

Executive Master

MASTER in FASHION MANAGEMENT

Management, Marketing, Comunicazione, Vendite e Business Law nella Moda

In aula Milano dal 05/11/2016

MILANO - Programma Dettagliato delle Lezioni

Modulo: STORIA E CONTESTO

Storia e contesto attuale della moda

Lezione 1 , Sabato 05/11/2016 (mattina)

Il background

- Definizione della moda
- Storia della moda (focus su moda Italiana)

Lezione 2 , Sabato 05/11/2016 (pomeriggio)

Le figure professionali e i settori della moda

- Le figure professionali (Brand Manager, Product Manager, Creative Director, Fashion Designer, Fashion Stylist, Visual Merchandiser, Account Executive, Export Manager, ecc.)
- Dall'Alta Moda al Prêt à Porter

Lezione 3 , Sabato 12/11/2016 (mattina)

Scenario del mercato della moda

- Analisi dei mercati italiani ed internazionali
- La moda come eccellenza italiana
- Il Made in Italy
- Focus mercati emergenti

Lezione 4 , Sabato 12/11/2016 (pomeriggio)

Sistema e filiera moda

- Come si realizza una collezione
- Dall'ideazione, all'approvvigionamento ed allo sviluppo del prodotto

Lezione 5 , Sabato 19/11/2016 (mattina)

La pianificazione del business

- Pianificazione d'Impresa
- Business Plan: linee generali e peculiarità del settore fashion
- Trend Forecasting
- Previsioni vendite

Lezione 6 , Sabato 19/11/2016 (pomeriggio)

La pianificazione del business (Parte 2)

- Analisi e scelta degli obiettivi
- Politiche e strategie da attivare
- Controllo del piano

Modulo: IL MARKETING

Brand Management, Marketing e Comunicazione

Lezione 7 , Sabato 26/11/2016 (mattina)

Brand Identity

- Definizione di Brand Identity
- Nuovi brand e stilisti affermati
- Equilibrio tra identità stilistica, innovazione e tendenza

Lezione 8 , Sabato 26/11/2016 (pomeriggio)

Brand Identity (Parte 2)

- Ricerca e definizione della propria Brand Identity
- **Case studies**

Lezione 9 , Sabato 03/12/2016 (mattina)

Pianificazione marketing

- Fashion Marketing Mix
- Segmentazione e Posizionamento: elementi generali
- Esercitazioni su segmentazione e posizionamento nel settore fashion
- Il comportamento del consumatore

Lezione 10 , Sabato 03/12/2016 (pomeriggio)

Il Pricing

- Il pricing come leva di Marketing
- Metodologie di pricing
- **Case studies** in ambito fashion
- **Esercitazione in aula**

Lezione 11 , Sabato 17/12/2016 (mattina)

La brand communication

- La comunicazione del brand
- Brand Extensions, verticali ed orizzontali
- La politica di comunicazione e promozione

Lezione 12 , Sabato 17/12/2016 (pomeriggio)

La brand communication (Parte 2)

- Media e new Media
- Testimonials
- Campagne di successo
- La sfilata

Lezione 13 , Sabato 14/01/2017 (mattina)

Il piano di Marketing di un'azienda di moda

- Il controllo budgetario
- Il controllo dei costi
- Efficacia del marketing
- Efficacia della comunicazione
- Controllo della domanda

Lezione 14 , Sabato 14/01/2017 (pomeriggio)

Il piano di Marketing di un'azienda di moda (Parte 2)

- **Esercitazione in aula**: costruzione di un piano di Marketing nel segmento fashion

Modulo: LE VENDITE

Fashion Sales Management

Lezione 15 , Sabato 21/01/2017 (mattina)

La scelta del giusto sistema distributivo (Parte 2)

- Flagship stores
- **Case studies**
- **Discussione in aula**

Lezione 16 , Sabato 21/01/2017 (pomeriggio)

La scelta del giusto sistema distributivo

- La distribuzione diretta
- La distribuzione indiretta
- La distribuzione mista
- La distribuzione intensiva
- La distribuzione esclusiva
- La distribuzione selettiva
- La distribuzione per il mercato globale
- Alleanze distributive: consorzio e joint venture commerciale

Lezione 17 , Sabato 28/01/2017 (mattina)

La logistica

- Lo stoccaggio
- Spedizione, consegna, trasporto

Lezione 18 , Sabato 28/01/2017 (pomeriggio)

Online stores e e-commerce

- Il commercio on line: vantaggi e limiti
- Le strategie di posizionamento online
- La gestione dell'e-commerce

Lezione 19 , Sabato 04/02/2017 (mattina)

Il post vendita

- Rapporti con la clientela
- Strategie di fidelizzazione
- Il CRM per competere

Lezione 20 , Sabato 04/02/2017 (pomeriggio)

La vendita

- Elementi di recruiting per il personale di negozio
- La formazione del personale: tecniche di vendita
- La gestione visual del negozio

Modulo: FASHION LAW

Contratti e aspetti legali della moda

Lezione 21 , Sabato 11/02/2017 (mattina)

I contratti della Moda (Parte 2)

- Co-branding
- Franchising
- Merchandising

Lezione 22 , Sabato 11/02/2017 (pomeriggio)

I contratti della Moda

- Introduzione
- La Governance nelle società di moda
- Contratti di Agenzia
- Subfornitura nelle attività produttive
- Contratti di Distribuzione

Lezione 23 , Sabato 18/02/2017 (mattina)

La tutela della proprietà intellettuale nella Moda&Lusso; (Parte 2)

- Il diritto d'autore.
- Prevenzione e repressione penale della contraffazione: tra tutela del consumatore e tutela del marchio
- La concorrenza sleale
- Il segreto industriale
- Il know-how
- Normativa antitrust
- Difesa giudiziaria e misure:
 - misure cautelari;
 - mezzi conservativi;
 - processo di merito;
 - tutela doganale;
 - determinazione del danno;
 - misure di riparazione;
 - banca dati Darts – IP;

Lezione 24 , Sabato 18/02/2017 (pomeriggio)

La tutela della proprietà intellettuale nella Moda&Lusso;

- Introduzione: la IP nella Moda
- Disegni e modelli registrati
 - disciplina nazionale;
 - disciplina comunitaria;
 - disciplina internazionale;
- I segni distintivi: il marchio
 - marchio nazionale;
 - marchio comunitario;
 - marchio internazionale;
 - marchio di fatto;
- Segue: altri segni distintivi
 - ditta;
 - insegna;
 - altri;
- La tutela del Made in Italy

Lezione 25 , Sabato 25/02/2017 (mattina)

Le sfilate di Moda

- Introduzione
- Assicurazioni per l'alta moda
- Le foto dei défilés e problematiche giuridiche
- I contratti delle modelle
- Le nuove problematiche giuridiche:
 - performances;
 - sfilate video;
 - altre;

Lezione 26 , Sabato 25/02/2017 (pomeriggio)

Il mondo della moda e il diritto del lavoro

- I contratti di lavoro della Moda in generale: peculiarità

- Contratto a tempo determinato
- Job on call
- Somministrazione di manodopera
- Collaborazioni coordinate e continuative e successive modificazioni

LA MODA SOSTENIBILE

IMPRESA MODA E GREEN ECONOMY

Lezione 27 , Sabato 04/03/2017 (mattina)

Impresa Moda e Sostenibilità

- Vincoli legislativi, dinamiche culturali, stakeholders, politiche dei brand
- I temi nell'agenda della moda sostenibile (riduzione dell'impatto ambientale delle produzioni, responsabilità sociale, animal welfare)
- Filiera integrata e ruolo della ReS: i principali attori
- Il controllo della supply chain

Lezione 28 , Sabato 04/03/2017 (pomeriggio)

Criteri per la progettazione di un capo sostenibile

- Moda e economia circolare
- Materie prime, Processi, Trend di innovazione
- Sostenibilità e modelli di business.

Lezione 29 , Sabato 11/03/2017 (mattina)

Gli strumenti per la sostenibilità

- Fattori che concorrono a disegnare il grado di sostenibilità di un prodotto
- Certificazioni di prodotto, ambientali e sociali.

Lezione 30 , Sabato 11/03/2017 (pomeriggio)

La comunicazione sostenibile

- Campagne ambientaliste e politiche dei brand
- Life Cycle Assessment (LCA)
- Come comunicare la sostenibilità (esempi).

Modulo: PROJECT WORK IN AULA: LA FASHION START-UP

Creare una fashion start up, applicare le competenze tecniche e le capacità imprenditoriali

Lezione 31 , Sabato 18/03/2017 (mattina)

Project Work 2

- Lo sviluppo della collezione
- L'approvvigionamento
- La presentazione
- L'industrializzazione
- La filiera della produzione e dell'industrializzazione

Lezione 32 , Sabato 18/03/2017 (pomeriggio)

Project Work 1

- L'idea ed il mercato
- Definisci la tua brand identity
- La pianificazione della collezione

Lezione 33 , Sabato 25/03/2017 (mattina)

Project Work 4

- Progettare e gestire il marketing e la comunicazione
- Comunicare un'identità chiara e definita

- Creare una rete di contatti
- Negoziare

Lezione 34 , Sabato 25/03/2017 (pomeriggio)

Project Work 3

- Il Business Plan
- Trovare i fondi
- Definire il budget
- Gestire i costi

Per esigenze di natura organizzativa e didattica, la Scuola si riserva la facoltà di rinviare, di modificare, così come di spostare le date delle lezioni rispetto al calendario inizialmente prestabilito. Inoltre, si riserva il diritto di modificare in ogni momento i contenuti, dei programmi ed il corpo docente al fine di perseguire miglioramenti didattici in linea con i cambiamenti di mercato e le subentrante esigenze organizzative.