



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

Percorso di alta formazione TECNICO SUPERIORE MARKETING E WEB STRATEGY PER L'INTERNAZIONALIZZAZIONE NEL SETTORE MODA

OBIETTIVO DEL PERCORSO

Il progetto intende formare una figura professionale tecnica, altamente specializzata nella promozione dei prodotti moda “made in Italy”, in modo da rendere la commercializzazione più adeguata alla competizione nazionale e internazionale.

DESCRIZIONE DELLA FIGURA PROFESSIONALE

Profilo

Il **tecnico superiore marketing e web strategy per l'internazionalizzazione nel settore moda** integra le competenze strategiche legate al prodotto e alla sua innovazione a competenze di marketing, commerciali e distributive, in grado di valorizzare l'azienda in ambito competitivo internazionale. **In termini di competenze professionali questa figura principalmente deve possedere abilità volte a favorire il posizionamento del sito aziendale nei motori di ricerca, Google in particolare, che rappresentano la porta di accesso ai contenuti presenti in Rete.**

Il **Tecnico Superiore marketing e web strategy per l'internazionalizzazione nel settore moda** in collaborazione con la direzione commerciale, marketing e comunicazione, sovrintende la gestione dei flussi economici ed informativi e lo sviluppo della rete commerciale nazionali ed internazionali.

Il **Tecnico Superiore marketing e web strategy per l'internazionalizzazione nel settore moda** ha competenze idonee a favorire una maggior rilevanza analisi e lettura di un sito web (SEO Search Engine Optimization), a operare a livello di motori di ricerca per generare un traffico di utenti qualificati per un sito (SEM Search Engine Marketing) e a operare tramite i social media per aumentare la condivisione di un sito.

Principali attività

Il Tecnico Superiore marketing e web strategy per l'internazionalizzazione nel settore moda si presta in prima analisi a costituire un organo di staff dell'alta direzione aziendale. A livello di organigramma aziendale, qualora l'inserimento avvenga come organo di linea, la figura si colloca, di norma, all'interno della funzione commerciale e in stretto contatto con l'ambito dello sviluppo prodotti. Va tuttavia osservato che, in relazione ad una differente configurazione del canale distributivo prescelto e delle specificità delle imprese, può assumere ruoli e posizioni organizzative differenti.



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

Il tecnico superiore marketing e web strategy per l'internazionalizzazione nel settore moda
nello specifico

- ha competenze relative all'utilizzo di strumenti, principalmente informatici di indagine e prospezione, qualitativa e quantitativa dei mercati;
- ha conoscenze degli aspetti più significativi del prodotto per il suo posizionamento competitivo;
- assiste il Responsabile Commerciale nello sviluppo dei canali commerciali innovativi e delle opportunità di mercato in una data area geografica, intrattenendo rapporti con la clientela, rilevando le loro esigenze, collaborando per individuare i prodotti e i servizi più adeguati;
- assiste il Responsabile Marketing o Commerciale nell'implementazione del Sistema Informativo di Marketing, svolgendo ricerche mirate, e/o nella gestione dei processi di *Customer Satisfaction*;
- assiste il Responsabile della Comunicazione aziendale, ed in alcuni casi organizza in prima persona eventi e manifestazioni volte a dare visibilità all'immagine e ai prodotti/servizi aziendali;
- conosce e organizza le attività inerenti alla vendita on-line e alla distribuzione dei prodotti/servizi aziendali;
- integra le competenze e le risorse presenti in azienda nell'ambito commerciale, marketing, comunicazione e distribuzione;
- possiede buone capacità analitiche, decisionali ed organizzative ed è in grado di operare con un elevato grado di autonomia;
- possiede elementi con i quali relazionarsi efficacemente con i collaboratori più diretti e possiede una buona dose di creatività e di flessibilità;
- cura e gestisce i flussi informativi nei confronti del cliente finale ed intermedio;
- conosce gli elementi principali del collection management per orientare la produzione attraverso i risultati di indagini di marketing e di Customer Satisfaction;
- individua strategie di immagine con l'utilizzo delle moderne tecnologie della comunicazione aziendale;
- individua soluzioni distributive innovative servite da sistemi di logistica specializzata per le filiere del Made in Italy e a soluzioni di market intelligence, adatte alle PMI nell'ambito della conoscenza del cliente finale: format distributivi innovativi per la commercializzazione sul mercato consumer nazionale e internazionale, strumenti tecnologici innovativi per la commercializzazione sul mercato business nazionale e internazionale, e-commerce;
- cura la presenza on line di una azienda..

Conoscenze, abilità e competenze

Il tecnico superiore marketing e web strategy per l'internazionalizzazione nel settore moda integra conoscenze, abilità e competenze gestionali strategiche e innovative con competenze di marketing e web strategy. Altre competenze professionali necessarie sono in materia economico-amministrativa, comunicativa, statistica, legislativa, di comunicazione pubblicitaria, relazionale e di organizzazione del lavoro. Competenze di base sono inoltre relative alla conoscenza e alla pratica di una o più lingue straniere, all' utilizzo degli strumenti informatici e telematici, dei programmi di gestione dati, come dettagliato di seguito:



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

Conoscenze	Abilità	Competenze
<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere gli strumenti informatici e telematici ai fini della ricerca di informazioni e dati • Conoscere la lingua inglese come linguaggio autonomo • Conosce l'inglese come linguaggio tecnico • Conoscere le diverse soluzioni di organizzazione d'azienda del settore moda • Conoscere la normativa sulla sicurezza e la prevenzione • Conoscere le norme della contrattualistica nazionale • Conoscere gli aspetti giuridico-amministrativi delle reti di imprese e le tecniche di coordinamento • Conoscere le possibili dinamiche operative interne dell'impresa • Conoscere le basi della comunicazione interpersonale e del lavoro di gruppo • Conoscere le principali metodologie di analisi e soluzione dei problemi • Conoscere gli aspetti tradizionali e innovativi di prodotto e di lavorazione; • Conoscere gli elementi costitutivi del collection management; • Conoscere le dinamiche e gli elementi del mercato del settore moda, della calzatura in particolare; • Conoscere le tecniche di vendita e i canali di distribuzione utilizzabili nel mercato nazionale ed estero • Conoscere gli elementi basilari dell'organizzazione dell'impresa settore moda: il sistema moda, la filiera, il 	<ul style="list-style-type: none"> • Adoperare gli strumenti informatici e telematici per raccogliere informazioni e dati • Utilizzare la lingua inglese come strumento di comunicazione commerciale; • Proporre una soluzione organizzativa ai fini della distribuzione principalmente on-line del prodotto • Riconoscere situazioni di rischio nell'ambito dell'impresa • Collocare all'interno del panorama giuridico le situazioni di impresa; • Individuare le norme comunitarie per una distribuzione innovativa del prodotto; • Diagnosticare e comprende le situazioni all'interno dell'impresa; • Relazionarsi e comunicare in un contesto organizzativo e di lavoro; • Affrontare e risolve problemi (Problem solving) • Orientarsi all'interno di una strategia di marketing aziendale già funzionante • Elaborare un progetto di strategia di marketing; • Proporre una strategia di vendita on-line nel mercato nazionale ed estero • Suggestire i principali strumenti di pagamento utilizzabile nella regolazione delle transazioni • Adoperare tecniche di presentazione digitale • Analizzare i dati di soddisfazione /insoddisfazione dei clienti 	<ul style="list-style-type: none"> • Adoperare strumenti informatici di indagine e prospezione, qualitativa e quantitativa per migliorare il posizionamento dell'azienda nel mercato • Elaborare le linee strategiche del web marketing, basate sull'analisi del mercato in rete • Riuscire ad impostare politiche commerciali e strategie di vendita con l'utilizzo del web; • Essere in grado di collaborare per l'implementazione del Sistema Informativo di Marketing. • Essere in grado di svolgere ricerche mirate nella gestione dei processi di Customer Satisfaction • Riuscire attraverso la valutazione del grado di soddisfazione dei consumatori, ad identificare eventuali punti deboli, apportando soluzioni correttive • Essere in grado di organizzare le attività inerenti alla distribuzione e alla vendita on-line dei prodotti/servizi aziendali • Essere in grado di suggerire gli elementi per un posizionamento competitivo del prodotto • Intrattenere rapporti con la clientela, rilevando le loro esigenze, collaborando per individuare i prodotti e i servizi più adeguati • Essere in grado di comprendere le

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

Conoscenze	Abilità	Competenze
<p>panoramica del sistema distributivo nel settore moda.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere gli aspetti importanti del mercato del settore moda, calzatura in particolare: i principali stili, le tecniche modellistiche, i materiali, i colori, la componentistica • Conoscere le tecniche per elaborare un progetto di marketing; • Conoscere informatici gli strumenti innovativi di marketing; • Conoscere gli aspetti fondamentali di una strategia di marketing e adattarli alle diverse situazioni aziendali; • Conoscere gli aspetti salienti del commercio internazionale e della contrattualistica internazionale; • Conoscere i principali strumenti di regolamento delle transazioni nazionali e internazionali; • Conoscere le norme e i regolamenti di tutela del prodotto e del Made in Italy; • Conoscere le tecniche di indagine della customer satisfaction e di fidelizzazione del cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Suggestire tecniche di promozione e pubblicità • Riconoscere i principali stili, le tecniche modellistiche, i materiali, i colori, la componentistica del mercato della calzatura • Analizzare ed interpretare i trend di moda • Definire profilo e lifestyle nell'analisi del consumatore • Sviluppare brief di collezione: linguaggio e stile, materiali e colore, brief di campionario; produzione e gestione della collezione 	<p>percezioni, i bisogni, gli atteggiamenti degli altri e interagirvi in modo costruttivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Essere in grado di gestire i flussi informativi da e verso il cliente finale ed intermedio; • Essere in grado di produrre analisi ed interpretazioni di dati sui trend di moda • Essere in grado di progettare e realizzare l'analisi del consumatore • Essere in grado di produrre brief di collezione

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

PROGETTO DIDATTICO

AREA	MODULO	ANNUALITÀ	DOCENTI/ ESPERTI	DURATA MODULO	DURATA AREA
CONTENUTI DI BASE E TRASVERSALI	Informatica di base ed internet	1/2	Esperti	70	240
	Inglese di base, commerciale e tecnico	1 / 2	Docenti	150	
	Statistica per l'impresa	1	Docenti	20	
IMPRESA	Gestione aziendale e commerciale	1	Docenti	20	80
	Contrattualistica aziendale	1	Docenti	14	
	Sicurezza, prevenzione	1	Esperti	16	
	Organizzazione dell'impresa del settore moda	1	Esperti	30	
PRODOTTO MODA	Tecnica e stile	1/2	Esperti	40	110
	Creatività e design	1/2	Esperti	30	
	Analisi del consumatore	2	Esperti	20	
	Collection management	2	Esperti	20	
MARKETING	Marketing strategico ed operativo	1/2	Esp./ Doc.	60	150
	Brand management	1/2	Esperti	30	
	Comunicazione e promozione	2	Esperti	30	
	Gestione del cliente	2	Esperti	30	
INTERNAZIONALIZZAZIONE	Tecnica del commercio internazionale	1/2	Esp./ Doc.	50	80
	Focus paesi	1/2	Esperti	30	
COMPETENZE TECNICO PROFESSIONALI INNOVATIVE	Innovazione delle competenze tecnico-professionali	1/2	Esperti	245	245
SEMINARI TEMATICI E VISITE DIDATTICHE	Seminari tematici, visite aziendali, fiere	1/2	Esperti	80	80
TIROCINI	Tirocinio su project work	1	Tutor	360	800
	Tirocinio su aziende ad alto contenuto tecnologico anche all'estero	2	Tutor	440	
ESAMI		2	Commiss.	15	15
TOTALE ORE				1800	1800

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

CONTENUTI

Contenuti di Base

- Informatica di base ed internet: ECDL - Competenze informatiche esperte per l'utilizzo di strumenti specialistici relativi all'area tecnologica di riferimento, tecniche di presentazione multimediale ed elaborazione grafica;
- Inglese di base, commerciale e tecnico: Making an independent use of English – Utilizzare l'Inglese in modo autonomo - Competenze di lingua inglese che possano consentire una interazione orale efficace nell'ambito tecnico-professionale di riferimento;
- Statistica applicata all'impresa: competenze statistico-matematiche funzionali all'analisi del mercato di sbocco dell'azienda;
- Fondamenti di economia aziendale e tecniche di controllo di gestione;
- Sicurezza, prevenzione e impatto ambientale con idonea certificazione;
- Contrattualistica aziendale: competenze basilari del contratto di compravendita nazionale nei suoi elementi essenziali e elementi accessori.

Contenuti trasversali

- Standard ECDL Advanced: competenze utilizzo avanzato software di videoscrittura, utilizzo avanzato fogli elettronici, strumenti di presentazione multimediale, gestione data base
- Tecniche di presentazione digitale
- Using English as a technical language – Utilizzare l'Inglese come linguaggio tecnico
- L'impresa e la sua organizzazione: Diagnosticare e comprendere le situazioni all'interno dell'impresa; relazionarsi e comunicare in un contesto organizzativo e di lavoro
- Tecniche di vendita di negoziazione

Contenuti area tecnico-professionale

- Organizzazione dell'impresa calzaturiera: sistema moda, la filiera, il panorama del sistema distributivo nel settore moda.
- Tecnica e stile: stili, tecniche modellistiche, componentistica calzaturiera, cultura dei materiali e del colore
- Creatività e design: metodologia di collezione, ricerca, analisi e interpretazione dei trend di moda
- Analisi del consumatore: profilo e lifestyle, comportamenti ed evoluzione del gusto
- Collection management: sviluppo del brief di collezione: linguaggio e stile, materiali e colore, brief di campionario; produzione e gestione della collezione
- Marketing strategico ed operativo, marketing non convenzionale, marketing virale, web 2.0 e social networking, comunicazione per il settore moda
- Brand management: piano di marketing e strategia di brand: analisi e interpretazione del macroscenario socio-economico, valutazione dei concorrenti, segmentazione e monitoraggio del mercato posizionamento, costruzione e rafforzamento della notorietà del marchio, gestione strategica degli strumenti di comunicazione e di relazione con il consumatore
- Comunicare e promuovere prodotti, servizi ed eventi anche in ambito internazionale; e-commerce, il sistema fieristico e il suo indotto



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

- Gestione del cliente e fidelizzazione: tecniche di customer satisfaction e tecniche di vendita e di negoziazione, servizi pre e post vendita, RFID
- Tecnica del commercio internazionale, metodologia di selezione dei mercati, strumenti di pagamento nel mercato nazionale e estero, gestione della rete vendita, contratti di distribuzione commerciale, logistica internazionale, spedizioni internazionali, operazioni doganali con l'estero, finanziamenti internazionali, trattamento dei lavoratori all'estero
- Buying e licensing: analisi delle tecniche di buying. Il piano d'acquisto, l'interpretazione della domanda del consumatore e la pianificazione dell'offerta. Il contratto di licenza: vantaggi, rischi, criticità e implicazioni organizzative
- Focus paesi: Cina, India, Paesi ex URSS, altri paesi in via di sviluppo e paesi avanzati tipo USA, Canada e Europa Occidentale;
- Innovazione delle competenze tecnico-professionali: conoscenza dei principali strumenti di promozione on-line legati ai motori di ricerca su internet;
- Innovazione delle competenze tecnico-professionali: conoscenza della funzionalità delle piattaforme pay per clic Google AdWords e Google Places;
- Innovazione delle competenze tecnico-professionali: conoscenza delle dinamiche del marketing conversazionale on-line;
- principali strumenti di promozione on-line legati ai motori di ricerca su internet;
- Innovazione delle competenze tecnico-professionali: impostazione di un progetto e-commerce.

PARTNER DEL PERCORSO

Il progetto intende coinvolgere le aziende locali sia nella fase di progettazione che nella selezione, nelle docenze, nelle testimonianze, nelle visite aziendali e nei tirocini, oltre agli enti locali territoriali e le associazioni di categoria. Le università sono coinvolte nella fase di progetto, nella fase di formazione dei formatori ed in alcune docenze, in particolare nell'area afferente le nuove tecnologie.

DURATA E ARTICOLAZIONE

Teoria/Pratica:	1000 ore
Tirocinio:	800 ore
Durata totale:	1800 ore

Articolato su due annualità e quattro semestri:

- 1° annualità
 - 1° semestre: discipline teorico-pratiche di base e trasversali (260 ore)
 - 2° semestre: discipline teorico-pratiche specialistiche (190 ore) e tirocinio su project work (360 ore)
- 2° annualità
 - 3° semestre: discipline teorico-pratiche specialistiche (300 ore)
 - 4° semestre: discipline teorico-pratiche specialistiche (235 ore) tirocinio su aziende ad alto contenuto tecnologico anche all'estero (440 ore) e esame finale (15 ore)



Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

Fondazione ITS – Nuove Tecnologie per il Made in Italy Settore Moda e Calzature

SEDI DELLE ATTIVITA' FORMATIVE

Le sedi di svolgimento dell'attività formativa sono:

- Istituto Tecnico Commerciale e Geometri “F. Corridoni” – Civitanova Marche;
- Fabbrica pilota di Montegranaro – IPSIA Ricci Fermo.