



**MASTER IN PSICOLOGIA
DELLA MODA E DELL'IMMAGINE**

**“Gli abiti sono inevitabili.
Essi non sono altro che la struttura della mente resa visibile.”**
- James Laver -



Master in **PSICOLOGIA DELLA MODA E DELL'IMMAGINE**

Questo è il primo Master italiano in Psicologia della moda e dell'immagine. Propone un nuovo ambito di lavoro per gli psicologi, gli psicoterapeuti, e i laureati in discipline umanistiche, quello dell'analisi dell'abbigliamento come forma di comunicazione dell'identità e come transfert affettivo che fa parlare l'inconscio. La moda è un sistema comunicativo privilegiato di cui solo la psicologia può cogliere e interpretare le dinamiche più profonde.

Per occuparsi di psicologia della moda occorre conoscere le teorie, gli strumenti e le tecniche per cogliere e interpretare i messaggi simbolici parlati da abiti, accessori e colori, ed è necessario anche comprendere il sistema moda, la sua evoluzione e i suoi strumenti comunicativi.

Il modello didattico di questo Master innovativo è la visione binoculare dei fenomeni della moda: il punto di vista della psicologia e il punto di vista della consulenza di moda si integrano per fornire una formazione completa che permette di lavorare con tutti gli strumenti pratici necessari per una performance di qualità.

Con gli studenti di questo Master vorrei condividere la mia passione per la psicologia e per la moda e trasmettere loro tutti i metodi, gli studi e l'esperienza pratica affinati in 30 anni di lavoro e ricerca in questo affascinante campo, che ho contribuito a diffondere in Italia.

Paola Pizza

Psicologa della moda

Coordinatrice didattica del Master



Master in

PSICOLOGIA DELLA MODA E DELL'IMMAGINE



REQUISITI DI ACCESSO

Laurea in psicologia e lauree umanistiche e lauree umanistiche.

OBIETTIVO DEL MASTER

Il Master si propone di formare una figura professionale con competenze specifiche per saper interpretare le dinamiche psicologiche della moda, e in grado di passare dalle competenze psicologiche alla performance.

L'obiettivo del Master è analizzare la moda come un linguaggio che collega corpo e psiche, immagine e identità, individuo e società, svelando il transfert seduttivo della moda.

Una delle finalità principali è quella di favorire una visione inclusiva della moda e della

bellezza, intesa come espressione del valore della persona e non come conformità agli stereotipi estetici o alle regole rigide.

COMPETENZE FORNITE

Il Master si propone di fornire le competenze necessarie per iniziare a lavorare con la psicologia della moda, sia nella consulenza individuale che in quella aziendale.

Fornisce una formazione completa sulla moda, sulle sue dinamiche psicologiche (individuali e sociali), sui metodi e sulle tecniche per interpretarla e sui modi di proporsi nel mercato del lavoro.

PROFILO IN USCITA

Esperto in psicologia della moda e dell'immagine, con competenze

specifiche per intervenire sui significati profondi del rapporto con la moda.

IMPOSTAZIONE GENERALE DEL MASTER

Questo master punta ad una lettura multidisciplinare dei principali fenomeni della moda, con particolare attenzione agli strumenti pratici necessari per lavorare nel campo della psicologia della moda.

Il Master è strutturato in 3+1 aree: Psicologia, Moda e Comunicazione, Marketing più un'area Interdisciplinare con materie di approfondimento a scelta.

Struttura del Master



AREA PSICOLOGIA

Questa area mira a fornire competenze per lavorare concretamente sulla psicologia della moda, analizzando il linguaggio inconscio espresso attraverso la moda.

Parte dalle teorie per arrivare a definire gli strumenti pratici/applicativi di lavoro.

Alla fine dei corsi di questa area i partecipanti avranno:

Sviluppo conoscenze: sui significati psicologici di abiti, accessori e colori, sulle dinamiche psicologiche della moda, sui diversi modi per vedere la bellezza, sulle teorie di riferimento e le tecniche;

Acquisito metodi: per analizzare il rapporto con la moda e con la bellezza, utilizzare test e strumenti di analisi, fare un piano di sviluppo e gestire un colloquio di psicologia della moda;

Sviluppo competenze: per supportare il cliente nel percorso di consapevolezza di sé e di valorizzazione di un'immagine che esprima l'identità e il vero sé; per gestire i colloqui di Fashion Therapy/Fashion coaching promuovendo autostima ed empowerment.

AREA MODA E COMUNICAZIONE

Questa area mira a fornire conoscenze relative alla moda, dalla storia della moda, alle tendenze attuali, allo styling.

Alla fine dei corsi di questa area i partecipanti avranno:

Sviluppo conoscenze: sulle tecniche di valorizzazione dell'immagine personale, in particolare sulla scelta e l'uso dei colori secondo i principi di colorimetria e analisi del colore (armocromia) e sulla scelta dei capi in base a forme, volumi, modelli e stile. Sulla cultura moda e costume.

Acquisito metodi: per analizzare le caratteristiche fisiche delle persone in un'ottica di valorizzazione, utilizzare test di analisi cromatica e morfologica, stabilire un piano di accompagnamento e gestire una consulenza d'immagine

Sviluppo competenze: per accompagnare il cliente nel percorso di valorizzazione di sé attraverso abiti e immagine e nell'acquisizione di consapevolezza dell'impatto del suo aspetto e delle sue scelte sulla sua comunicazione intra et interpersonale.

AREA MARKETING

Quest'area mira a fornire le competenze necessarie a muoversi come psicologi della moda nel mondo del lavoro, dal marketing di sé, all'utilizzo dei social, ai diversi modi per comunicare il proprio ruolo.

Alla fine dei corsi di questa area i partecipanti avranno:

Sviluppo conoscenze: sui principi di marketing e strategia finalizzati all'avvio e alla gestione duratura di un'attività di successo. Sul personal branding e sulla promozione del proprio marchio personale.

Acquisito metodi: per analizzare le proprie caratteristiche come professionista, per valutare il proprio target di clientela e per stabilire una proposta di valore che il cliente percepisca come ideale per sé.

Sviluppo competenze: per stabilire il proprio piano di strategia e comunicazione al fine di promuovere la propria professionalità in modo coerente con le proprie competenze e servizi offerti.

AREA INTERDISCIPLINARE

Quest'area, che si compone di numerose proposte formative tra le quali lo studente è libero di scegliere le 3 materie di sua preferenza, mira a fornire una visione d'insieme delle aree precedenti, permettendo allo studente di acquisire un approccio di più larghe vedute e di interconnessione tra discipline.



“La bellezza, nel suo significato più essenziale, rappresenta l'armonia degli elementi.”

- Alexander Lowen -

Faculty



■ Responsabile della didattica del Master: **Dott.ssa Paola Pizza**

■ Responsabile dell'organizzazione del Master: **Dott.ssa Valeria Viero**



PAOLA PIZZA

Psicologa della moda, specializzata in Psicologia Sociale Analitica di Gruppo.

È formatrice, consulente aziendale e coach individuale. Ha contribuito a diffondere la psicologia della moda in Italia, iniziando ad insegnare questa materia nel 1992.

È stata professore a contratto alla Facoltà di Scienze Politiche dell'Università di Firenze dove ha insegnato Psicologia Sociale e Teoria e tecniche del colloquio psicologico, e al Polimoda dove, per oltre 20 anni, ha insegnato Psicologia della moda, Psicologia dei consumi di moda, Psicologia della vendita. Con i suoi corsi ha formato molte psicologhe della moda, consulenti di moda, blogger, manager e imprenditrici.

È stata intervistata da varie riviste di moda, trasmissioni TV e radiofoniche.

È autrice dei volumi, *L'ottimismo nella vendita*, FrancoAngeli, 2004; *Psicologia sociale della moda*, QuiEdit, 2010; *Abiti e tacchi*, QuiEdit, 2016; *Vestire l'inconscio*, Amazon Kindle, 2019; *Il coraggio di piacersi*, FrancoAngeli, 2021; e del blog www.psicologiadellamoda.com



VALERIA VIERO

Consulente in comunicazione attraverso la valorizzazione dell'immagine, interviene sia nella sfera privata, come coach personale, che in ambito aziendale e pubblico.

Dopo la laurea specialistica in Economia presso l'Università Ca'Foscari e un Master in Management presso l'ESCP Europe di Parigi, ha fatto esperienza in alcune grandi aziende internazionali della cosmetica e della moda, tra le quali il gruppo L'Oréal ed il gruppo OTB, (Diesel).

Ha fondato ESR Italia, la prima scuola italiana ad offrire un diploma di livello EQF 6 nell'ambito della consulenza d'immagine.

È membro dell'Associazione Internazionale Consulenti d'immagine AICI ed è l'unica consulente d'immagine italiana ad aver ottenuto la prestigiosa certificazione AICI CIP.

È autrice del volume *L'immagine parla di te*, Wide edizioni, 2020 e del blog www.valerioviero.com



RODOLFO BARGELLI

Storico dell'Arte, studia le relazioni tra Arte e Moda come parte della Storia del Costume. Si occupa di Disegno per la Moda e Storia dell'Illustrazione di Moda.

Ha insegnato all'Università degli Studi di Firenze, al Polimoda, presso la sede distaccata del FIT di New York e alla Royal Danish Academy of Fine Arts di Copenhagen.

Le sue materie di insegnamento sono: History of Fashion, Stile/Storia dell'Arte e del Costume, Fashion Semiotics e Fashion Illustration.



ORAZIO LO PRESTI

Trend setter, Direttore Artistico e docente di Fashion Trends e Design al LABA – Libera Accademia Belle Arti di Firenze.

Ha diretto progetti di Fashion trend per E.F.D.(European Fashion Designers), A.I.S (Associazione Italiana Stilisti) e ha tenuto molti seminari e conferenze di Cool Hunting. Ha collaborato come docente con Valentino, F.I.T. – Fashion Institute of Technology, Polimoda, Bunka College Osaka, Facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Firenze. È stato designer del Magazine Obiettivo Moda.



MICHAELA K. BELLISARIO

Giornalista e scrittrice, lavora per Io Donna, il femminile del Corriere della Sera dove si occupa di costume e della rubrica *Il royal look del giorno*.

È ambassador culturale del brand Carattere per cui organizza talk sul rapporto tra moda e empowerment femminile.

È autrice di diversi libri tra cui: *Guida turistica per fashion victim*, Morellini, 2008; *Glam a 40 anni*, Morellini, 2016, *Felici a 50 anni. E se fosse una golden age?* (con Claudia Rabellino Becce), Morellini, 2019.



STEFANIA RICCI

Storica dell'Arte, dal 1995 è direttore del Museo Salvatore Ferragamo e responsabile degli eventi culturali nel mondo.

Dal 2013 è direttore della Fondazione Ferragamo. Ha curato molte mostre e cataloghi tra cui *Audrey Hepburn. Una donna, lo stile*, Leonardo Arte, 1999; *Evolving Legend Salvatore Ferragamo 1928-2008*, Skira, 2009, *Greta Garbo. Il mistero dello stile*, Skira, 2010, *Marilyn*, Skira, 2012; *Il calzolaio prodigioso*, Skira, 2013; *Equilibrium*, Skira, 2014; *Un Palazzo e la Città*, Skira, 2015, *Tra Arte e Moda, Mandragora*, 2016; *1927. Il Ritorno in Italia*, Skira, 2017; *L'Italia a Hollywood*, Skira, 2018; *Sustainable Thinking*, Electa, 2019.



CRISTINA CHIARELLA

Make-up artist professionista e consulente in comunicazione attraverso la valorizzazione dell'immagine, interviene sia nella sfera privata come coach, sia presso aziende ed organizzazioni. Ha una laurea specialistica in Comunicazione e multimedia e ha impostato il suo percorso professionale sui principi fondamentali dell'etica e della dimensione estetica.



GAIA VICENZI

Psicologa, psicoterapeuta e sessuologa. Ha iniziato a svolgere attività clinica nel 2000. Nel 2008 ha conseguito un dottorato in Psicologia e nel 2018 è diventata sessuologa clinica.

Ha approfondito il tema dell'abbigliamento come strumento di cura del benessere psicologico. È autrice del volume *L'abito non mente*, Foschi, 2018.



FRANCESCA ZANETTE

Brand designer, si occupa come consulente di strategie marketing e contenuti di copywriting, fotografia e visual design. Ha ricoperto i ruoli di Product Manager e Marketing Manager presso aziende multinazionali.

Segue il processo di ideazione e sviluppo di nuovi prodotti e servizi, nonché la definizione del relativo piano marketing e di comunicazione per il lancio sul mercato.

È autrice del blog www.francescazanette.com.



CHRISTOPH HELFERICH

Psicologo, psicoterapeuta, supervisore e analista didatta della Società Italiana di Analisi Bioenergetica (S.I.A.B.) fondata da Alexander Lowen.

È condirettore della rivista *Corpo & Identità*.

È autore di vari volumi tra i quali: *La vita buona. La ricerca esistenziale tra filosofia e psicoterapia corporea*, Armando, 2004; *Due animali in una stanza. Diario di un incontro*, FrancoAngeli, 2008; *Il corpo vissuto. La cura di sé nell'analisi bioenergetica*. Alpes Italia, 2018.



ALESSANDRA MARCAZZAN

Psicologa, psicoterapeuta, socia dell'Istituto Minotauro, docente presso la Scuola di Specializzazione ARPAd – Minotauro di Milano. Svolge attività di ricerca, formazione e clinica nell'area dell'immagine corporea femminile e dei disturbi del comportamento alimentare.

È autrice, insieme a Gustavo Pietropolli Charmet, del volume *Piercing e tatuaggi. Manipolazioni del corpo in adolescenza*, FrancoAngeli, 2000.



PIERO TOMMASO ROLANDO

Psicologo, psicoterapeuta, supervisore, analista didatta della Società Italiana di Analisi Bioenergetica (S.I.A.B.), membro dell'Ilba (International Institute for Bioenergetic Analysis).

Si dedica prevalentemente al lavoro clinico di analisi individuale e all'insegnamento dell'Analisi Bioenergetica (Alexander Lowen). Recentemente ha pubblicato l'articolo "Il modello bioenergetico loweniano. Una rivisitazione critica", in "Corpo & Identità" n.1/2020.-



DIEGO MISCIOSCIA

Psicologo, psicoterapeuta, socio fondatore dell'Istituto Minotauro. Insegna "Psicologia dei processi simbolici e delle motivazioni" presso la scuola di Specializzazione in psicoterapia Minotauro.

È autore di diversi articoli e pubblicazioni, tra cui *Miti affettivi e cultura giovanile*, FrancoAngeli, 1999; *I valori degli adolescenti*, FrancoAngeli, 2021, *Scritti scelti di Franco Fornari*, Raffaello Cortina, 2011.



METODOLOGIA DIDATTICA

Le lezioni di ogni area si alternano in modalità sincrona e asincrona, in e-learning.

I metodi didattici sono mirati ad una formazione di qualità che passi dai contenuti alla messa in pratica dell'apprendimento.

Alle lezioni si alterneranno i metodi di Progetto, di Ricerca sul campo e di Laboratorio esperienziale (con esercitazioni, test, gruppi di lavoro).

Per ogni corso saranno fornite dispense didattiche e bibliografia di approfondimento.



METODI DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

Progetti finali per i corsi di base, e tesi/progetto di fine percorso basata sull'analisi multidisciplinare di un caso reale.



DURATA

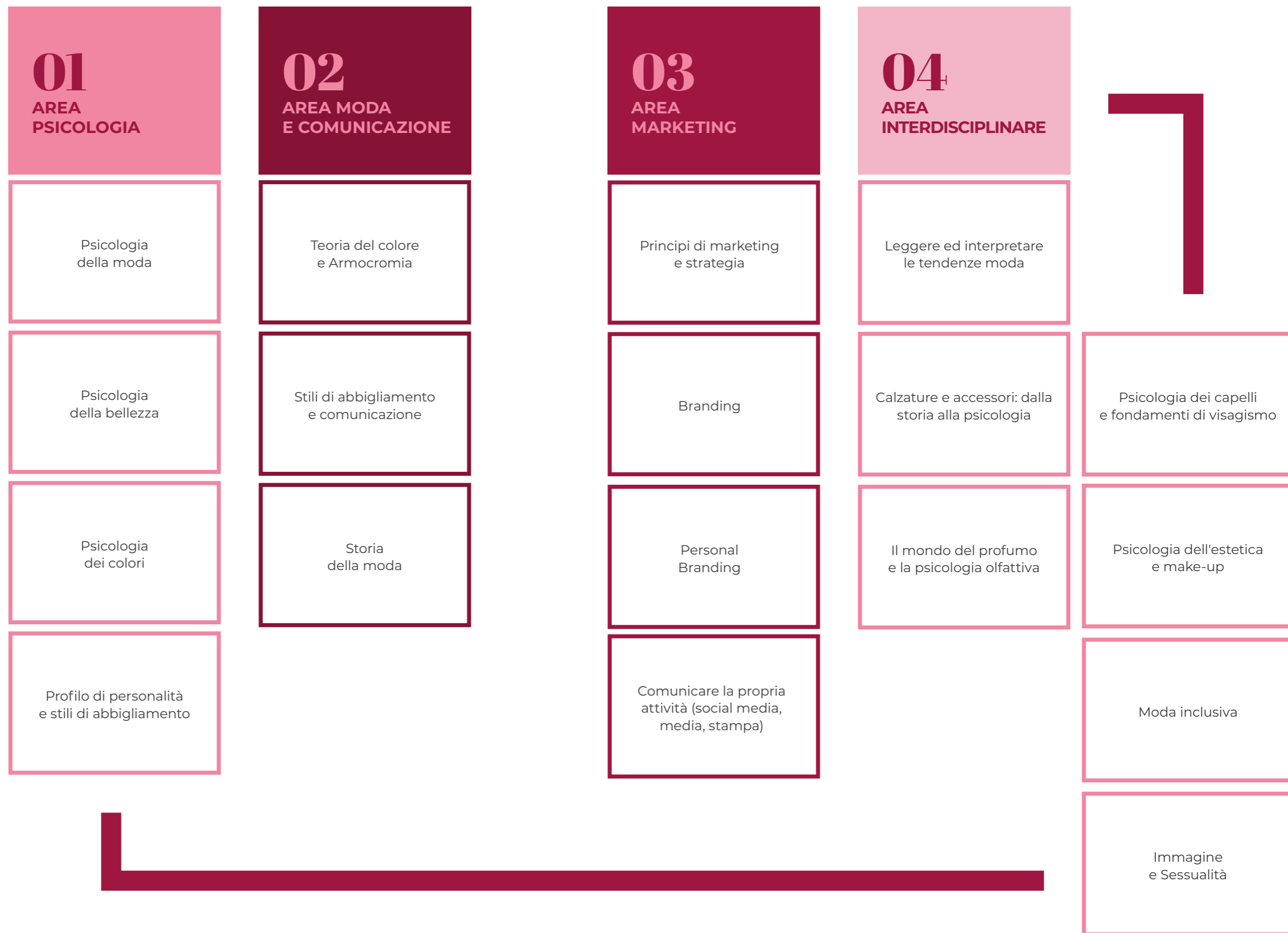
2 semestri.

Nel primo semestre saranno affrontate le materie di base, nel secondo semestre le materie di approfondimento, i focus di ricerca, la tesi/progetto di fine percorso.

“
**Sappi prima
di tutto chi sei,
e ornati
di conseguenza**

- Epitteto -





“
**Il vestito è il corpo
del corpo e dà un'idea
delle disposizione
dell'anima**”

- Erasmo da Rotterdam -





Ecole Supérieure de Relooking

tel. +39 347 976 8031

info@esritalia.com

www.esritalia.com