

**STANDARD MINIMO DI PERCORSO FORMATIVO
QUALIFICAZIONE DI CONSULENTE DI IMMAGINE E COMUNICAZIONE MODA (FASHION STYLING AND COMMUNICATION ADVISOR)**

1. RAPPORTO FRA UNITÀ DI COMPETENZA E UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO:

Unità di Competenza	Unità di Risultati di Apprendimento
--	Inquadramento della professione
Supporto alla definizione delle strategie di marketing e campagne di comunicazione e social in ambito "moda"	Inquadramento settore "moda"
	Fondamenti di comunicazione in ambito "moda"
	Definire strategie di marketing e campagne di comunicazione e social in ambito "moda"
	Lingua inglese tecnica nell'ambito delle comunicazioni "moda"
Supporto all'ideazione e sviluppo di progetti pubblicitari e prodotti editoriali in ambito "moda", operando su materiali visivi, testuali e grafici	Giornalismo di moda editoriale, televisivo e dei media digitali
	Ideare e sviluppare progetti pubblicitari e prodotti editoriali in ambito "moda", operando su materiali visivi, testuali e grafici
Consulenza di immagine per la realizzazione di eventi, sfilate e shooting di moda	Fornire consulenza di immagine per la realizzazione di eventi, sfilate e shooting di moda
--	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro

2. LIVELLO EQF DELLA QUALIFICAZIONE IN USCITA: 6**3. REQUISITI OBBLIGATORI DI ACCESSO AL PERCORSO:**

- *Possesso di Diploma di scuola secondaria di secondo grado.* In caso di titolo di studio acquisito all'estero, è necessario presentare all'ente di formazione che eroga il corso, la documentazione di cui all'Allegato "2" della Deliberazione di Giunta regionale n. 107 del 14/04/2023 (<https://www.regione.lazio.it/documenti/80324>).

- *Per i cittadini stranieri, conoscenza della lingua italiana, almeno al livello "B1" del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue.* La suddetta conoscenza può essere dimostrata, alternativamente:

- dalla certificazione linguistica avente valore legale, rilasciata dagli enti certificatori riconosciuti;
- dal verbale di esame, con esito positivo, redatto dall'ente di formazione che organizza il corso, il cui valore è unicamente relativo all'accesso ad esso; in tal caso, l'esame si articola in una prova scritta e in una prova orale e si svolge con le modalità descritte nell'Allegato "2" della succitata Deliberazione di Giunta regionale n. 107 del 2023.

- *I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno, valido per l'intera durata del percorso o di dimostrazione dell'attesa di rinnovo, documentata dall'avvenuta presentazione della domanda di rinnovo del titolo di soggiorno.*

4. ARTICOLAZIONE, PROPEDEUTICITÀ E DURATE MINIME:

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di Risultati di apprendimento	Ore di durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
1.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Orientamento al ruolo - Principali riferimenti legislativi e normativi, in materia di contrattualistica e previdenza 	<p><i>Inquadramento della professione</i></p>	16	0	Non ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
2.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Caratteristiche del mercato della moda - Principi di sociologia della moda e del costume - Principi di semiotica e di socio-linguistica applicati alla moda 	<p><i>Inquadramento settore "moda"</i></p>	32	Max 8, esclusivamente sincrona	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
3.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementi di psicologia della comunicazione - Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria della moda - Principi e tecniche di comunicazione visiva 	<p><i>Fondamenti di comunicazione in ambito "moda"</i></p>	32	Max 8, esclusivamente sincrona	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
4.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Principi di marketing strategico ed operativo della moda - Caratteristiche dei principali social media - Comunicazione multimediale e social media marketing - Teorie e tecniche di comunicazione di massa e new media - Strategie e tecniche di promozione in ambito "moda" - Tecniche e strumenti di budgeting nella comunicazione - Principi e tecniche di progettazione creativa <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Supportare l'elaborazione del piano di comunicazione di aziende del settore moda, in funzione delle indicazioni strategiche - Individuare ed analizzare il contenuto e lo stile dei messaggi, in funzione dei target di pubblico che si desidera raggiungere, in coerenza con vision e mission dell'impresa - Valutare la coerenza delle proposte creative in relazione alle indicazioni fornite - Applicare tecniche e strategie di comunicazione relative ai media tradizionali e digitali - Supportare la programmazione delle fasi della campagna, attraverso la pianificazione temporale dei media (copertura, frequenza, 	<p><i>Definire strategie di marketing e campagne di comunicazione e social in ambito "moda"</i></p>	80	Max 20, esclusivamente sincrona	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di Risultati di apprendimento	Ore di durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	continuità)				
5.	Conoscenze - Terminologia di settore in lingua inglese	<i>Lingua inglese tecnica nell'ambito delle comunicazioni "moda"</i>	16	Max 16, anche interamente asincrona	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
6.	Conoscenze - Caratteristiche tecnologiche ed economiche dei prodotti-moda - Giornalismo di moda editoriale, televisivo e dei media digitali - Contesto editoriale italiano ed estero dell'editoria di moda	<i>Giornalismo di moda editoriale, televisivo e dei media digitali</i>	24	Max 12, esclusivamente sincrona	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
7.	Conoscenze - Strumenti e tecniche di comunicazione multimediale - Teoria e tecnica della comunicazione pubblicitaria della moda - Strumenti e tecniche di ricerca delle tendenze di comunicazione - Tecniche di organizzazione dei contenuti editoriali - Metodologie e tecniche di scrittura pubblicitaria - Principi e tecniche di impaginazione - Strumenti digitali di impaginazione ed elaborazione grafica Abilità - Supportare la creazione di proposte e campagne pubblicitarie in ambito "moda", per gli aspetti di messaggio, immagine e stile - Individuare mezzi e strumenti tecnologici, funzionali alla realizzazione del progetto pubblicitario - Supportare la progettazione dell'idea grafica, attraverso lo specifico apporto dei caratteri della comunicazione della moda - Applicare tecniche di organizzazione dei contenuti editoriali (testuali e grafici), tenendo conto degli standard e dei format moda, tradizionali e digitali - Utilizzare software per l'impaginazione e l'elaborazione grafica - Valutare la coerenza, completezza, chiarezza	<i>Ideare e sviluppare progetti pubblicitari e prodotti editoriali in ambito "moda", operando su materiali visivi, testuali e grafici</i>	80	Max 20, esclusivamente sincrona	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali

N.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di Risultati di apprendimento	Ore di durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	za e correttezza complessiva del prodotto editoriale				
8.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Giornalismo di moda editoriale, televisivo e dei media digitali: analisi e redazione - Fonti e tecniche di analisi delle tendenze stilistiche nella fotografia di moda - Tecniche di scenografia e costumistica, applicate alla fotografia di moda - Principi e tecniche di fotografia digitale e post-produzione - Storia degli stili e della moda <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendere ed interpretare riferimenti culturali, abitudini, stili di vita e bisogni, di persone e gruppi sociali - Acquisire informazioni sulle tendenze della moda ed i nuovi tratti stilistici, analizzando le fonti del settore - Identificare le caratteristiche tecnologiche ed economiche dei prodotti presenti sul mercato - Riconoscere gli ambiti di consumo del prodotto da sviluppare, sulla base delle tendenze e dei bisogni rilevati - Curare predisposizione e realizzazione dei servizi fotografici di moda, per fini editoriali e pubblicitari, indirizzando e supportando le professionalità tecniche 	<p><i>Fornire consulenza di immagine per la realizzazione di eventi, sfilate e shooting di moda</i></p>	60	Max 16, esclusivamente sincrona	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza, da apprendimenti formali, non formali ed informali
9.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> - Legislazione sulla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e applicazione delle norme di sicurezza - Gli obblighi del datore di lavoro e del lavoratore - Dispositivi di protezione individuali (DPI) <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> - Applicare i protocolli di prevenzione e riduzione del rischio professionale 	<p><i>Operare in sicurezza nel luogo di lavoro</i></p>	8	Max 4, anche interamente asincrona	Ammesso credito di frequenza con valore a priori, riconosciuto a chi ha già svolto, con idonea attestazione (conformità settore di riferimento e validità temporale), il corso conforme all'Accordo Stato – Regioni del 21/12/2011 – Formazione dei lavoratori, ai sensi dell'art. 37, comma 2 del D.lgs. 81/2008
DURATA MINIMA TOTALE, AL NETTO DEL TIROCINIO CURRICULARE			348	Max 104	

5. TIROCINIO CURRICULARE:

Durata minima: 50 ore.

Durata massima: 140 ore.

6. UNITA' DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO AGGIUNTIVE:

A scopo di miglioramento/curvatura della progettazione didattica, nel limite massimo del 10% delle ore totali di formazione, al netto del tirocinio curriculare.

7. METODOLOGIA DIDATTICA:

Le Unità di Risultati di apprendimento vanno realizzate attraverso attività di formazione d'aula specifica e metodologia attiva, utilizzando attrezzature professionali e idonei spazi attrezzati.

8. VALUTAZIONE DIDATTICA DEGLI APPRENDIMENTI:

Obbligo di tracciabile valutazione didattica degli apprendimenti, per singola Unità di risultati di apprendimento.

9. GESTIONE DEI CREDITI FORMATIVI:

- Credito di ammissione: --;

- Crediti di frequenza: la percentuale massima riconoscibile è il 25% sulla durata di ore d'aula o laboratorio; il 100% sul tirocinio curriculare, al netto degli eventuali crediti con valore a priori.

10. REQUISITI PROFESSIONALI E STRUMENTALI:

Qualificazione dei formatori, di cui almeno il 50% esperti provenienti dal mondo del lavoro, in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento.

11. ATTESTAZIONE IN ESITO RILASCIATA DAL SOGGETTO ATTUATORE:

Documento di formalizzazione degli apprendimenti, con indicazione del numero di ore di effettiva frequenza. Condizioni di ammissione all'esame finale: frequenza di almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo.

12. ATTESTAZIONE IN ESITO AD ESAME PUBBLICO:

Certificato di qualificazione professionale, rilasciato ai sensi del D.lgs. 13/2013.