

CORSO DI LUXURY BRAND MANAGEMENT (120 Ore)

Obiettivi: Il corso si propone di fornire ai partecipanti una preparazione specifica negli ambiti luxury e fashion e di sviluppare una comprensione integrata delle diverse tecniche disciplinari relative ai mercati di riferimento. 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 e 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: PRINCIPI DI COMUNICAZIONE (4 TEORIA - 4 PRATICA)

- Gli assiomi della comunicazione
- Modelli e funzioni della comunicazione
- Comunicazione interna ed esterna
- Comunicazione d'impresa

MODULO 2: ELEMENTI DI MARKETING E BRAND MANAGEMENT (8 TEORIA- 8 PRATICA)

- Che cosa è il marketing
- Mission, vision e corporate values
- Struttura e architettura del fashion brand
- KPI nel fashion retail
- Analisi PEST
- Analisi del segmento fashion
- Analisi della concorrenza
- Strategic planning: gestione del marchio di moda
- Il target
- Segmentazione della domanda e dell'offerta nel mercato del fashion (fast fashion vs pret a portair)

MODULO 3: IL MARKETING DI BENI DI LUSO (8 TEORIA- 8 PRATICA)

- Definizione disciplinare
- Segmentazione dei luxury consumers
- La piramide dei bisogni degli high spender: capire i bisogni e le abitudini
- Gestione del luxury brand
- Le 7 P nel mercato del lusso
- Digital luxury marketing

MODULO 4: LA PROMOZIONE NEL FASHION (16 TEORIA-16 PRATICA)

- La comunica come generatore di valori
- Visual communication
- Le strategie creative in pubblicità
- Media planning
- Fashion events: liveshow e sfilate (gestione row, timing, allestimento)

MODULO 5: LA MODA SUL WEB (8 TEORIA - 8 PRATICA)

- La comunicazione 2.0
- Interattività e strategia multiplatforma
- Il social media marketing
- influencing marketing: la nuova frontiera del fashion

MODULO 6: IL VISUAL MERCHANDISING (8 TEORIA - 8 PRATICA)

- Marketing esperienziale
- Visual merchandising e branded storytelling
- I punti focali
- Aggregazione merceologica
- I calendari commerciali
- Area espositiva e concept store

MODULO 7: IL LUSSO TRA ETICA E BUSINESS (4 TEORIA - 4 PRATICA)

- Charity e moda: la limited edition benefica
- Filantropia e mecenatismo aziendale: il caso Cucinelli
- Le fondazioni operative e di erogazione: identità e finalità

MODULO 8 (8h teoria) *Moduli Obbligatori*

D.lgs 81/08: Salute e Sicurezza sui luoghi di lavoro (4h teoria)

Diritti e Doveri dei Lavoratori in Somministrazione (4h teoria)