

<b>[M1.5] Consulente di immagine e comunicazione moda (<i>Fashion styling and communication advisor</i>)</b>	
Descrizione sintetica	Il/la Consulente di immagine e comunicazione moda, supporta le attività di sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali, ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari, inclusa la redazione di testi, grafica ed immagine fotografica. Crea dei look, in base alla silhouette delle persone, attraverso la selezione dei tessuti e le tavolozze dei colori. Cura l'ambientazione e lo stile, con riferimento ai diversi canali di comunicazione: shooting fotografici, video clip, fashion film, campagne pubblicitarie, fashion show, iniziative promozionali.
Settore economico-professionale (S.E.P.)	24. Area comune
Area/e di Attività (AdA) del Repertorio nazionale delle qualificazioni regionali a cui il profilo afferisce	AdA.24.04.13 - Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali AdA.24.04.15 - Ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari AdA.24.04.17 - Elaborazioni di progetti grafici per la comunicazione e la pubblicità
Livello E.q.f.	6
Posizione classificatoria ISTAT CP 2021	3.3.3.6.1 - Tecnici della pubblicità
Posizione/i classificatoria/e ISTAT ATECO 2007	70.21.00 - Pubbliche relazioni e comunicazione 73.11.01 - Ideazione di campagne pubblicitarie 73.11.02 - Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari 14.19.10 - Confezioni varie e accessori per l'abbigliamento
<b>UNITA' DI COMPETENZA - Supporto alla definizione delle strategie di marketing e campagne di comunicazione e social in ambito "moda"</b>	
Risultato atteso dall'esercizio della competenza	Supportare, sulla base delle indicazioni di marketing strategico, l'implementazione del piano di comunicazione di aziende del settore moda, anche per gli aspetti di budget e di pianificazione temporale delle risorse
Livello E.q.f.	6
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caratteristiche del mercato della moda</li> <li>• Principi di marketing strategico ed operativo della moda</li> <li>• Elementi di psicologia della comunicazione</li> <li>• Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria della moda</li> <li>• Principi di sociologia della moda e del costume</li> <li>• Principi di semiotica e di socio-linguistica applicati alla moda</li> <li>• Principi e tecniche di comunicazione visiva</li> <li>• Caratteristiche dei principali social media</li> <li>• Comunicazione multimediale e social media marketing</li> <li>• Teorie e tecniche di comunicazione di massa e new media</li> <li>• Strategie e tecniche di promozione in ambito "moda"</li> <li>• Tecniche e strumenti di budgeting nella comunicazione</li> <li>• Principi e tecniche di progettazione creativa</li> <li>• Terminologia di settore in lingua inglese</li> </ul>
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supportare l'elaborazione del piano di comunicazione di aziende del settore moda, in funzione delle indicazioni strategiche</li> <li>• Individuare ed analizzare il contenuto e lo stile dei messaggi, in funzione dei</li> </ul>

	<p>target di pubblico che si desidera raggiungere, in coerenza con vision e mission dell'impresa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Valutare la coerenza delle proposte creative in relazione alle indicazioni fornite</li> <li>• Applicare tecniche e strategie di comunicazione relative ai media tradizionali e digitali</li> <li>• Supportare la programmazione delle fasi della campagna, attraverso la pianificazione temporale dei media (copertura, frequenza, continuità)</li> </ul>
Indicatori di valutazione del possesso della competenza	Sulla base di tipologie di aziende del settore moda e loro offerta, per casi assegnati con indicazione delle scelte di marketing strategico e di budget, impostare motivatamente l'implementazione del piano di comunicazione, con riferimento a media tradizionali e digitali
Prestazione minima attesa in esito alla valutazione	Per almeno una tipologia di azienda del settore moda e sua offerta, per un caso assegnato, motivata impostazione degli aspetti essenziali del piano di comunicazione, inclusa programmazione della sua realizzazione, con riferimento ad almeno tre tipologie di media tradizionali e digitali, secondo un approccio integrato
<b>UNITA' DI COMPETENZA - Supporto all'ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari e prodotti editoriali in ambito "moda", operando su materiali visivi, testuali e grafici</b>	
Risultato atteso dall'esercizio della competenza	Supportare, sulla base di piani di comunicazione aziendali, la predisposizione di progetti pubblicitari e prodotti editoriali in ambito "moda", sulla base delle pratiche e delle tendenze del settore
Livello E.q.f.	6
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caratteristiche del mercato della moda</li> <li>• Caratteristiche tecnologiche ed economiche dei prodotti-moda</li> <li>• Giornalismo di moda editoriale, televisivo e dei media digitali</li> <li>• Contesto editoriale italiano ed estero dell'editoria di moda</li> <li>• Strumenti e tecniche di comunicazione multimediale</li> <li>• Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria della moda</li> <li>• Strumenti e tecniche di ricerca delle tendenze di comunicazione</li> <li>• Tecniche di organizzazione dei contenuti editoriali</li> <li>• Metodologie e tecniche di scrittura pubblicitaria</li> <li>• Principi e tecniche di impaginazione</li> <li>• Strumenti digitali di impaginazione ed elaborazione grafica</li> <li>• Terminologia di settore in lingua inglese</li> </ul>
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supportare la creazione di proposte e campagne pubblicitarie in ambito "moda", per gli aspetti di messaggio, immagine e stile</li> <li>• Individuare mezzi e strumenti tecnologici, funzionali alla realizzazione del progetto pubblicitario</li> <li>• Supportare la progettazione dell'idea grafica, attraverso lo specifico apporto dei caratteri della comunicazione della moda</li> <li>• Applicare tecniche di organizzazione dei contenuti editoriali (testuali e grafici), tenendo conto degli standard e dei format moda, tradizionali e digitali</li> <li>• Utilizzare software per l'impaginazione e l'elaborazione grafica</li> <li>• Valutare la coerenza, completezza, chiarezza e correttezza complessiva del prodotto editoriale</li> </ul>
Indicatori di valutazione del possesso della competenza	Sulla base di tipologie di aziende del settore moda e loro offerta, per casi assegnati comprendenti piani di comunicazione, impostare la predisposizione di progetti pubblicitari e di prodotti editoriali, referenziandoli rispetto alle tendenze del settore

Prestazione minima attesa in esito alla valutazione	Per almeno una tipologia di azienda del settore moda e sua offerta, dato almeno un piano di comunicazione, impostazione della predisposizione di almeno un progetto pubblicitario ed almeno un prodotto editoriale, motivando le scelte compiute in termini di coerenti tendenze di settore
<b>UNITA' DI COMPETENZA - Consulenza di immagine per la realizzazione di eventi, sfilate e shooting di moda</b>	
Risultato atteso dall'esercizio della competenza	Realizzare consulenza di immagine nella predisposizione e realizzazione di servizi fotografici di moda, sulla base delle tendenze e dei tratti stilistici emergenti, delle caratteristiche dei prodotti e dei target di riferimento
Livello E.q.f.	6
Conoscenze	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caratteristiche del mercato della moda</li> <li>• Caratteristiche tecnologiche ed economiche dei prodotti-moda</li> <li>• Storia degli stili e della moda</li> <li>• Principi di marketing strategico ed operativo della moda</li> <li>• Principi di sociologia della moda e del costume</li> <li>• Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria della moda</li> <li>• Principi e tecniche di comunicazione visiva</li> <li>• Giornalismo di moda editoriale, televisivo e dei media digitali: analisi e redazione</li> <li>• Fonti e tecniche di analisi delle tendenze stilistiche nella fotografia di moda</li> <li>• Tecniche di scenografia e costumistica, applicate alla fotografia di moda</li> <li>• Principi e tecniche di fotografia digitale e post-produzione</li> <li>• Terminologia di settore in lingua inglese</li> </ul>
Abilità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendere ed interpretare riferimenti culturali, abitudini, stili di vita e bisogni, di persone e gruppi sociali</li> <li>• Acquisire informazioni sulle tendenze della moda ed i nuovi tratti stilistici, analizzando le fonti del settore</li> <li>• Identificare le caratteristiche tecnologiche ed economiche dei prodotti presenti sul mercato</li> <li>• Riconoscere gli ambiti di consumo del prodotto da sviluppare, sulla base delle tendenze e dei bisogni rilevati</li> <li>• Curare predisposizione e realizzazione dei servizi fotografici di moda, per fini editoriali e pubblicitari, indirizzando e supportando le professionalità tecniche</li> </ul>
Indicatori di valutazione del possesso della competenza	Sulla base di tipologie di aziende del settore moda e loro offerta, per casi assegnati comprendenti piani di comunicazione, progetti pubblicitari e di prodotti editoriali, definire l'approccio estetico alla realizzazione di servizi fotografici, sulla base dell'analisi delle tendenze del settore
Prestazione minima attesa in esito alla valutazione	Per almeno una tipologia di azienda del settore moda e sua offerta, dato almeno un piano di comunicazione implementato in termini di progetti pubblicitari e prodotti editoriali, definizione dell'approccio estetico (scenografia, pose, costumistica, ...) alla realizzazione di almeno due servizi fotografici, motivando le scelte compiute sulla base dell'esame delle tendenze del settore

\*) Nota: Per tutte le Unità di competenza, la "Modalità di valutazione del possesso della competenza", è la seguente: "Audizione, colloquio tecnico e/o prova prestazionale".