



# CORSO DI FASHION MARKETING (80 Ore)

**Obiettivi:** Il corso si propone di fornire ai partecipanti una preparazione specifica in ambito fashion marketing, sia operativo che strategico e di sviluppare una comprensione integrata delle diverse tecniche disciplinari in riferimento al mercato della moda. L'acquisizione delle competenze sarà garantita da attività didattiche che favoriranno lo sviluppo di capacità analitiche, problem solving ed elaborazione di piani strategici. La figura professionale in uscita avrà le competenze necessarie per lavorare in società operanti nei settori: moda, lusso e lifestyle. Potrà muoversi nel campo del marketing, della comunicazione e degli eventi, nel brand management, nel retail, nel visual merchandising, nell'e-commerce. Sarà, infine, in grado di individuare, coordinare e attuare gli interventi volti allo sviluppo e al posizionamento di un brand nel Fashion system.

## **Modulo 1 (4h teoria - 4h pratica) *Principi di Comunicazione***

La comunicazione come processo; Modelli e funzioni della comunicazione; Comunicazione di impresa

## **Modulo 2 (8h teoria - 8h pratica) *Elementi di Marketing***

Che cosa è il marketing; Mission, Vision e Corporate Values; Struttura e architettura di un Fashion Brand; Strategic planning: gestione di un prodotto di moda; Segmentazione Domanda e Offerta del mercato del fashion (Fast Fashion vs Prêt-à-Porter)

## **Modulo 3 (8h teoria - 8h pratica) *La promozione nel Fashion***

Dal brief all'idea creativa; Visual Communication; La pubblicità della moda (Star Strategy e Media Planning); Fashion events business e consumer: le sfilate e i liveshow

## **Modulo 4 (8h teoria - 8h pratica) *La Moda sul Web***

Interattività e Strategia Multipiattaforma; Piani Editoriali e Social Media; Gli Influencers: Fashion Bloggers, Trend Setters; Cool Hunting

## **Modulo 5 (8h teoria - 8h pratica) *Il Visual Merchandising***

Il Marketing esperienziale; Aggregazione Merceologica; Area Espositiva e Layout; I Calendari Commerciali

## **Modulo 6 (4h teoria - 4h pratica) *Il Mercato del Lusso tra Etica e Business***

Charity e Moda: la Limited Edition benefica; Il mecenatismo aziendale: tra arte, moda e cultura; Le fondazioni: identità e finalità.