

## **I° MODULO**

**Prof. Malgorzata Biniecka**  
**Scienze della Moda e del Costume**

Programma dell'insegnamento 2014/2015

**Tecnologie e Qualità I - (Materiali preziosi: tecnologie, certificazione, o Merceologia I)(6 crediti)**

Settore SECS/P-13

LT ( I semestre)

Prof. Malgorzata Biniecka

1. Settori di lusso "Made in Italy"
2. Oro ed industria orafa-gioielliera: oro-giacimenti, funzioni, caratteristiche chimico-fisiche, titolazione; distretti orafa-gioiellieri
3. Gemme: norme UNI
4. Valutazione tecnico-economica della gemma tramite appropriate tecnologie e strumenti
5. Diamante: giacimenti, lavorazione, valutazione; applicazioni del diamante sintetico
6. Corindone: rubino e zaffiro-giacimenti, caratteristiche
7. Berilli: smeraldo, acquamarina-giacimenti, caratteristiche
8. Gemme d'origine organica: perla, corallo ambra
9. Valore materiale ed immateriale del gioiello

### Obiettivi formativi

L'insegnamento prende in considerazione il settore orafa-gioielliero; i prodotti delle imprese orafa-gioielliere generano oltre il forte valore economico, anche quello culturale, estetico, semantico ed etico. L'obiettivo dell'insegnamento è individuare sia valori materiali del prodotto (valore economico delle materie prime, valore economico-tecnologico della progettazione, del processo produttivo e del prodotto finito, costi della gestione di qualità, comunicazione, distribuzione, servizi, etc.) che quelli non materiali (valore culturale, storico, estetico, semantico, etico, etc.) per poter offrire al consumatore il prodotto di qualità che comunica l'emozione, la bellezza, la sicurezza.

L'insegnamento approfondisce inoltre, il concetto di lusso nel settore orafa-gioielliero relativo allo sviluppo economico-tecnologico-sociale.

### Testi da consultare

M. Biniecka, Le dispense, Gemme e Oro, ed CNR, 2008, P. Crestanello, G. Toschi, I cambiamenti organizzativi nell'industria orafa, Mimeo, 2006, G. Marinozzi, A. Tartaglia, Il lusso...Magia e marketing, ed. F. Angeli, Milano, 2006.

Le lezioni: I semestre

Ricevimento: Mercoledì 11,30-12,30

Course itinerary 2014/2015

**Precious materials: technologies, certification (6 credits)**

**2011/2012 - Technologies and Quality I – (Precious materials: technologies, certification or Commodity Science I) (6 credits)**

Sector SECS/P-13

LT (1<sup>st</sup> semester)

Prof. Malgorzata Binięcka

1. Made in Italy luxury industries
2. Gold and gold-jewellery industry: gold mines, functions, chemical-physical properties, titration methods, gold-jewellery markets.
3. Gemstones: UNI regulations
4. Technical-economical evaluation of gemstones using industry-standard technologies and tools.
5. Diamond: mines, processing, evaluation; synthetic diamond applications.
6. Corundum: ruby and sapphire-mines, properties
7. Beryl; emerald, aquamarine-mines, properties
8. Organic gemstones: pearl, coral, amber
9. Tangible and intangible value of jewellery

### Course objectives

The course takes into account fashion related gold-jewellery industry and market; gold-jewellery industries' products generate a strong economic value, as well as cultural, esthetic, semantic and ethical. The objective of this course is to identify both tangible values of products (raw materials value, research and development economic and technological value, final product and manufacturing values, QM costs, marketing, distribution, services, etc.) and intangible values (cultural, esthetic, semantic, ethical, etc.) that allows the marketing of quality products to the consumer that carry emotions, beauty and self-esteem.

The course will also identify the concepts of luxury in the gold-jewellery sector relative to the economical-technological-social developments.

### Bibliography

M. Binięcka, Lecture, P. Crestanello, G. Toschi, I cambiamenti organizzativi nell'industria orafa, Mimeo, 2006, G. Marinozzi, A. Tartaglia, Il lusso...Magia e marketing, ed. F. Angeli, Milano, 2006.

Le lezioni

**Ricevimento:** Mercoledì ore 11,30-12,30

## II° MODULO

### **Prof. Malgorzata Biniecka** **Scienze della Moda e del Costume**

Programma dell'insegnamento 2014/2015

#### **Tecnologie e Qualità II (Moda e cosmesi: i marchi del lusso o Merceologia II)** **(6 crediti)**

Settore SECS/P-13

LT ( I semestre)

Prof. Malgorzata Biniecka

1. Lusso: evoluzione storica, extralusso e accessibilità, marchio, comunicazione, mercato
2. Settori di lusso
3. Cosmesi, settore di lusso
4. Legge del settore cosmetico: definizione, etichettatura.
5. Funzioni e forme cosmetiche
6. Ingredienti di base, funzionali, additivi
7. Sostanze naturali della pelle: acido ialuronico, ceramidi
8. Prodotti da trucco preziosi
9. Profumo: storia, famiglie olfattive, struttura , mercato
10. Valore materiale ed immateriale dei prodotti di bellezza

#### Obiettivi formativi

L'insegnamento prende in considerazione il settore cosmetico-profumiero; i prodotti delle imprese cosmetico-profumiere generano oltre il forte valore economico, anche quello culturale, estetico, semantico ed etico. L'obiettivo dell'insegnamento è individuare sia valori materiali del prodotto (valore economico delle materie prime, valore economico-tecnologico della progettazione, del processo produttivo e del prodotto finito, costi della gestione di qualità, comunicazione, distribuzione, servizi, etc.) che quelli non materiali (valore culturale, estetico, semantico, etico, etc.) per poter offrire al consumatore il prodotto di qualità che comunica l'emozione, la bellezza, la sicurezza.

L'insegnamento approfondisce inoltre, il concetto di lusso nel settore della cosmesi relativo allo sviluppo economico-tecnologico-sociale.

#### Testi da consultare

M. Biniecka, Le dispense, La civiltà del profumo, ed CNR, 2009, G. Marinozzi, A. Tartaglia, Il lusso...Magia e marketing, ed. F. Angeli, Milano, 2006, A. Semprini, La Marca, ed. F. Angeli, Milano, 2003.

Le lezioni: I semestre

**Ricevimento:** Mercoledì ore 11,30-12,30

Course itinerary 2014/2015

**Fashion and Cosmetics; luxury brands (6 credits)**

**2013/2014 – Technologies and Quality II (Fashion and Cosmetics; luxury brands or Merceologia II) (6 credits)**

Sector SECS/P-13

LT (1<sup>st</sup> semester)

Prof. Malgorzata Biniecka

1. Luxury: historic evolution, ultra-luxury and accessibility, branding, communication, marketing.
2. Luxury industries
3. Cosmetics, luxury industry.
4. Cosmetics regulations: definitions, labelling
5. Cosmetics classification and preparation
6. Base ingredients, functional, additives
7. Skin natural chemicals: hyaluronic acid, ceramides
8. Luxury cosmetics products
9. Perfumes: history, olfactory compounds, properties, markets
10. Tangible and intangible value of cosmetics products

### Course objectives

The course takes into account fashion related cosmetics industry and market; cosmetics industries' products generate a strong economic value, as well as cultural, esthetic, semantic and ethical. The objective of this course is to identify both tangible values of products (raw materials value, research and development economic and technological value, final product and manufacturing values, QM costs, marketing, distribution, services, etc.) and intangible values (cultural, esthetic, semantic, ethical, etc.) that allows the marketing of quality products to the consumer that carry emotions, beauty and self-esteem.

The course will also identify the concepts of luxury cosmetics sector relative to the economical-technological-social developments.

### Bibliography

M. Biniecka, Lecture, La civiltà del profumo, ed CNR, 2009, G. Marinozzi, A. Tartaglia, Il lusso...Magia e marketing, ed. F. Angeli, Milano, 2006, A. Semprini, La Marca, ed. F. Angeli, Milano, 2003.

Le lezioni I semestre

**Ricevimento:** Mercoledì ore 11,30-12,30

Programma dell'insegnamento 2014/2015

**Tecnologie e Qualità I, II (12 crediti)**

Settore SECS/P-13

LT ( I semestre)

**Prof. Malgorzata Biniecka**

1. Lusso: evoluzione storica, extralusso e accessibilità, marchio, comunicazione, mercato
2. Settori di lusso "Made in Italy"
3. Oro ed industria orafa-gioielliera: oro-giacimenti, funzioni, caratteristiche chimico-fisiche, titolazione; distretti orafa-gioiellieri
4. Gemme: norme UNI
5. Valutazione tecnico-economica della gemma tramite appropriate tecnologie e strumenti
6. Diamante: giacimenti, lavorazione, valutazione; applicazioni del diamante sintetico
7. Corindone: rubino e zaffiro-giacimenti, caratteristiche
8. Berilli: smeraldo, acquamarina-giacimenti, caratteristiche
9. Gemme d'origine organica: perla, corallo ambra
10. Valore materiale ed immateriale del gioiello
11. Cosmesi, settore di lusso
12. Legge del settore cosmetico: definizione, etichettatura.
13. Funzioni e forme cosmetiche
14. Ingredienti di base, funzionali, additivi
15. Sostanze naturali della pelle: acido ialuronico, ceramidi
16. Prodotti da trucco preziosi
17. Industria del profumo: storia, famiglie olfattive, struttura, mercato, comunicazione, distribuzione
18. Valore materiale ed immateriale dei prodotti di bellezza

#### **Obiettivo dell'insegnamento**

L'insegnamento prende in considerazione i seguenti settori: cosmetico-profumiero ed orafa-gioielliero; i prodotti di queste imprese generano oltre il forte valore economico, anche quello culturale, estetico, semantico ed etico.

L'obiettivo dell'insegnamento è individuare sia valori materiali del prodotto (valore economico delle materie prime, valore economico-tecnologico della progettazione, del processo produttivo e del prodotto finito, costi della gestione di qualità, comunicazione, distribuzione, servizi, etc.) che quelli non materiali (valore culturale, estetico, semantico, etico, etc.) per poter offrire al consumatore il prodotto di qualità che comunica l'emozione, la bellezza, la sicurezza.

L'insegnamento approfondisce inoltre, il concetto di lusso sia nel settore della cosmesi che nel comparto orafa-gioielliero in relazione allo sviluppo economico-tecnologico-sociale.

Testi da consultare: M. Biniecka, Dispense, La civiltà del profumo, ed. CNR., 2009, P. Crestanello, G. Toschi, I cambiamenti organizzativi nell'industria orafa, Mimeo, 2006, G. Marinozzi, A. Tartaglia, Il lusso... Magia e marketing, ed. F. Angeli, Milano, 2006, A. Semprini, La Marca, ed. F. Angeli, Milano, 2003.

#### **Course objectives**

The course takes into account fashion related cosmetics and gold-jewellery industry and market; cosmetics and gold – jewellery industries' products generate a strong economic value, as well as cultural, esthetic, semantic and ethical. The objective of this course is to identify both tangible values of products (raw materials value, research and development economic and technological value, final product and manufacturing values, QM costs, marketing, distribution, services, etc.) and intangible values (cultural, esthetic, semantic, ethical, etc.) that allows the marketing of quality products to the consumer that carry emotions, beauty and self-esteem.

The course will also identify the concepts of luxury cosmetics and gold-jewellery sectors relative to the economical-technological-social developments.

Bibliography: M. Biniecka, Lecture, la civiltà del profumo, ed.2009, 2009, P. Crestanello, G. Toschi, I cambiamenti organizzativi nell'industria orafa, Mimeo, 2006, G. Marinozzi, A. Tartaglia, Il lusso...Magia e marketing, ed. F. Angeli, Milano, 2006, A. Semprini, La Marca, ed. F. Angeli, Milano, 2003.

Le lezioni I semestre

**Ricevimento:** Mercoledì ore 11,30-12,30



**RICHIESTA OBIETTIVI FORMATIVI A.A. 2011-12**

<b>CdS</b>	Scienze della moda e del costume
<b>Classe</b>	L-3
<b>Codice del CdS</b>	15907

<b>Insegnamento</b>	Tecnologie e Qualità I
<b>Codice insegnamento</b>	1036194
<b>SSD</b>	SECS-P/13
<b>N° CFU</b>	6
<b>Anno di corso</b>	III
<b>Semestre</b>	I
<b>Obiettivi formativi (in italiano)</b>	<p>L'insegnamento prende in considerazione il settore orafa-gioielliero; i prodotti delle imprese orafa-gioielliere generano oltre il forte valore economico, anche quello culturale, estetico, semantico ed etico.</p> <p>L'obiettivo dell'insegnamento è individuare sia valori materiali del prodotto (valore economico delle materie prime, valore economico-tecnologico della progettazione, del processo produttivo e del prodotto finito, costi della gestione di qualità, comunicazione, distribuzione, servizi, etc.) che quelli non materiali (valore culturale, storico, estetico, semantico, etico, etc.) per poter offrire al consumatore il prodotto di qualità che comunica l'emozione, la bellezza, la sicurezza.</p> <p>L'insegnamento approfondisce inoltre, il concetto di lusso nel settore orafa-gioielliero relativo allo sviluppo economico-tecnologico-sociale.</p>
<b>Obiettivi formativi (in inglese)</b>	<p>The course takes into account fashion related gold-jewellery industry and market; gold-jewellery industries' products generate a strong economic value, as well as cultural, esthetic, semantic and ethical. The objective of this course is to identify both tangible values of products (raw materials value, research and development economic and technological value, final product and manufacturing values, QM costs, marketing, distribution, services, etc.) and intangible values (cultural, esthetic, semantic, ethical, etc.) that allows the marketing of quality products to the consumer that carry emotions, beauty and self-esteem.</p> <p>The course will also identify the concepts of luxury in the gold-jewellery sector relative to the economical-technological-social developments.</p>

**Legenda**

**Insegnamento** = Riportare la denominazione dell'insegnamento così come compare nel manifesto



**RICHIESTA OBIETTIVI FORMATIVI A.A. 2013/14**

<b>CdS</b>	Scienze della moda e del costume
<b>Classe</b>	L-3
<b>Codice del CdS</b>	15907

<b>Insegnamento</b>	Tecnologie e Qualità I- II
<b>Codice insegnamento</b>	1036469
<b>SSD</b>	SECS-P/13
<b>N° CFU</b>	12
<b>Anno di corso</b>	III
<b>Semestre</b>	I
<b>Obiettivi formativi (in italiano)</b>	<p>L'insegnamento prende in considerazione i seguenti settori: cosmetico-profumiero ed orafo-gioielliero; i prodotti di queste imprese generano oltre il forte valore economico, anche quello culturale, estetico, semantico ed etico. L'obiettivo dell'insegnamento è individuare sia valori materiali del prodotto (valore economico delle materie prime, valore economico-tecnologico della progettazione, del processo produttivo e del prodotto finito, costi della gestione di qualità, comunicazione, distribuzione, servizi, etc.) che quelli non materiali (valore culturale, estetico, semantico, etico, etc.) per poter offrire al consumatore il prodotto di qualità che comunica l'emozione, la bellezza, la sicurezza.</p> <p>L'insegnamento approfondisce inoltre, il concetto di lusso sia nel settore della cosmesi che nel comparto orafo-gioielliero in relazione allo sviluppo economico-tecnologico-sociale.</p>
<b>Obiettivi formativi (in inglese)</b>	<p>The course takes into account fashion related cosmetics industry-market, and gold-jewellery industry-market; cosmetics and gold-jewellery industries' products generate a strong economic value, as well as cultural, esthetic, semantic and ethical. The objective of this course is to identify both tangible values of products (raw materials value, research and development economic and technological value, final product and manufacturing values, QM costs, marketing, distribution, services, etc.) and intangible values (cultural, esthetic, semantic, ethical, etc.) that allows the marketing of quality products to the consumer that carry emotions, beauty and self-esteem.</p> <p>The course will also identify the concepts of luxury cosmetics and gold-jewellery sectors relative to the economical-technological-social developments.</p>



