

## MASTER IN FASHION RETAIL

---

1<sup>^</sup> edizione / anno 2010

In collaborazione con:



Camera Nazionale  
della Moda Italiana

Negli ultimi anni il punto vendita è diventato il luogo fondamentale per la materializzazione della strategia del brand e per la realizzazione del processo di fidelizzazione del consumatore finale. Oggi nella distribuzione, insieme ai notevoli investimenti finanziari, si stanno concentrando crescenti conoscenze manageriali, progettuali, creative ed organizzative, all'interno di ruoli professionali interdisciplinari e non convenzionali.

Con il sostegno di:



Nelle aziende integrate a valle nel retail tali ruoli sono sempre più critici non solo per garantire una performance redditizia del canale distributivo, ma anche per indirizzare razionalmente i processi gestionali a monte (stile e prodotto, prezzi, costi e modalità produttive, servizi al punto vendita e al consumatore finale, ecc.). Oggi i negozi sono sempre meno dei semplici canali di vendita e sempre più dei luoghi esplorativi dove soddisfare un'esperienza di consumo a 360°.

Il Master in Fashion Retail ha l'obiettivo di formare le professionalità più innovative e più critiche che operano all'interno della variegata realtà della Distribuzione nel Fashion, Lusso & Lifestyle. In particolare, i profili in uscita più significativi sono in seguenti:

- > Retail Merchandiser & Buyer > definizione e selezione degli assortimenti
- > Stock e Logistic Manager > gestione integrata della merce sui punti vendita
- > Visual Merchandiser > progettazione e gestione dei layout espositivi e dell'immagine
- > Retail Area Manager > sviluppo commerciale di negozi diretti e franchising
- > Event Organizer > gestione di eventi ed esperienze sul punto vendita
- > Marketing & Customer Care > gestione e fidelizzazione del consumatore finale
- > Store Manager di Format Retail > gestione 'shop in shop', negozi mono- e multimarca; negozi diretti, in franchising, indipendenti, temporary

### TARGET

Ciascuno di tali ruoli professionali presuppone background formativi e sensibilità diverse, ma anche un comune denominatore di competenze e di strumenti professionali specifici, coerenti con le attuali esigenze della distribuzione del settore.

Il Master è quindi rivolto ai candidati in possesso di un titolo di laurea almeno triennale in design, management o comunicazione, al fine di ricreare all'interno dell'aula la compresenza di tali background formativi. Costituirà titolo preferenziale il possesso di esperienza nel settore.

Il Master potrà accogliere fino ad un massimo di 25 studenti.

Nel processo di selezione e nel corso del programma i singoli partecipanti saranno orientati ad identificare e a sviluppare i profili professionali specifici maggiormente coerenti con le loro capacità, attitudini e motivazioni.

## PROGRAMMA

Coerentemente con le finalità del corso ed i profili professionali in uscita il modello formativo prevede una serie di attività didattiche di tipo interdisciplinare, condotte dai docenti degli Atenei, che avranno soprattutto il compito di trasferire i modelli concettuali e le metodologie di lavoro più avanzati nell'ambito del Fashion Retail. Completano la Faculty del corso alcuni testimoni del mondo delle aziende e delle professionali, che apporteranno alla didattica un valore aggiunto di mesterie ed esperienze specifiche maturate in ambito Retail.

Il Master si compone delle seguenti attività formative:

- **Formazione di base** - 15 gennaio / 2 marzo 2010

Prevede lezioni frontali che forniscono una preparazione di base di tipo multidisciplinare sul settore della moda e sul contesto specifico della distribuzione. E' articolata in moduli di formazione breve che si concludono con un test di verifica. Saranno inoltre effettuati seminari di approfondimento che coinvolgono esponenti di spicco del settore.

Sono previsti i seguenti moduli:

- 1** Storia ed evoluzione della distribuzione nella moda  
Obiettivo del corso è la conoscenza delle dinamiche di evoluzione della distribuzione nella moda;
- 2** Psicosociologia del consumo e comportamento d'acquisto del consumatore  
Obiettivo del corso è la comprensione dei processi e comportamenti di acquisto del consumatore;
- 3** Canali e format della distribuzione a livello nazionale ed internazionale  
Obiettivo del corso è la conoscenza dei modelli di format distributivi nei contesti sia nazionale sia internazionale;
- 4** Merceologie e prodotti nella distribuzione della moda  
Obiettivo del corso è la comprensione delle differenti merceologie presenti all'interno dei punti vendita;
- 5** Gli economics e i processi gestionali del punto vendita  
Obiettivo del corso è la conoscenza e comprensione dei processi tipici di gestione del punto vendita;

▪ **Formazione specialistica** - 8 marzo / 2 luglio 2010

Le attività formative specialistiche prevedono lezioni frontali e progetti integrati con l'obiettivo di trasferire ai partecipanti le competenze e le attitudini specifiche connesse ai principali ruoli professionali del Retail.

Sono previsti i seguenti moduli:

- 1 Consumer marketing e customer care  
Obiettivo del corso è la conoscenza degli strumenti, delle tecniche e della strategie di marketing a livello consumer, nonché di customer relationship management (C.R.M.);
- 2 Gestione del prodotto sul punto vendita  
Obiettivo del corso è la conoscenza approfondita delle problematiche connesse alla gestione del prodotto sul punto vendita;
- 3 Gestione della dimensione esperienziale sul punto vendita  
Obiettivo del corso è la comprensione delle diverse dimensioni che compongono il processo d'acquisto e l'acquisizione delle capacità di progettazione dell'esperienza di acquisto sul punto vendita.

- Progetti integrati

E' prevista la realizzazione di 3 progetti integrati, coordinati da un team multidisciplinare di docenti.

Ciascun modulo consiste nella simulazione di un progetto su un caso studio reale attraverso il coinvolgimento diretto di realtà aziendali-partner che offrono alla sperimentazione didattica tematiche progettuali reali.

▪ **Career development e Stage** – 5 / 12 luglio; da settembre 2010

- Empowerment e career management

Le attività che riguardano l'empowerment forniscono un supporto al processo di crescita personale e professionale del singolo individuo. Il modulo formativo in particolare riguarda lo sviluppo di capacità relazionali, di gestione di dinamiche di gruppo, di acquisizione di capacità di confronto positivo con i diversi contesti organizzativi e professionali.

Il modulo prevede anche una parte dedicata al career management con l'obiettivo di supportare lo studente nella creazione degli strumenti e delle conoscenze necessarie ad affrontare processi di selezione professionale e di integrazione all'interno del mercato del lavoro.

- Stage

Lo stage rappresenta una delle esperienze più qualificanti del master ed è supportata da un network di aziende leader del settore, grazie anche alla

collaborazione all'interno del progetto formativo di Camera Nazionale della Moda Italiana nonché alla ricca rete di relazioni istituite negli anni dai tre Atenei con il sistema delle imprese moda a livello nazionale e internazionale.

Questa attività, della durata minima di tre mesi circa, consentirà ai partecipanti di trasferire le competenze acquisite durante il corso all'interno di una concreta esperienza sul campo, sotto la guida e i suggerimenti di esperti che da tempo vi operano con diversi profili professionali.

### **INFORMAZIONI SUL CORSO**

Iscrizioni - 8.06.2009 > 23.11.2009

Periodo di svolgimento delle lezioni - 15.01.2010 > 16.07.2010

Stage - durata minima di due mesi, a partire da settembre 2010

Sede – presso Campus Università Bocconi, via Sarfatti 25, Milano.

Quota di iscrizione - € 12.000 con possibilità di accesso a borse di studio a copertura parziale della quota di iscrizione.

#### **> Direttore Scientifico del Master**

Prof. Salvo Testa  
salvo.testa@sdabocconi.it

#### **> Direttore Operativo**

Dr. Nicola Guerini  
Managing Director  
Milano Fashion Institute  
Tel. 02.5836.5792 – 2399.5860  
Fax 02.2399.7230  
nicola.guerini@milanofashioninstitute.it

#### **> Segreteria didattica**

Dr. Angelo Sabbioni  
Tel. 02.2399.5966  
Fax 02.2399.7230  
angelo.sabbioni@milanofashioninstitute.it

---