



SCHEDA MASTER

Titolo	Digital Fashion: Content, Narratives and Technologies
Area disciplinare	Umanistica
Livello	I livello
Direttore/Direttrice	Prof. Gustavo Marfia
Scadenza Bando (iscrizione alla selezione)	2/12/2024
Modalità di selezione	Selezione per titoli e colloquio Punteggio minimo 60 - punteggio massimo 100 Il punteggio massimo attribuibile dalla Commissione giudicatrice è di 100 punti, di cui 40 punti assegnati in seguito alla valutazione dei titoli e i restanti 60 punti assegnati in seguito alla valutazione del colloquio motivazionale. In caso di ex-aequo precede il candidato anagraficamente più giovane di età
Data Selezione	9/12/2024
Data Pubblicazione della graduatoria	20/12/2024 Le graduatorie sono consultabili su Studenti Online inserendo il nome utente e la password
Periodo di immatricolazione	Dal 20/12/2024 al 9/1/2025
Posti disponibili	Num. Minimo 11 num. massimo 30
Costi	Quota di partecipazione alla selezione: € 60,00 (contributo per prestazioni amministrative non rimborsabile, art. 1 del bando di ammissione) contributo totale € 10.000,00 (diecimila euro): prima rata € 5.000,00 (cinquemila euro) (da pagare tassativamente entro 9 gennaio 2025); seconda rata € 5.000,00 (cinquemila euro) (da pagare entro il 30 aprile 2025)
Sede amministrativa	Bologna
Sede di svolgimento	Bologna (presso la sede della Fondazione Fashion Research Italy)
Lingua	Italiano
Durata	Annuale
CFU	60
Frequenza obbligatoria	70%



Modalità di erogazione della didattica	Mista, in presenza e online, esclusivamente per le lezioni frontali del primo modulo (circa il 30% del totale delle lezioni). Le lezioni frontali successive al primo modulo e il workshop saranno esclusivamente in presenza.
Modalità di svolgimento dello Stage o project work e della prova finale	500 ore di stage (o, in alternativa, project work), equivalenti a 20 CFU. Lo stage, da svolgere presso un'impresa o un'istituzione del settore di riferimento, è finalizzato a integrare il percorso formativo, offrendo l'opportunità di applicare le conoscenze e le competenze acquisite in aula durante le lezioni frontali e il workshop.
Descrizione del master: obiettivi/target	L'Alma Mater Studiorum Università di Bologna, sede amministrativa di Bologna, ai sensi del Decreto 22 ottobre 2004, n. 270 del Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca, attiva, per l'anno accademico 2024- 2025, il Master universitario di I livello in "Digital Fashion: Content, Narratives and Technologies". Il master è attivato su proposta del Dipartimento delle Arti e in collaborazione con Fondazione Alma Mater. Frutto di un prestigioso accordo tra l'Alma Mater Studiorum Università di Bologna e la Fondazione Fashion Research Italy, il master ha come obiettivo quello di: offrire ai partecipanti una comprensione approfondita delle tecnologie emergenti e del loro impatto sulla creazione di modelli di business innovativi per il settore della moda. Il programma integra discipline umanistiche, progettuali e informatiche, fornendo conoscenze e competenze tese a sviluppare una visione critica e analitica delle sfide e delle opportunità associate all'adozione del Web3, dell'Intelligenza artificiale, delle tecnologie immersive (AR, VR, MR) e del Metaverso.
Titoli richiesti per l'accesso	Il corso è riservato ai candidati che, alla scadenza delle immatricolazioni 9/1/2025, siano in possesso dei seguenti titoli e requisiti di accesso: - lauree triennali e/o lauree magistrali e magistrali a ciclo unico conseguite ai sensi del DM 270/04 (o lauree di primo e/o secondo ciclo o ciclo unico eventualmente conseguite ai sensi degli ordinamenti previgenti DM 509/99 e Vecchio Ordinamento) nei seguenti ambiti disciplinari/classi di laurea: L-1 Beni culturali; L-3 Discipline delle arti figurative, della musica, dello spettacolo e della moda; L-4 Disegno industriale;



	<p>L-5 Filosofia, L-8 Ingegneria dell'informazione; L-10 Lettere, L-11 Lingue e culture moderne; L-15 Scienze del turismo; L-17 Scienze dell'architettura; L-18 Scienze dell'economia e della gestione aziendale formazione; L-19 Scienze dell'educazione e della formazione; L-20 Scienze della comunicazione; L-31 Scienze e tecnologie informatiche; L-33 Scienze economiche; L-36 Scienze politiche e delle relazioni internazionali; L-40 Sociologia; L-42 Storia; L-43 Tecnologie per la conservazione e il restauro dei beni culturali; LM-1 Antropologia culturale ed etnologia; LM-3 Architettura del paesaggio; LM-4 Architettura e ingegneria edile e architettura; LM-10 Conservazione dei beni architettonici e ambientali; LM-11 Conservazione e restauro dei beni culturali; LM-12 Design; LM-18 Informatica; LM-19 Informazione e sistemi editoriali; LM-32 Ingegneria informatica; LM-38 Lingue moderne per la comunicazione e la cooperazione internazionale; LM-43 Metodologie informatiche per le discipline umanistiche; LM-49 Progettazione e gestione dei sistemi turistici; LM-56 Scienze dell'economia; LM-59 Scienze della comunicazione pubblica, d'impresa e pubblicità; LM-62 Scienze della politica; LM-65 Scienze dello spettacolo e produzione multimediale; LM-76 Scienze economiche per l'ambiente e la cultura; LM-77 Scienze economico-aziendali; LM- 78 Scienze filosofiche; LM-84 Scienze storiche; LM-88 Sociologia e ricerca sociale; LM-89 Storia dell'arte; LM-91 Tecniche e metodi per la società dell'informazione; LM-92 Teorie della comunicazione;</p> <p>- lauree triennali e/o lauree magistrali conseguite all'estero negli ambiti disciplinari su indicati e ritenute valide ai fini dell'ammissione al Master;</p>
--	--



	<ul style="list-style-type: none">- in base ad una valutazione positiva della Commissione Giudicatrice possono essere ammessi al percorso di selezione anche candidati in possesso di altre lauree in ambito umanistico/scientifico, purché in presenza di un curriculum vitae et studiorum che documenti una qualificata competenza nelle materie oggetto del master
Altri requisiti per l'accesso (iscrizione all'Albo, scuole di specializzazione, altri titoli, lingua inglese, esperienza professionale, ecc)	Conoscenza della lingua inglese con livello almeno B2 (la conoscenza della lingua sarà verificata durante il colloquio di selezione).
Piano didattico	LEZIONI FRONTALI (360 ore) Moda contemporanea: inclusiva, sostenibile, digitale – SSD: L-ART/03– docente titolare: Fabriano Fabbri Cultura visuale e moda nell'era digitale - SSD: L-ART/03 – docente titolare: Federica Muzzarelli Narrazioni audiovisive e media digitali - SSD: L-ART/06 – docente titolare: Roy Menarini Intelligenza artificiale, etica ed estetica - SSD: M-FIL/04– docente titolare: Stefano Marino Architetture fisiche e virtuali per la moda - SSD: ICAR/18– docente titolare: Ines Tolic Scenari tecnologici per la valorizzazione dell'Heritage - SSD: M-STO/04 – docente titolare: Daniela Calanca Digital Branding and Corporate Communication - SSD: ICAR/13 – docente titolare: Vittorio Linfante Dall'idea al progetto di comunicazione visiva - SSD: ICAR/13 - docente titolare: Flaviano Celaschi Tecniche avanzate di produzione fotografica - SSD: L-ART/03 – docente titolare: Mattia Candiotti Grafica ed elaborazione digitale dell'immagine - SSD: ICAR/17 – docente titolare: Fabrizio Ivan Apollonio Digital strategy and Social Media Marketing - SSD: SECS-P/08– docente titolare: Massimo Giovanardi Omnichannel Retail Strategy and Digital Visual Merchandising - SSD: ICAR/13 – docente titolare: in fase di definizione E-commerce di moda: tecnologie e strumenti informatici - SSD: INF/01 – docente titolare: Silvio Peroni



	<p>Applicazioni dell'Intelligenza Artificiale alla Cultura Visuale - SSD: INF/01 – docente titolare: Pasquale Cascarano</p> <p>Applicazioni dell'Intelligenza Artificiale al Linguaggio - SSD: ING-INF/05 – docente titolare: Gianluca Moro</p> <p>Tecnologie del Metaverso - SSD: INF/01– docente titolare: Gustavo Marfia</p> <p>Passaporto digitale del prodotto: tecnologie abilitanti - SSD: INF/01– docente titolare: Gustavo Marfia</p> <p>Gaming, Digital Entertainment and Engagement Strategies - SSD: SECS-P/08 – docente titolare: Francesco Verdinelli</p> <p>WORKSHOP (120 ore)</p> <p>A garanzia di un apprendimento efficace, la didattica frontale sarà affiancata da un workshop organizzato con la collaborazione del VARLAB - Virtual and Augmented Reality Lab dell'Università di Bologna, della Fondazione Fashion Research Italy e delle imprese partner. I partecipanti saranno coinvolti in attività laboratoriali ed esercitazioni pratiche, concepite per favorire lo sviluppo delle competenze progettuali e l'applicazione di metodologie, strategie e strumenti necessari per gestire i processi di cambiamento e innovazione delle imprese.</p>
<p>Inizio delle lezioni e informazioni sul calendario delle attività formative</p>	<p>Inizio lezioni: 31/01/2025</p> <p>L'attività didattica in aula – comprensiva sia delle lezioni frontali tenute da professori universitari, professionisti e ospiti d'eccezione sia di workshop condotti da esperti del settore – concentrerà l'impegno dei partecipanti in cinque giorni a settimana, da fine gennaio a luglio 2025. La frequenza sarà di circa 32 ore settimanali, così organizzata per lasciare spazio allo studio individuale e a lavori di gruppo.</p> <p>Per ulteriori informazioni consultare il sito del Master: https://master.unibo.it/digital-fashion/it</p>
<p>Uditori (se previsti)</p>	<p>Sono previsti uditori in una percentuale non superiore al 20 % degli iscritti, in accordo con il bando di ammissione.</p> <p>Gli interessati devono segnalare la propria volontà direttamente alla segreteria didattica del master che avrà cura di comunicare l'accoglimento della richiesta nonché i tempi e le modalità di iscrizione e di pagamento della quota di partecipazione. Il contributo richiesto agli uditori è di 5.000,00 (cinquemila,00) Euro (rata unica da pagare al momento dell'iscrizione). L'uditore non</p>



	<p>sostiene l'esame finale, non ha obbligo di frequenza, non partecipa allo stage, non ha l'obbligo di preparazione del project work, non acquisisce il titolo di Master in Digital Fashion: Content, Narratives and Technologies, non acquisisce CFU. La segreteria didattica rilascia all'uditore un attestato di frequenza che riporta le ore effettivamente svolte.</p>
Altre informazioni	<p>I documenti richiesti per la selezione sono indicati nelle istruzioni operative allegate al bando a cui si aggiungono i documenti specifici di seguito elencati:</p> <p>a) Lettera motivazionale di lunghezza non superiore ad una cartella;</p> <p>b) Eventuale portfolio creativo-progettuale, in formato PDF, (Per portfolio si intende la documentazione, in formato esclusivamente DIGITALE, che attesti l'esperienza progettuale e creativa del candidato, sviluppata durante il percorso universitario o in altre occasioni quali contest, tirocini, progetti aziendali o di ricerca in cui sia attestato il suo ruolo e la sua responsabilità). Si sottolinea che il possesso del portfolio non è un requisito obbligatorio per l'ammissione al Master ma solo un documento utile, se posseduto, da sottoporre alla Commissione. Il portfolio deve essere accompagnato da un documento di testo di massimo 1.000 caratteri che descriva: il contenuto del portfolio e i progetti creativi in esso contenuti; i relativi titoli dei progetti/prodotti e per quali enti/istituzioni/aziende, ecc. sono stati realizzati; quale ruolo ha ricoperto il candidato in ciascuno di essi; gli anni di realizzazione.</p>
Per informazioni di carattere amministrativo	<p>Contattare l'ufficio master master@unibo.it</p>
Per informazioni di carattere scientifico-didattico	<p>Contattare la dott.ssa Isadora Merli per informazioni relative al bando: i.merli@fondazionealmamater.it - 051/2080527</p> <p>Contattare lo staff del master per informazioni di carattere scientifico-didattico: master.digitalfashion@unibo.it</p>