix di attività di promozione e comunicazione.</p> <p>In realtà quello che queste organizzazioni cercano davvero è il segreto di un evento di successo.</p> <p>Difatti, anche chi non ha conoscenze specifiche in merito o non ha esperienza nell'organizzazione di eventi, intuisce che si tratta di uno strumento complesso, volto ad indagare gli elementi necessari per garantirne la riuscita. Sebbene l'evento sia uno strumento complesso ed articolato, presenta numerosi vantaggi che, se ben sfruttati, possono contribuire fortemente agli obiettivi che un'organizzazione si è data, divenendo così un espediente davvero potente.</p> <p>L'evento richiede una forte capacità di pianificazione e considerevoli dosi di creatività, capacità di gestione e attitudine a coordinare competenze diverse.</p> <p>Molto spesso ci si concentra esclusivamente sulla disponibilità o la reperibilità di risorse economiche per la realizzazione di un evento, trascurando il fatto che il suo successo dipende da un mix di numerosi fattori, tutti ugualmente importanti.</p>
<p>EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA</p>	<p>-Appunti delle lezioni</p> <p>-Bibliografia:</p> <p>*per la parte di marketing generale:</p> <p>- dispensa del docente tratta da "Kotler P.,Amstrong (2009), Principi di marketing, Pearson, Tredicesima edizione"</p> <p>*Il marketing della moda. Politiche e strategie di fashion marketing di Antonio Foglio, Franco Angeli</p> <p>*per la parte relativa al marketing delle attività culturali e dello spettacolo</p> <p>-La gestione dei progetti di spettacolo. Elementi di project management culturale Anno pubblicazione: 2020 Editore: Franco Angeli Autore: L. Argano</p> <p>Bibliografia consigliata aggiuntiva</p> <p>-Strategie di successo: la creatività e il valore delle risorse umane Autore: Cristian Gatti Anno Edizione: 2021 Editore UniversItalia</p>
<p>MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME (indicare se, ad esempio, sia necessario preparare degli elaborati specifici per il superamento dell'esame)</p>	<p>Esame orale sui testi di riferimento obbligatori e i contenuti illustrati a lezione e redazione di un project work</p>



LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano
------------------------	----------

NAME OF THE COURSE	PROFESSIONALISM DESIGN
TYPE	Mandatory
CYCLE	Bachelor
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2023/2024
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Annual
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	6
NAME OF LECTURER(S)	Cristian Gatti
LEARNING OUTCOMES	- Be able to recognize the skills acquired and those to be acquired with reference to the specific professional integration context - be able to analyse the "skills inherent in the planning, promotion and management of cultural and artistic activities; - know and deepen the knowledge in reference to fashion marketing; Examine the fashion market. - know how to create self-promotion tools appropriate to the reference context; - acquire their own expressive and specific language in reference to fashion marketing and event management
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	No prerequisites
COURSE CONTENT	<p>Belonging to the discipline of marketing and management, Professional Design analyzes the skills inherent in the programming, promotion and management of cultural and artistic activities.</p> <p>For these reasons, during the course of the lessons students will be provided with the tools of traditional marketing and will deepen the marketing of fashion. It will deepen fashion marketing in the light of the evolution of recent years (globalization, computer science, technology, competitiveness, new lifestyles, new and changing fashions, creative and disruptive stylistism).</p> <p>The scenario of the fashion market, the buying behaviour of the trade and the consumer, the necessary strategic marketing process, market research, segmentation, the positioning of the fashion product, will be examined, the strategic combination of the elements of the fashion marketing mix, strategies and related policies (product, price, distribution, communication, promotion, sales), and planning</p> <p>In the second part of the course we will deepen the Event</p>



	<p>Management: many organizations, regardless of their nature (profit, non-profit, public) show a growing interest in events, which begin to be perceived as essential within the mix of promotion and communication activities. In fact, what these organizations are really looking for is the secret to a successful event. In fact, even those who have no specific knowledge on the subject or have no experience in the organization of events, understand that it is a complex tool, aimed at investigating the elements necessary to ensure its success. Although the event is a complex and articulated tool, it has many advantages that, if well exploited, can contribute strongly to the objectives that an organization has given itself, thus becoming a really powerful expedient. The event requires a strong planning ability and considerable doses of creativity, management skills and the ability to coordinate different skills. Very often we focus exclusively on the availability or availability of economic resources for the realization of an event, neglecting the fact that its success depends on a mix of numerous factors, all equally important.</p>
<p>RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS</p>	<p>-Notes on lessons -Bibliography: *for the general marketing part: - dispensa del docente tratta da "Kotler P.,Amstrong (2009), Principi di marketing, Pearson, Tredicesima edizione"  -*Il marketing della moda. Politiche e strategie di fashion marketing di Antonio Foglio, Franco Angeli  *for the marketing of cultural activities and entertainment  -Management of performing arts projects. Elements of cultural project management Year of publication: 2020 Publisher: francoangeli Author: L. Argano  Additional recommended bibliography: -Strategie di successo: la creatività e il valore delle risorse umane Autore: Cristian Gatti Anno Edizione: 2021 Editore UniversItalia</p>
<p>ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA</p>	<p>Oral examination on mandatory reference texts and the</p>



	contents illustrated in class and drafting of a project work
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian

