



Finance & Business
ACADEMY

DIPARTIMENTO DI

IDI[®]

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

MILANO



MASTER IN FASHION LUXURY MANAGEMENT

IL NOSTRO MASTER

Al termine del nostro Master la figura professionale sarà in grado di:

Sviluppare e posizionare un brand, seguendolo dalla nascita al suo posizionamento, in termini di marketing e comunicazione online e offline.

Gestire una comunicazione efficace sui social media

Sviluppare capacità organizzative di eventi di lusso

Comprendere opportunità di business del futuro, dalla moda, agli NFT alla gamification.





LE FASI DEL PROGETTO FORMATIVO

FASE PROPEDEUTICA:

testi, 24 ore di lezioni online distribuite in 6 incontri da 4 ore.
Corso di lingua inglese GoFluent dalla durata di 3 mesi formula
"All you can learn".

FASE D'AULA:

84 ore da remoto + 32 ore in Full-time a Milano.

FASE PROJECT WORK:

realizzazione di un progetto individuale.

FASE STAGE:

stage nazionale di 300 ore presso le aziende del settore.

ORIENTAMENTO AL LAVORO:

divulgazione del CV e possibilità di colloqui preselettivi
per stage presso aziende del settore.

IL PROGRAMMA

IL MERCATO DEI BENI DI LUSSO

- Definizione del concetto di lusso
- Made in Italy e i mercati di riferimento
- I consumatori di Alta Gamma

SOSTENIBILITA' E INNOVAZIONE NEL SETTORE FASHION

- La strategia delle 3P
- Il brand come icona di stile. meno emissioni di Co2
- La tecnologia nel settore moda
- Economia Circolare: una sfida nella sfida
- Ricerca ed applicazione dei materiali eco-compatibili, riciclabili e riciclati: dal prodotto al packaging
- Il brand come icona di stile sempre più nel rispetto dell'ambiente: le tre "P" pianeta, persone, profitto

INTRODUZIONE AL SISTEMA MODA

- Ruolo Economico e Sociale della Moda:
Case History – Brand Iconici
- La gestione del processo creativo nel sistema moda: le 4 aree aziendali
- Le diverse tipologie di collezioni
- Strumenti per la comunicazione del progetto: dalla creatività alla distribuzione

IL PROCESSO DI COSTRUZIONE DI UNA COLLEZIONE: dall'ideazione alla industrializzazione

- Analisi delle tendenze: la fase creativa, i fattori di rischio e valutazioni
- Individuazione del target: il consumatore finale
- L'orologeria di lusso



IL PROGRAMMA



IL RUOLO DEL BRAND MANAGER:

tra creatività e distribuzione

- Saper individuare fornitori strategici
- Gestione dei fornitori nel segmento Luxury
- Ricerca materiali e sviluppo prodotto

IMMISSIONE DEL PRODOTTO NEL MERCATO

- Gli strumenti di supporto alla vendita: il packaging di lusso
- Seminario azienda partner
- Ricerca materiali e sviluppo prodotto
- Elementi di Visual Merchandising e immagine coordinata
- Gestione del team e comunicazione tra reparti

ESTENSIONE DEL CONCETTO DI LUSO

- NFT e Metaverso
- Luxury Experience i 7 segreti per stupire i clienti

STRUMENTI DI ANALISI DELL'ANDAMENTO DI UN BRAND

- Dal forecast alla verifica con la forza vendita
- Analisi qualitativa e quantitativa del prodotto

ATTESTATI:

Attestato di frequenza fase d'aula

Attestato di Project Work

Attestato di Stage



Umberto Macchi Di Cellere

È stato Amministratore Delegato e Direttore Generale del Gruppo Tod's, da dicembre 2017 a Novembre 2021, ricoprendo la responsabilità globale del Gruppo che ricomprende i quattro marchi di calzature e abbigliamento di lusso Tod's, Hogan, Fay e Roger Vivier. Dal 2001 al 2017 è stato nel Gruppo Bulgari, poi acquisito dal Gruppo LVMH, primo operatore per dimensioni del mercato del Lusso e Fashion.

È stato Presidente e membro del Consiglio di Amministrazione delle società centrali e locali del Gruppo Bulgari ricoprendo come responsabilità principali: Dal 2009 al 2017, Worldwide Managing Director dell'area Commerciale per l'intero marchio Bulgari.

Dal 2003 al 2009 Worldwide Managing Director della Business Unit Orologi, responsabile della definizione delle strategie, dello sviluppo dei nuovi Prodotti, Marketing, Produzione. Dal 2001 al 2002 Managing Director di Bulgari Profumi Italia, la filiale che gestisce l'attività di commercializzazione di fragranze e cosmetici.

Prima di Bulgari, ha lavorato per 10 anni in Johnson & Johnson, multinazionale americana di prodotti per la cura della pelle e della persona.

Il suo ultimo ruolo è stato quello di Direttore dello sviluppo Internazionale del Business del settore dermatologico della regione EMEA. In precedenza, ha trascorso 8 anni all'interno del Marketing, ricoprendo ruoli progressivi fino a dirigere il dipartimento Marketing di Johnson & Johnson Italia, occupandosi di pubblicità, media, marketing, sviluppo prodotto.

Laureato con lode in Economia e Commercio presso l'Università pubblica di Roma "La Sapienza".

Michela Bonafoni

Appassionata da sempre del mondo della moda inteso come macrosistema culturale e di espressione collettiva e figlia di commercianti nell'ambito dell'abbigliamento e calzature da 100 anni, dopo un diploma in Liceo Classico, decide di proseguire gli studi specializzandosi in comunicazione e marketing di Moda, conseguendo il Diploma di Laurea presso La Sapienza di Roma.

Si specializza presso il Central St. Martin College di Londra in comunicazione e fashion marketing. Nel 2012, apre l'agenzia di strategie di comunicazione 360+OneQuarter, specializzandosi in promozione di giovani designer e progetti speciali.

Michela affianca, da sempre, la sua professione di comunicatrice alla docenza di "etica ed estetica di Moda" con accenni evidenti di semiotica, di marketing e di economica, presso i maggiori Istituti di Moda nazionali come lo IED di Roma, la Rome Business School di Roma, presso la quale è docente e direttrice del Master in "Fashion & Design Management" e la NABA di Milano.

Oggi, all'insegnamento presso le Scuole aggiunge anche un percorso di Responsabile della Ricerca Moda (Fashion Trend Researcher) presso la multinazionale Wella. Dall' Ottobre 2017 al Settembre 2021 ha condotto una trasmissione di attualità e sociale "Attualmente Diverso" presso l'emittente radiofonica RID 96.8.

Nel 2022 è Docente in Management della Comunicazione Applicata nella Moda e nelle Arti presso il Master in Management della Comunicazione e delle Politiche Culturali presso lo IUAV di Venezia.





Valentina Irene Cavalera

Laureata al Politecnico di Milano in Industrial design con indirizzo prodotto moda.
Esperienza professionale ventennale nella consulenza strategica per marchi per lo più di ricerca nel lusso.
Professore in Fashion Design, collabora con diverse realtà universitarie tenendo corsi, seminari e master in Fashion management.



Giuseppe Angelo Di Sandolo

Concierge presso Rome Cavalieri WaldorfAstoria, Ceo & Amministratore One Luxury Day, autore Best seller "Il Business del Lusso".
Sin da bambino nutre una forte propensione per l'ospitalità e nel 2002, durante l'università, inizia a lavorare presso un albergo 5 stelle.
Da qui Giuseppe si interfaccia con il mondo del lusso e ne rimane fortemente affascinato. Dopo aver ricevuto molteplici riconoscimenti anche internazionali per l'ottimo servizio svolto, Giuseppe crea un gestionale, per il quale deposita apposito brevetto, per aiutare a velocizzare la comunicazione tra reparti fino al 500%, rispetto al metodo tradizionalmente utilizzato.
Dal 2013 con la One Luxury Day aiuta molte aziende e persone a creare eventi di lusso ed esperienze speciali ed emozionali, oltre a fornire molteplici consulenze finalizzate a fornire un servizio d'eccellenza al cliente.
Autore Bestseller Amazon con il libro Il Business del Lusso nel 2020.



Andrea Michele Russano

Andrea è un Maker che lavora da oltre 20 anni, prima come dipendente, poi dal 2020 come consulente, per aziende operanti nel settore moda/lusso.
La sua realtà, Luxury Consulting, ha lo scopo di coordinare le attività e le aziende specializzate nel realizzare prodotti e servizi tra i quali: printing 2d e 3d, sviluppo e produzione di packaging lusso, creazione di articoli di pelletteria ed accessori moda, produzione di materiale di supporto alla vendita ed elementi di visual merchandising.
Inoltre, Andrea si occupa di aspetti legati all'innovazione tecnologica del comparto moda attraverso sviluppi di progetti di economia circolare, NFT e realtà aumentata.
Le aziende con le quali Andrea collabora sono i maggiori Brand del lusso del settore moda, abbigliamento e profumeria.
Caratteristica principale di Andrea: segue solo progetti che realizzano una produzione MADE IN ITALY al 100% .



Finance & Business
ACADEMY

DIPARTIMENTO DI

IDI[®]

ITALIAN DESIGN INSTITUTE

www.financebusinessacademy.com