

PROFILO PROFESSIONALE - SM

Il diplomato dell'**istituto tecnico** nell'indirizzo "**SISTEMA MODA**" sviluppa saperi e competenze nell'ambito delle diverse realtà ideativo-creative, progettuali, produttive e di marketing del settore tessile, abbigliamento, accessori moda.

L'indirizzo di studi permette di formare diverse figure professionali legate al mondo della moda: stilisti, modellisti, pianificatori delle attività aziendali, organizzatori di eventi moda, ideatori di messaggi moda.

Il tecnico del sistema moda deve integrare la sua preparazione con competenze di filiera che gli consentano capacità operative.



È in grado di:

- ideare progettare e produrre filati, tessuti, confezioni, accessori;
- organizzare, gestire, controllare la qualità delle materie prime e dei prodotti finiti;
- intervenire nelle diverse tipologie dei processi produttivi, nella gestione e nel controllo degli stessi per migliorare qualità e sicurezza dei prodotti ;
- individuare strategie innovative di produzione e marketing;
- dare apporti creativi ed innovativi alle aziende del settore moda;
- collaborare alla pianificazione delle attività applicando strategie inerenti "tempi e metodi".

I RISULTATI DELL'APPRENDIMENTO SCOLASTICO

Alla conclusione del percorso scolastico quinquennale il diplomato deve essere in grado di :

- astrarre topos letterari o artistici per ideare messaggi moda;
- produrre testi argomentativi relativamente al settore;
- analizzare gli sviluppi della storia della moda in particolare nel ventesimo secolo;
- individuare i processi della filiera d'interesse definendo le specifiche dei prodotti nelle diverse fasi di lavorazione;
- analizzare il funzionamento delle macchine calcolandone i cicli di produzione;
- progettare prodotti e componenti con l'ausilio di software dedicati;
- gestire e controllare i processi di produzione, in relazione agli standard previsti;
- progettare collezioni moda;
- avere una visione sistemica di azienda, riconoscere e confrontare le strategie aziendali in particolare porre l'attenzione alla strategia di marketing