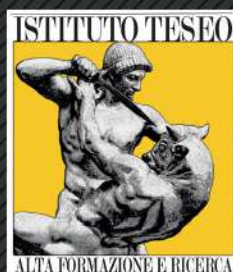




**ACADEMY**  
CORSO DI STUDI  
TRIENNALE

**DIPARTIMENTO DI  
MADE IN  
ITALY**


**CORSO DI STUDI TRIENNALE IN  
MEDIAZIONE LINGUISTICA INDIRIZZO  
"MADE IN ITALY, ITALIAN FASHION & FOOD DESIGN"**



IN PARTNERSHIP CON



**EINSTEINWEB**

 Cambridge Assessment  
English

Authorised Exam Centre

**Nell'attuale intreccio dei linguaggi e delle relazioni, in un contesto sociale basato sulla comunicazione e la grande convergenza delle relazioni interpersonali, il corso triennale in Mediazione Linguistica indirizzo Made in Italy. Italian Fashion e Food Design, si propone come percorso mirato di alta formazione indirizzato a tutte le tipologie del settore moda: couture, designer, diffusion, bridge nelle differenti varianti di classico, aggiornato, avant-garde e all'interno di ogni sezione quali novelty, commercial, basic, connesse ai nuovi comportamenti, alle relative tematiche e ai nuovi mindstyle.**

Il corso di studi triennale si propone di formare professionisti e perfezionare i docenti delle scuole primarie e secondarie nel settore del Made in Italy, con particolare riferimento al Fashion Design, al Food Design e al Fashion Management Stylist, che sappiano operare nelle aree che spaziano dal progetto, che a partire dal disegno passa alla definizione dei colori, dei tessuti, o altri materiali, alla prima valutazione dei costi, al modello, alla definizione delle finiture, sino al marketing del fashion e a specializzare gli iscritti nei settori di maggior interesse legati agli ambiti dei professionisti Moda e ai Fashion Stylist manager della: Economia e Strategia Aziendale della Moda, Brand e Design della Moda, Management, Eventi e PR o Web Marketing. L'obiettivo è offrire una preparazione pressochè completa, al tempo stesso elastica e multidisciplinare, ai propri studenti per delinearne, alla fine del loro percorso formativo, un profilo di affidabile competenza e qualità compatibile con l'intera gamma delle professioni proprie del Made in Italy nel settore Moda e dell'Italian Food and Fashion Stylist Manager.

Il Corso è altresì strutturato su moduli di carattere teorico e teorico-pratico di tipo integrativo elaborati in due sezioni: la prima, di 70 ore, è dedicata allo studio della cultura, della storia e dell'economia della Moda; la seconda, di 50 ore, è incentrata sull'apprendimento della parte teorico-pratica. Questa seconda sezione avrà come obiettivo lo sviluppo delle competenze e delle conoscenze culturali legate al contesto professionale Moda e Marketing ma con un taglio applicativo. Nella splendida sede dell'Istituto Teseo di San Cipriano Picentino (Sa) gli studenti vivranno una sorta di formazione tout-court che consentirà loro, attraverso la testimonianza di professionisti del settore, di cogliere l'esperienza che si realizza nel realizzare prodotti del Made in Italy (parte teorico-pratica) e, al tempo stesso, di essere a contatto con docenti Universitari operanti nel campo del fashion design, Food design e del Made in Italy. Scopriranno così, in modo piacevole, le differenze e le similitudini che intercorrono tra il vero Made in Italy e ciò che è da intendersi come imitazione. Un'esperienza unica per avvicinarsi allo studio della scienza Made in Italy, con docenti di chiara fama nazionale ed internazionale.

## PRESENTAZIONE DEL CORSO TRIENNALE

### Corso di studi triennale: mediazione linguistica indirizzo Made in Italy, Italian Fashion e Food Design

Insegnamenti		Crediti Formativi	Base	Car	Aff	Altri	Docenti
<b>I ANNO</b> Il corso di studi							
1	L-LIN/01 Lingua Italiana e glottodidattica ( <b>2 CF</b> ) e Glottologia, dizione e Public speaking ( <b>2 CF</b> )	6	6				
	M-FIL/05 – Filosofia Politica e della Comunicazione ( <b>2 CF</b> )						
1	I° Lingua L-LIN/12 Lingua e traduzione INGLESE I	16		16			
1	II° Lingua a scelta tra: L-LIN/07 Lingua e traduzione spagnola I L-LIN/17 Lingua e letteratura romena I	16	16				
1	MPSI/01 Psicologia della creatività applicata alla moda	6			6		
1	L-LIN/10 Lingua per la traduzione: fonologia e morfologia Sintassi contrastiva Letteratura, Lingua, cultura e traduzione: l'individuo e la società	6	6				
1	INF/01 Informatica applicata ai processi formativi	4				4	
1	SPS/08 Organizzazione e Marketing per la Comunicazione d'impresa	6			6		
<b>II ANNO</b>							
1	L-LIN/01 Lingua Italiana e Linguistica	6	6				
1	L-LIN/10 Lingua e civiltà inglese	6	6				
1	I° Lingua L-LIN/12 Lingua e traduzione INGLESE II	16		16			



1	L-LIN/07 Lingua e traduzione spagnola II L-LIN/17 Lingua e letteratura romena II	16	16				
1	ICAR/03 Design della Moda	6			6		
1	INF/01 Informatica applicata al design	4				4	
1	SPS/08 STORYTELLING, Comunicazione e Marketing dell'impresa di moda	6			6		
<b>III ANNO</b>							
1	L-LIN/01 Linguaggi settoriali/Settore Moda	10	10				
1	I° Lingua L-LIN/12 Lingua e traduzione INGLESE III	10		10			
1	II° Lingua a scelta tra: L-LIN/07 Lingua e traduzione spagnola III L-LIN/17 Lingua e letteratura romena III	10	10				
1	SECS-P/07 Economia della Moda	6			6		
1	INF/01 Informatica applicata al web design del made in Italy	2				2	
	Tirocinio	4				4	
1	A scelta dello studente	9				9	
	Prova finale	9				9	
		180	76	42	30	32	

### Insegnamenti a scelta dello studente

SPS/08 Sociologia della Comunicazione applicata alla moda  
IUS/17 Diritto Penale e Commerciale  
SECS-P/07 Economia Aziendale  
M-DEA/01 Antropologia sociale e del Mediterraneo  
M-DEA/01 Antropologia Culturale  
SPS/08 Cultura creativa, Social media e creazione d'impresa  
SPS/08 Comunicazione, creatività, public speaking e autodeterminazione per le carriere  
INF/01 Information technology per il turismo e il Made in Italy  
M-PSI/06 Psicologia del Turismo e dell'ambiente  
M-PSI/01 Psicologia del Benessere, alimentazione e medicina termale  
M-PSI/01 Psicologia del Wellness e SPA management  
M-PSI/06 Psicologia del Marketing turistico del made in Italy  
SPS/08 M.I.C.E.(meeting Incentive Congress &Events)  
SPS/08 Promozione e marketing dei beni culturali e del patrimonio artistico culturale e dello spettacolo  
L-LIN/12 Traduzione ed Adattamento per i servizi cinetelevisivi e degli Audiovisivi  
SPS/08 Patrimonio Artistico, Culturale, Nazionale, Piani di sviluppo del settore del turismo culturale, merchandising museale e ambientale  
M-PSI/01 Psicologia della comunicazione e Relazioni Pubbliche  
M-STO/04 Studi Internazionali  
IUS/13 Organizzazioni Internazionali  
M-PSI/06 Psicologia della moda



## Programma generale dei moduli didattici integrativi

### MODULI FONDAMENTALI

Durata: 2 mesi

### PROGRAMMA DEI MODULI TEORICI

(T)  
(70 ore)

#### 1. Psicologia della percezione e della Pubblicità e del Marketing

(Prof. Stefano Amodio - 5 ore, 3 ore di lezioni frontali e 2 ore in Fad)

La dinamica di questo corso si richiama alle materie del design e della progettazione visiva, ma viste questa volta da una prospettiva psicologica. Seguendo la teoria cognitiva, le implicazioni psicanalitiche applicate all'arte e le nuove teorie neuro-percettive, il percorso offre uno sfondo biologico-comportamentale alle esperienze della visione applicate alla pubblicità e al marketing.

#### 2. Psicologia della creatività, del brand e del design nella Moda

(Prof.ssa Monica Alina Lungu - 5 ore, 3 ore di lezioni frontali e 2 ore in Fad)

Il corso prova ad illustrare alcuni aspetti più centrali dei concetti di *forma* e di *rappresentazione*, quali momenti decisivi nella realizzazione creativa e lo sviluppo dell'immaginazione. Un riferimento sia antropologico che di tenore storico-artistico accompagna il percorso, con cui ricostruire per cenni teorici il rapporto tra *idea* e *opera* nella concreta azione creativa dello stilista e di coloro che si occupano di design della moda.

#### 3. Diritto d'autore dei marchi della moda

(Prof. Biagio Simonetti - 5 ore, 3 ore di lezioni frontali e 2 ore in Fad)

La materia è dedicata all'analisi specifica del rapporto tra *autore-stylist* e marchio, tra il brand e i suoi utilizzi commerciali, culturali, sociali. Con un'introduzione sommaria alle figure del *diritto*, tale parte offre una serie di risposte essenziali al diritto d'autore, alla *privacy* e al diritto d'immagine.

#### 4. Sociologia della Comunicazione e pubblicità del brand

(Prof. ssa Daria Forlenza - 5 ore, 3 ore di lezioni frontali e 2 ore in Fad)

Molti sono i *modelli di scrittura* del racconto giornalistico: il corso in questione cerca di riconoscerli e dimostrarne le diverse opportunità di utilizzo nelle loro diverse soluzioni comunicative applicate alla moda ed ai brand del settore fashion. In questo modo, esso prova ad offrire una rassegna degli *stili* attivi nel lavoro giornalistico, dal modello più *neutrale* dell'informazione alle interpretazioni d'autore dell'inchiesta, del *reportage*, come del documentario pubblicitario.

#### 5. Marketing strategico ed Economia Industriale

(Prof. Angelo Paletta - 5 ore, 3 ore di lezioni frontali e 2 ore in Fad)

L'obiettivo è dotare gli allievi degli strumenti essenziali per comprendere i processi più generali delle strategie commerciali, relativi ai processi dei consumi

legati al Made in Italy e le sue connessioni culturali.

### **6. FOOD DESIGN. Il cibo in Italia** (10 ore, 6 ore in FAD e 4 ore lezioni frontali)

#### **Modulo A) Punti di consumo e identità dei luoghi**

(Prof. Lucido di Gregorio - 5 ore, 3 ore in Fad e 2 ore di lezioni frontali)

L'obiettivo è quello di trasferire agli allievi i concetti basilari legati all'identificazione dei punti di consumo per il food e il beverage, attraverso le diverse tipologie di arredamento degli ambienti destinati all'accoglienza degli ospiti, capaci di facilitarne la fidelizzazione e la socializzazione, di interpretarne i contenuti e le motivazioni dell'offerta gastronomica in relazione alla memoria dei luoghi e dell'identità storico-culturale che esprimono.

#### **Modulo B) Il design del gusto**

(Prof. Diego Granese - 5 ore, 3 ore in Fad e 2 ore di lezioni frontali)

L'obiettivo è quello di trasferire agli allievi i concetti basilari legati all'identificazione dei prodotti gastronomici e alla loro capacità di identificare la tradizione e la storia dei luoghi. La capacità, dunque, di attribuire significati e valori al design legato al gusto e a nuove forme espressive, anche attraverso l'innovazione e la commercializzazione.

### **7. Marketing e web virale**

(Prof. Ivan Paduano - 5 ore, 3 ore in Fad e 2 ore lezioni frontali)

Il mondo digitale è parte integrante della comunicazione integrale. Il corso intende introdurre ai meccanismi teorici e pratici in grado di sviluppare le socialità comunicative proprie del mondo web. Una parte pratica affronterà le varie piattaforme e i vari strumenti partecipi per la loro corretta ed efficace gestione. La gestione delle comunità virtuali di carattere digitale, sarà affiancata alla definizione della comunità analogica in aula, con l'obiettivo di far convergere in un'unica attività la conduzione delle risorse comunicative aziendali.

### **8. Tecnologie Web 2.0 e apprendimento collaborativo**

(Prof. ssa Melina Allegro - 5 ore, 3 ore in Fad e 2 ore di lezioni frontali)

Obiettivo del modulo è quello di illustrare e far sperimentare anche attraverso simulazioni e lavori di gruppo come la diffusione delle tecnologie web 2.0 stia ridefinendo assai velocemente i modi di socializzare, l'organizzazione del lavoro e i meccanismi dell'apprendimento, favorendo l'interazione, la condivisione e la collaborazione allargata tra individui.

### **9. Psicologia del Made in Italy**

(Prof. Renato Mastrosanti - 5 ore, 3 ore di lezioni frontali e 2 ore in Fad)

Il corso si propone l'obiettivo di presentare il fenomeno Made in Italy nell'ottica dell'approccio cognitivista e di quello comportamentista, attraverso i contributi delle neuroscienze all'analisi della shopping experience.

La percezione del brand Made in Italy verrà esaminata attraverso l'esame dei prodotti e il valore dei brand italiani nella scena mondiale riferito al modello di business italiano, secondo la psicologia dei consumi.

### 10. Neuromarketing

(Prof. Paolo Cioni - 5 ore, 3 ore in Fad e 2 ore di lezioni frontali)

I partecipanti avranno una chiara idea del ruolo del marketing e sapranno individuare una volta per tutte le azioni di marketing efficaci da quelle inutili (e costose). Sapranno, inoltre, comprendere il ruolo della comunicazione nel marketing e conoscere i recenti orientamenti del paradigma di marketing, "cosiddetti 3.0". Il corso si basa sui principi di psicologia della comunicazione di marketing ed ha un approccio rigorosamente scientifico (evitando - il più possibile - l'uso di concetti tratti dalle pseudo-scienze). Al termine del corso i partecipanti comprenderanno i comportamenti d'acquisto nei mercati del consumatore e delle imprese, i principi (e i limiti) degli paradigmi cognitivisti e comportamentisti. Saranno in grado di influenzare il processo decisionale attraverso la stimolazione dei sensi e delle emozioni. Conosceranno i principi (e i limiti) delle scienze cognitive di tipo sperimentale

### 11. Antropologia della comunicazione visuale

(Prof. Alessandro Denti - 5 ore, 3 ore in Fad e 2 ore lezioni frontali)

Il corso affronta il compito di introdurre alla grande tematica della comunicazione

visuale, intesa quale spazio di frequentazione sempre più centrale nel contesto comunicativo odierno. La prospettiva di analisi integra richiami all'antropologia culturale con quelli offerti dai visual studies, così come l'ambito dell'espressione artistica con il parallelo sviluppo dei linguaggi con il video.

### 12. Storia della musica italiana dell'Ottocento: Il Melodramma "Made in Italy"

(Prof. Gennaro Saviello - 10 ore, 4 ore in Fad e 6 ore di lezioni frontali)

Il corso intende fornire agli studenti le conoscenze fondamentali del Melodramma, inteso come forma d'arte italiana, nata dal *recitar cantando* e giunta a forme imprenditoriali spettacolari "complesse", estese attraverso una rete di teatri "all'italiana" in tutta la penisola, dal XVII al XX secolo. Particolare cura sarà dedicata allo studio dei Libretti, la cui analisi letteraria, affrontata sotto il profilo filologico-comparativo, sarà rafforzata da percorsi d'ascolto che prenderanno in esame le dimensioni storico-stilistiche, scenico-rappresentative, temporali, retorico-vocali, morfologiche, affettive e linguistiche delle principali opere del *canone* italiano. Al termine del corso lo studente sarà in grado di riconoscere le fondamentali caratteristiche drammaturgiche e spettacolari del *Teatro musicale*; valutare ed apprezzare, inoltre, la ricaduta socio-linguistica che tale *genere* ebbe nella storia d'Italia dell'Ottocento, oggi, *Bene Culturale* mondiale.

## PARTE TEORICO - PRATICA E LABORATORIALE TECNICA

(50 ore totali di lezioni frontali)

Il percorso Tecnico -Pratico sviluppa una visione globale sul mondo della moda; book di progettazione, moodboard, cartella materiali , linguaggi estetici e illustrativi , sistemi di progettazione. saranno i temi approfonditi in questa area. Estetica della Moda, Fashion Marketing, Public Relation, Ricerca, Elementi di Progettazione Creativa, Studio del figurino ed illustrazione saranno le basi teoriche per un approccio professionale. Questo corso, si propone di formare studenti e professionisti sull'acquisizione di una capacità tecnica, visiva, percettiva e rappresentativa nell'ambito del Fashion Stylist and Fashion Designer. Studio e ricerca iconografica di segni, forme e volumi nella moda contemporanea, nell'accessorio e nel tessuto. Lo scopo è fornire allo studente uno sguardo pratico dei differenti campi e profili professionali del settore Moda. Figure che siano in grado di pianificare efficacemente, produrre e condividere servizi e contenuti.

### 1. La specificità del Made In Italy

(Prof. Dario Apollonio - 12 ore frontali)

Il modulo analizza il "linguaggio chiave" per la comprensione e promozione del made in italy nei mercati internazionali.

Approfondimenti sui concetti concernenti la pratica del pensiero "locale" verso la circolazione delle idee, delle merci e dei trend "globali".

Descrizione, analisi e verifica dei mind-set e delle tendenze in relazione ai diversi "nuclei generazionali" in cui ricomprendono i comportamenti e le scelte dei "consum-autori".

Relazione fra linguaggi artistici, industria ed artigianato. Ruolo degli strumenti e degli operatori della comunicazione nella valorizzazione del saper fare italiano e prospettive future. Importanza della rilevazione, catalogazione, documentazione della storia e delle attività superstiti e connessione fra tradizione storica e nuove tecnologie.

**Obiettivi del modulo:** qui si tratta di acquisire quelle conoscenze primarie per la comprensione delle specificità del saper fare italiano, di come queste caratteristiche si traducono in prodotti apprezzati a livello internazionale e di quali strumenti conoscitivi attivare per l'individuazione dei trend per le scelte di produzione, commerciali e per le modalità di promozione.

### 2. La moda in pratica

(Prof. Giorgio Masini - 14 ore di lezioni frontali-laboratoriali)

Il modulo ha ad oggetto l'esperienza laboratoriale relativa ad alcuni "case study" e possibili sviluppi di manufatto e di impresa con particolare accento sulla possibilità di attivare start up di giovani nell'ambito del made in Italy. Ideazione, ricerca, meta-progettazione, esemplificazione e test validanti relazionati ai trend emergenti studiati nel corso del primo modulo. Presentazione finale di sintetici dossier di progetto.

**Obiettivi del modulo:** Attraverso l'individuazione di specifici casi applicativi, gli studenti elaboreranno, con l'aiuto del docente, progetti dedicati a prodotti e servizi nell'ambito del settore tessile ed abbigliamento da verificare nella loro fattibilità nel territorio di competenza. L'esperienza laboratoriale permetterà di testare le conoscenze in corso di acquisizione con gli obiettivi personali, su un futuro possibile occupazionale o imprenditoriale.



### 3. Il ruolo delle arti

*(Prof. Dario Apollonio - 12 ore di lezioni frontali)*

Il modulo è un approfondimento sui linguaggi estetici contemporanei. Il modulo parte dall'assunto che non sia possibile occuparsi di sviluppo di prodotti quali la moda, il design e relativi servizi complementari come la promozione e la vendita degli stessi, senza avere una visione aperta, attenta ed aggiornata sui linguaggi artistici del contemporaneo. Le profonde trasformazioni che dagli inizi del '900 sino ad oggi si sono succedute hanno determinato modificazioni paradigmatiche della fruizione e delle relazioni con le diverse esperienze artistiche le quali pervasivamente si sono fuse con il fare anche quotidiano di tutti, determinando, spesso inconsapevolmente ai più, esigenze estetiche inedite.

**Obiettivi del modulo:** Essendo nota la scarsa competenza generalizzata sulla storia dell'arte contemporanea ed essendo quest'ultima essenziale per la comprensione dei fenomeni e delle qualità dei manufatti artigianali e industriali nell'ambito della moda e del disegno industriale, si ritiene necessario e strategico aprire il pensiero dei giovani studenti al piacere e alla funzione estetica contemporanea, imprescindibili per le applicazioni trattate.

**Sbocchi occupazionali e possibilità applicative:** Le figure a cui è rivolto il contenuto del moduli sopra descritti e i possibili sbocchi occupazionale sono sintetizzabili in tutte quelle figure professionali che si dedicano alla gestione della produzione, alla progettazione di impresa, alla comunicazione, promozione e commercializzazione dei prodotti made in Italy, quali direttori di produzione, giovani manager ed imprenditori, direttori di negozio, agenti di commercio e buyer.

### 4. Gli sconfinamenti tra arte e moda come forma di comunicazione

*(Prof.ssa Giorgia Calò - 12 ore di lezioni frontali)*

Il corso sarà incentrato sui rapporti tra arte e moda analizzando le tappe più significative di alcune sperimentazioni che, dalla fine dell'Ottocento ai giorni nostri, hanno visto sconfinare la moda nel dominio artistico. Un dialogo, quello tra arte e moda, che ha dato vita ad un nuovo processo di comunicazione in cui la fotografia, la pubblicità, il cinema e il design diventano parte integrante di un discorso complessivo. Ricostruendo un percorso diacronico di oltre un secolo, si tracciano i principali cambiamenti avvenuti nel corso della storia, con le conseguenti trasformazioni sociali e culturali, che hanno portato ad una sincronia degli eventi e delle pratiche creative nelle relazioni fra arte e moda. Il modulo sarà strutturato su alcuni temi specifici che accompagneranno il percorso cronologico, quali: il linguaggio della moda (dal sistema della moda all'abbigliamento come sistema di segni); il corpo abitato (l'abito come estensione del corpo); la fotografia (da documento di moda a opera d'arte). Il percorso formativo è di natura interdisciplinare e incoraggia il dialogo tra storia delle arti visive, semiotica, sociologia, comunicazione, Fashion Studies e Fashion Theory.

Il corso sarà così strutturato:

#### Prima parte (6 ore)

Cenni storici: Parigi. La capitale del XIX secolo; Le collaborazioni tra artisti e stilisti nel periodo delle Avanguardie Storiche; La moda negli anni del Surrealismo; Dal New Look all'Optical Style; Gli anni Settanta, Street Fashion e moda Punk; Dal Postmoderno al XXI secolo.

# PRESENTAZIONE DEL CORSO TRIENNALE

## Seconda parte (6 ore)

Approfondimenti: Il linguaggio della moda; Moda e corpo; Arte, moda e impresa (eventi espositivi di arte e moda, le Fondazioni di moda per l'arte contemporanea).

## DESTINATARI

Il corso di studi si rivolge in primo luogo al vasto ambito dei soggetti in possesso del diploma di scuola media superiore dell'Istituto di Moda, Istituto d'arte, Liceo Artistico o di qualsiasi altra scuola superiore. Possono iscriversi al master anche i diplomati di tutte le scuole medie superiori e i laureati sia di Corso Triennale che Magistrale, provenienti da Facoltà umanistiche, sociologiche, politico-giuridiche e docenti di scuola media e superiore, per i quali il corso rilascia crediti formativi relativi alla certificazione linguistica. E' possibile considerare anche domande di partecipazione di candidati con diploma di Licenza media previa preventiva valutazione del Direttore della Didattica con conseguente rilascio di nulla osta dello stesso: Il corso di studi infatti si situa in una posizione originale, dal profilo teorico tipicamente universitario, ma unito a una disposizione altrettanto centrale di tipo tecnico, pratico, orientata direttamente alle professioni della Made in Italy con particolare riferimento al comparto moda Moda, Food Design e del Stylist Manager.

## FINALITÀ

Finalità fondamentale del corso di studi è quella di offrire tutte le competenze necessarie ai propri allievi per intraprendere una carriera all'interno delle attività proprie dei settori Food Design, Moda e Fashion Stylist, da quello tecnico a quello organizzativo e direttivo con una buona conoscenza delle lingue. Altresì, tale percorso formativo sarà in grado di offrire una base di conoscenze ampia e al tempo stesso ogni volta specifica capace di sostenere e definire un profilo culturalmente valido per chi voglia operare nel management Moda e Fashion Stylist e nella comunicazione mediale della Moda e del Food Design.

## DURATA E LUOGO DI SVOLGIMENTO

Il corso di studi si divide in tre distinte Sezioni Didattiche, per complessive 480 ore in un periodo di un anno

**Periodo:** Venerdì 31 gennaio 2020 - Domenica 12 luglio 2020

**Luogo di svolgimento:** Istituto Teseo Alta Formazione e Ricerca Piazza Umberto I, 16 San Cipriano Picentino (Sa)

**Giorni di lezione:** dal giovedì alla domenica

**Durata totale del corso:** 360 ore annue del corso di studi triennale, più 120 ore di moduli integrativi per totali 480 ore

**Ore lezioni teoriche:** 252 curricolari più 80 ore di moduli integrativi per totali 332 ore

**Ore lezioni e-learning:** 108 curricolari più 40 ore di moduli integrativi per totali 148 ore

**Ore teorico/pratiche:** 36

**Ore laboratorio:** 14

Lezioni teoriche area T (Teoria): 480 ore di cui 332 ore di lezioni frontali e 148 ore in FAD Lezioni area T/P (teorico-pratiche) e Laboratori ed esercitazioni area Moda: 50

**Stage aziendale presso Case di moda, atelier o enti moda convenzionati:** il corso è collegato con la Summer School che si terrà in Romania nel periodo di Luglio 2020, tra l'Istituto Teseo e l'Università Spiru Haret di Bucarest.



### TITOLO RILASCIATO, COSTO E BORSE DI STUDIO

Il corso di studi rilascia certificazioni linguistiche relative alle aree linguistiche della lingua inglese, spagnola e rumena.

Quota d'iscrizione: 140,00 euro

Costo del corso: 25 borse di studio a copertura totale di 1200,00 euro cadauna

Numero minimi di partecipanti per attivazione corso: 25

### BREVE PROFILO DI ALCUNI DOCENTI

**Stefano Amodio**, Presidente e Direttore della Didattica dell'Istituto Teseo, Dottore di Ricerca in Psicologia Generale, insegna Psicologia del Lavoro presso l'Università di Cassino e del Lazio Meridionale, socio azionista e co-fondatore dell'Istituto Armando Curcio di Roma. Formatore nell'ambito delle Risorse Umane e dell'Organizzazione del Lavoro. Si occupa di formazione professionale, psicologia del lavoro, motivazione, benessere lavorativo, mediazioni comunicative, creatività ed emozioni. È membro del comitato tecnico scientifico dell'Osservatorio Storytelling dell'Università degli Studi di Pavia. Curatore e autore di diversi volumi tra cui: Homo Laborans. Strumenti per l'analisi e la promozione del benessere lavorativo (Teseo Editore, 2010) e Johann Amos Comenius. Il pensiero Comeniano e l'educazione universale nell'analisi della Didactica Magna (Teseo Editore, 2012), Come foglie al vento. Flessibilità lavorativa e scenari atipici. (Teseo Editore, 2011), quest'ultimo tradotto anche in lingua rumena dalla Editura Romania de Maine, casa editrice universitaria dell'Università Spiru Haret di Bucarest.

**Diego Fusaro**, Diplomato al Liceo classico statale Vittorio Alfieri di Torino (100/100 con menzione), Fusaro ha conseguito la laurea in Filosofia della storia (110 e lode) e successivamente la laurea magistrale con una tesi in Storia della filosofia moderna su Karl Marx presso l'Università degli Studi di Torino. Dopo aver conseguito un dottorato di ricerca presso l'Università Vita-Salute San Raffaele di Milano in Filosofia della storia, è stato ricercatore a tempo determinato di tipo A in Storia della filosofia presso la stessa università dal 2011 al 2016. Nel febbraio del 2016, ha tenuto un seminario sulla figura di Antonio Gramsci presso l'Università di Harvard. È attualmente docente presso l'Istituto Alti Studi Strategici e Politici di Milano e docente di Filosofia Politica e della Comunicazione e membro del Comitato Tecnico Scientifico dell'Istituto Teseo Alta Formazione e Ricerca di San Cipriano Picentino (Sa).

**Alessandro Sansoni**, nato a Napoli il 9 agosto 1976. Laureato in filosofia e dottore di ricerca in storia, lavora per l'agenzia di stampa Nova e collabora con la rivista italiana di geopolitica Limes. Ha insegnato Storia medioevale presso l'Università Federico II di Napoli. Giornalista, è consigliere nazionale dell'Ordine dei giornalisti e vicepresidente nazionale dell'ong Modavi onlus.

**Andrea Fontana** è autore, saggista e sociologo della comunicazione e dei media narrativi. È il più rilevante esperto in Italia di Corporate Storytelling. Insegna "Storytelling e narrazione d'impresa" all'Università degli Studi di Pavia, dove è anche Direttore didattico del primo Master universitario in Italia in Scienze della Narrazione (M.U.S.T.). Amministratore delegato del Gruppo Storyfactory e TEDx speaker, lavora con grandi aziende e con diverse istituzioni per perfezionare i "racconti" dei loro brand, prodotti o servizi. È anche presidente dell'Osservatorio italiano di storytelling e direttore scientifico della rivista Narrability Journal. Nel 2015 ha ricevuto il Premio Curcio alla cultura. Tra le sue recenti pubblicazioni: Siamo tutti Storyteller. Dalla fiction americana alla politica, Space Drama,



raccontare gli spazi commerciali, *Storytelling for Dummies*, #IoCredoAlleSirene. Come vivere (e bene!) in un mare di fake news. Nel dicembre del 2019 ha ricevuto come primo classificato, il premio scientifico di divulgazione scientifica Giancarlo Dosi, per il suo volume *Regimi di Verità*. Dal febbraio del 2019 è membro del comitato tecnico scientifico e Direttore del Dipartimento di Storytelling e Digital Social dell'Istituto Teseo.

**Laura Diamanti** è Dottore di Ricerca in Linguistica Teorica, Generale, Storica e delle Lingue Moderne (Università degli Studi Guglielmo Marconi di Roma), nonché in Linguistica Applicata (Università degli Studi di Macerata). Svolge attività di ricerca in linguistica inglese, testuale ed acquisizionale, dei corpora nella traduzione. Collabora con il Laboratorio di Tecnologia, Narrativa e Analisi del Linguaggio (TECNAL) del Dipartimento di Scienze Umane, Sociali e della Salute dell'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale, presso cui insegna Lingua e Traduzione Inglese. Collabora altresì al progetto di ricerca *The language of Ecology and Environmentalism in late Victorian Narrative*, presso il Dipartimento di Lingue, Letterature e Culture Moderne dell'Università degli Studi G. D'Annunzio di Chieti-Pescara, presso cui insegna Lingua e Traduzione Inglese. È autrice di diversi articoli di ambito linguistico, ed è in corso di stampa una sua monografia dal titolo *Transferable Competencies in English and Italian Essay Writing*.

**Dario Apollonio**, Architetto, già docente presso diverse Università tra cui il Politecnico di Milano, la Marangoni School sui corsi master, sul Corso per stilisti di moda IT Holding per Forem - a Milano, sul Corso FSE For.em, presso la Regione Emilia Romagna – Aicer, lo IULM di Milano, nonché fondatore e Rettore della Libera Università delle Arti di Bologna.

**Alessandro Denti**, osservatore per molti anni dei fenomeni mediali, ha poi specialmente approfondito lo studio delle pratiche comunicative del contesto urbano. Accanto ad un'attenzione teorica rivolta alle trasformazioni storiche dello spettacolo con l'avvento del video e della televisione, ha sviluppato nel tempo una parallela frequentazione creativa delle tecnologie digitali, dalle prove di "telestreet accademica" alle ibridazioni del docufilm, fino all'epigramma d'immagine e a pratiche di editoria multimediale. Nel periodo più recente l'approccio di ricerca va ridefinendosi secondo una visuale più ampia di tipo antropologico applicata alla cultura contemporanea, quale campo di conflitto tra globalizzazione e politiche dell'identità, tra massificazione e valori. La "cultura" come "testo", e la sua analisi estetica e politica come contrappunto al dato mediologico e sociologico. Ha insegnato all'Università di Roma Tre, presso il Dams e Scienze della Comunicazione, all'Università di Genova, presso Scienza della Formazione, allo Iulm di Milano, allo Iac di Roma.

**Monica Alina Lungu**, Dottoranda di ricerca in Imprese, Istituzioni e Comportamenti, presso l'Università degli Studi di Cassino e del Lazio Meridionale. Laureata in Lingue e Letterature Straniere e in Scienze Pedagogiche. Ha conseguito il Master di secondo livello in Leadership, Creatività e Innovazione dello Sviluppo delle Risorse Umane. Ha pubblicato numerosi articoli e saggi in Psicologia e Psicologia della letteratura.

**Paolo Cioni**, Psichiatra con lunga esperienza nel settore territoriale, ospedaliero e accademico. Ha conseguito certificazione in Neurofisiologia clinica (2015). Già Responsabile di un servizio presso la ASL di Firenze e Prof a contratto presso le scuole di specializzazione in psichiatria di Pisa e Firenze. Ha pubblicato con i maggiori editori italiani in campo psichiatrico. Tra l'altro: autore di alcuni capitoli in varie edizioni del Trattato Italiano di Psichiatria (Masson, Elsevier) e coautore del Manuale di Psichiatria (UTET), 1994 con GB Cassano ed altri. Come libero professionista si occupa di consulenze forensi per il Tribunale di Firenze e di parte, e di applicazioni delle nuove tecniche di elettroencefalografia





quantitativa (QEEG) per mappe cerebrali e terapie non farmacologiche (neuro terapia con neurofeedback). Con Marco Della Luna è coautore di un libro-trattato sui meccanismi della manipolazione mentale ad ampio raggio: "Neuroschiavi" (Macroedizioni) giunto ora alla 4a edizione italiana (ottobre 2016), che ha ottenuto un buon successo anche in Francia come "Neuro-esclaves". È anche autore del recente "Paranoia: tra leadership e fallimento", con versione inglese: "Paranoia: between leadership and failure" (Createspace, 2015), che si occupa in particolare dei fenomeni di induzione e contagiosità dei deliri attraverso le moderne forme di comunicazione (Internet).

**Angelo Paletta**, laureato in economia aziendale. Ha pubblicato la monografia "Minibond. Strumenti finanziari per le Piccole e Medie Imprese" (Aracne Editrice, 2015) ed il libro "Management per Ecclesiastici" (Edusc, 2016). A livello accademico, dal 2015 al 2017 è stato docente incaricato del corso di "Management for Ecclesiastics. Pastorale delle Risorse" alla Pontificia Università della Santa Croce. Dal 2017 assume il ruolo di Direttore Scientifico del Gruppo di Ricerca "Cultura e Pastorale nell'Amministrazione del Monastero e dei Beni Ecclesiastici" presso il Pontificio Ateneo S. Anselmo, dove dal 2018 è docente nel corso di "Management dei Beni Culturali Ecclesiastici" e nel corso "Management dei Beni Monumentali Religiosi". Per gli Anni Accademici 2017-2018 e 2018-2019 presso la LUMSA viene incaricato docente nel corso di perfezionamento in "Management degli Enti Ecclesiastici" e nel corso di "Management delle Strutture Sanitarie Cattoliche".

**Giorgia Calò**, nata a Roma nel 1978 storico, critico d'arte e curatore.

Si è formata all'Università La Sapienza di Roma, dove si è laureata in Lettere, specializzandosi in seguito in Storia dell'Arte. Ha conseguito, nella stessa disciplina, il Dottorato di ricerca in Storia dell'Arte, con una tesi su Gli sconfinamenti tra arte e moda come forma di comunicazione (La Sapienza, Roma).

Ha pubblicato con Domenico Scudero il volume Moda e Arte. Dal Decadentismo all'Ipersmoderno (Gangemi Editore, Roma 2009).

Ha tenuto seminari all'interno del corso di "Storia degli eventi espositivi di Arte e Moda" (Sapienza Università di Roma, Facoltà di Scienze Umanistiche, AA 2008/2009 – 2009/2010).

Autrice di numerosi saggi e articoli sulle commistioni tra arte e moda e sulle nuove ricerche israeliane nell'ambito del fashion design in riviste di settore quali "Artribune", "Insideart" e "Luxflux proto-type arte contemporanea".

Ha tenuti diversi convegni sull'argomento, fra i quali: Il corpo (ri)vestito di significati, con Massimo Canevacci (Galleria Emmeotto, Roma 17 dicembre 2010) e Abito/Abitazione. Le artiste e la moda, nell'ambito del programma di eventi e conferenze della mostra DONNE corpo e immagine tra simbolo e rivoluzione (GAM - Galleria d'arte Moderna di Roma Capitale, 18 giugno 2019).

Dal 2015 al 2019 ha ricoperto il ruolo di Assessore alla cultura e Archivio Storico della Comunità Ebraica di Roma. Attualmente è Consigliere delegato per gli eventi di arte moderna e contemporanea della Fondazione per il Museo Ebraico di Roma.

**Giorgio Masini**, freelance designer presso J.J.One srl, freelance designer presso CBS srl brand Norway e Antartica, docente presso la L.U.N.A. (Libera Università delle Arti di Bologna).

**Renato Mastrosanti**, trainer aziendale specializzato nello sviluppo personale e motivazionale.

Formatore manageriale associato AIF, progettista e docente di comunicazione aziendale e istituzionale e formatore della sicurezza sul lavoro certificato CEPAS.

Responsabile della formazione dei formatori e consulente organizzativo, ha ricoperto ruoli manageriali nella gestione e sviluppo di risorse umane.

**Ivan Paduano**, laureato in architettura, iscritto all'albo degli ingegneri di Roma, PHD in arti design e nuove tecnologie de l'Università "La sapienza di Roma". Art director nel campo delle opere multimediali, modellatore, docente presso il corso di laurea in Disegno Industriale dell'Università La Sapienza di Roma.

**Melina Allegro**, laureata in Scienze dell'educazione, abilitata all'insegno delle scienze umane nella scuola secondaria di secondo grado, formatrice nel campo della pedagogia e dei processi formativi, della tecnologia dell'istruzione e dell'apprendimento.

**Lucido Di Gregorio**, Architetto e Urbanista, consulente e arredatore dei punti di consumo tematici prima con la già Interbrew Italia spa, poi con Heineken Italia spa. Progettista di nuove tipologie di arredo di locali birrari serali, e di locali per la ristorazione e l'intrattenimento. Autore di numerosi articoli e recensioni su argomenti di settore, nonché autore della Monografia - "Birrerie e Pub. Le nuove architetture della notte". Di Baio editore - Milano 2009.

**Diego Granese**, Architetto e designer, già vincitore di premi internazionali nel campo del design e dell'hexibit-design, già professore a contratto in disegno industriale presso SUN (Seconda Università di Napoli in Aversa). Vincitore con medaglia d'oro alle Olimpiadi della Cucina 2016 con il progetto del tavolo ed i piatti da tavola per il Culinari-Team Costa del Cilento.

**Gennaro Saviello**, è Laureato con il massimo dei voti e la lode in Letteratura, Musica e Spettacolo con una tesi in Storia della Musica dal titolo Il Clarinetto nel teatro musicale italiano tra il Settecento e l'Ottocento. Ha conseguito la Laurea Magistrale in Filologia Moderna con una tesi in Linguistica Italiana dal titolo Giovanni Verga e il Melodramma. Un'indagine sui romanzi giovanili (in corso di stampa con il titolo "Folleggiare di gioia in gioia". Il giovane Verga e il Melodramma, Edizioni Noitre). Tiene percorsi d'ascolto guidati sul Melodramma con l'utilizzo metodologie euristico-partecipative e dell'informatica umanistica. Dal 2017, per l'Università delle Tre Età di San Cipriano Picentino e il Parco Storico Sichelgaita di Salerno svolge il format "Andiamo all'Opera".



### DIREZIONE E COORDINAMENTO

**Direttore Didattico**  
*Prof. Stefano Amodio*

**Direttore Scientifico**  
*Prof. Dario Apollonio*

**Coordinatore Didattico**  
*Prof. ssa Melina Allegro*

**Coordinatore scientifico per  
l'area linguistica**  
*Prof.ssa Laura Diamanti*

**Coordinatore Generale**  
*Prof.ssa Monica Alina Lungu*

**COMITATO TECNICO SCIENTIFICO**

Diego Fusaro  
Stefano Amodio  
Dario Apollonio  
Laura Diamanti  
Giorgia Calò  
Alessandro Denti  
Paolo Cioni  
Renato Mastrosanti  
Ivan Paduano  
Monica Alina Lungu  
Angelo Paletta  
Melina Allegro  
Alessandro Sansoni

**SEGRETERIA ORGANIZZATIVA STUDENTI**

Responsabile: Melina Allegro  
Email: [info@istitutoteseo.it](mailto:info@istitutoteseo.it)  
Mobile: 340. 166.03.58  
[www.istitutoteseo.it](http://www.istitutoteseo.it)

**CONTATTI SEGRETERIA DIRETTORE DIDATTICO DEL CORSO TRIENNALE**

Prof. Stefano Amodio

Email: [segreteriastudenti@istitutoteseo.it](mailto:segreteriastudenti@istitutoteseo.it)

Segreteria Tecnica  
Responsabile: Melina Allegro  
Mobile: 391.306.91.26  
[www.istitutoteseo.it](http://www.istitutoteseo.it)



**SEDE DI SVOLGIMENTO DEI CORSI**

**ISTITUTO TESEO**

**P.zza Umberto I, 84099 - San Cipriano Picentino (Sa)**



**CORSO DI STUDI TRIENNALE IN  
MEDIAZIONE LINGUISTICA INDIRIZZO  
"MADE IN ITALY, ITALIAN FASHION & FOOD DESIGN"**

Piazza Umberto I, 16 - 84099 San Cipriano Picentino (Sa) | Tel. 340.1660358  
[www.istitutoteseo.it](http://www.istitutoteseo.it) | [info@istitutoteseo.it](mailto:info@istitutoteseo.it)