

FASHION MARKETING (120 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 - Gli assiomi della comunicazione - Modelli e funzioni della comunicazione - Comunicazione interna ed esterna - Comunicazione d'impresa.

Modulo 2 (16h teoria - 16h pratica) *Elementi di Marketing*

Che cosa è il marketing - Mission, vision e valori - Struttura e architettura del fashion brand - Analisi PEST - Analisi del mercato dei prodotti 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 (16h teoria - 16h pratica) *La promozione nel Fashion*

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

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

La comunicazione 2.0 - Interattività e strategia multiplatforma - Il social media marketing - Gli influencers: fashion blogger, trend setter, cool hunter - I siti vetrina.

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

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

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.

Modulo 7 (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)