



## **BANDO DI CONCORSO PER L'AMMISSIONE AL CORSO PER MASTER DI I LIVELLO**

### **“BUYER 2.0: PROFESSIONAL MANAGER IN FASHION ACTIVITIES”**

**A.A. 2018/19**

### **III EDIZIONE (LUNGO)**

#### **1 – ISTITUZIONE**

La Scuola Superiore per Mediatori Linguistici Unicollege di Mantova (di seguito SSML) istituisce per l'A.A. 2018/2019, la I edizione del Corso per Master di I Livello “BUYER 2.0: PROFESSIONAL MANAGER IN FASHION ACTIVITIES”

#### **2 – CARATTERISTICHE DEL CORSO**

##### ***1. Numero minimo e massimo di posti disponibili***

Il corso sarà attivato previo raggiungimento di almeno 20 (venti) partecipanti.

Il numero massimo di posti disponibili è stato fissato a 35 (trentacinque) unità.

##### ***2. Durata, crediti formativi e titolo di studio rilasciato***

Il Corso per Master in Buyer 2.0: Professional Manager in Fashion Activities è un corso di perfezionamento della durata di un anno alla conclusione del quale, previo superamento di un esame finale, si rilascia il titolo di Master di I livello.

Il Corso avrà una durata di 1.500 ore corrispondenti a 60 Crediti Formativi (CF) ai sensi del D.M. 22/10/2004 n. 270.

##### ***3. Quota di iscrizione***

La quota di iscrizione è pari a € 4.800,00 di cui € 4.000,00 finanziabili da Regione Lombardia, a cui andranno aggiunti € 16,00 di marca da bollo. Per le modalità di pagamento si veda ai commi 2 e 3 del punto 4.

### **3 – DESCRIZIONE DEL CORSO**

Il Corso per Master in Buyer 2.0: Professional Manager In Fashion Activities si propone di indagare il ruolo del buyer nel settore della moda e di analizzarlo da diversi punti di vista in relazione alla complessificazione dell'offerta, alla moltiplicazione delle possibilità di distribuzione e allo sfrangiamento dei consumi. Grazie ad un costante bilanciamento tra gli insegnamenti più legati all'ambito legale, economico, marketing e quelli della sfera storico, comunicativa, mediale, emergerà un quadro completo del settore moda in cui la figura del buyer potrà distinguersi nella sua multidimensionalità e potenzialità. In un costante bilanciamento tra fondamenti di economia e marketing e elementi di teoria e tecnica dei media digitali, il master permette di compilare le diverse sfaccettature di una figura che connette lato produttivo con lato distributivo ed è ben consapevole dei meccanismi di comunicazione e consumo del settore. Il percorso del Master è principalmente rivolto a professionisti del settore privato e autonomi, nonché a laureati interessati a perfezionare e ampliare le proprie competenze nel campo della moda.

#### **1. A chi è rivolto**

Il Corso per Master in Buyer 2.0: Professional Manager In Fashion Activities si rivolge principalmente alle seguenti categorie professionali:

- professionisti nell'ambito della moda
- figure con competenze da uffici commerciali e distributivi
- agenti di vendita per aziende
- agenti di vendita liberi professionisti
- proprietari di negozi/boutique/concept store
- professionisti inseriti in showroom di vendita
- consulenti privati in ambito moda
- esperti di comunicazione e social media

Sono, altresì, destinatari del Corso tutti coloro che, in possesso di conoscenze nell'ambito moda, comunicazione e marketing, sono interessati ad acquisire conoscenze sulle principali dinamiche di funzionamento dell'industria della moda e a saperle ricondurre al campo della distribuzione, comunicazione e vendita del prodotto.

#### **2. Obiettivi**

Gli obiettivi del Corso per Master in Buyer 2.0: Professional Manager In Fashion Activities possono essere così riassunti:

1. acquisizione di conoscenze sulle principali dinamiche di funzionamento dell'industria della moda con particolare attenzione al campo della distribuzione e vendita del prodotto, nell'ottica di comprensione e conoscenza delle trattative d'acquisto e delle analisi di mercato.
2. acquisizione di competenze per la comprensione delle tendenze evolutive nel mercato di riferimento con un'attenzione specifica alle rinnovate pratiche odierne di distribuzione online.

3. acquisizione di conoscenze per la comprensione dell'odierno scenario mediale e digitale soprattutto in relazione alle dinamiche delle piattaforme di social networking.

### **3. Sbocchi professionali**

Il Corso per Master in Buyer 2.0: Professional Manager In Fashion Activities fornisce competenze specialistiche alle seguenti figure:

- professionisti in ambito commerciale specializzati nelle pratiche riguardanti le relazioni coi fornitori e le tecniche di acquisto
- professionisti in ambito marketing specializzati nelle tecniche di comunicazione e promozione del prodotto
- professionisti in ambito distributivo che inseriti in aziende di moda possono specializzarsi nel posizionamento del prodotto
- professionisti in ambito distributivo che inseriti in showroom di moda possono specializzarsi nel posizionamento del prodotto
- professionisti in ambito retail e vendita specializzati in digital e multicanalità
- professionisti in ambito fieristico specializzati nelle sinergie tra operatori e altri buyer

I contesti lavorativi sono individuati presso uffici commerciali di aziende di moda, uffici comunicazione e distribuzione di aziende di moda e showroom, uffici acquisti di grandi catene di retail, uffici acquisti in grandi e/o medi shop online, enti fieristici e istituzioni come confederazioni e consorzi di piccole e medie imprese, liberi professionisti nel settore del commercio e retail.

### **4. Frequenza e modalità di insegnamento**

Gli insegnamenti saranno impartiti tramite lezioni frontali, con il supporto di strumentazione audio e video. La frequenza alle lezioni è obbligatoria per almeno il 75% delle ore tranne che per i moduli 1 e 2 oggetto di finanziamento di Regione Lombardia, per i quali è necessaria una presenza minima del 90% delle ore dei moduli stessi. Eventuali richieste di esonero dalla frequenza verranno valutate dall'Ufficio Master caso per caso.

### **5. Durata e sede del corso**

Il Corso per Master in Buyer 2.0: Professional Manager in Fashion Activities ha durata annuale. Le lezioni si svolgeranno secondo il calendario che verrà predisposto dalla Segreteria e comunicato agli studenti iscritti prima dell'inizio delle lezioni.

Le lezioni si svolgeranno presso la sede della SSML Unicollege di Mantova, in via G. Rippa, 2 e presso la sede di Milano di Aduva S.r.l., in p.le Cadorna 10.

### **6. Descrizione sintetica dei contenuti**

Modulo 1: Effettuare analisi di mercato: la conoscenza del mercato moda e delle sue caratteristiche di prodotto e di distribuzione e il legame con il marketing, la comunicazione e la sociologia della moda.

*Analisi previsionale dell'andamento del mercato - Conoscenza delle pratiche tradizionali di fashion forecasting, processi culturali e modelli di contenuto della moda contemporanea. Processi di diffusione trickle-down o bubble-up. Legame prodotto-contenuto.*

*Caratteristiche del mercato di riferimento – Differenze tra i settori della moda (haute couture, prêt-à-porter). Il meccanismo delle collezioni e delle pre-collezioni. Le caratteristiche delle seconde linee e il brand stretching. Il fast-fashion e il ciclo di vita dei prodotti nell'e-commerce.*

*Caratteristiche merceologiche dei prodotti di riferimento – La filiera dei produttori nel mondo moda. Il settore tessile e le sue peculiarità.*

*Elementi di marketing - Email marketing e piattaforme e-com: dal brief all'acquisto. Brand e tone of voice: elementi di copywriting e content marketing. Dalla "persona" alle persone.*

*Elementi di sociologia – Sociologia della moda. Forme di intermediazione culturale e distinzione. Pratiche di consumo.*

*Elementi di statistica – Controllo statistico della qualità (SPC) inserito nel processo produttivo/acquisti. Il modello parametrico. La distribuzione dei difetti, le tolleranze. Le carte di controllo e di Pareto. La capacity del processo e le azioni di miglioramento. La relazione con il vendor rating.*

*Sistema distributivo - modelli distributivi tradizionali applicati da negozi mono/multimarca, catene e grandi magazzini, franchising ed e-commerce. Analisi dell'impatto della sharing economy e le dinamiche di peer production sull'industria del fashion. Evoluzione del processo di acquisto tra multicanalità e omnicanalità.*

*Modulo 2: Condurre le trattative di acquisto: la gestione delle relazioni commerciali e legali come pratica al centro dell'attività del buyer.*

*Applicare tecniche di gestione delle relazioni commerciali con i fornitori – La gestione degli acquisti, strategia e controllo. Introduzione alla gestione degli acquisti. Acquisti e vantaggio competitivo. Il processo d'acquisto e gli strumenti. Il vendor rating. La negoziazione. Il KPI e il reporting. Il marketing d'acquisto.*

*Condizioni di fornitura del settore di riferimento – Le condizioni generali di fornitura, analisi dei termini. Analisi di un documento reale. Il ruolo dell'ufficio legale. Il pagamento (Italia vs ROW). Il trasporto - Incoterms® 2010*

*Elementi di contrattualistica fornitori - Modalità di gestione contratto fornitore. Vendor rating. Manleve e responsabilità. Come identificarle. Dettagli tecnici circa fornitura. Modalità di esplicazione.*

*Elementi di contrattualistica internazionale -Il Contratto Internazionale: sistemi giuridici di civil e di common law. Fasi denominate come trattative pre-contrattuali. Redazione dei documenti di carattere pre-contrattuale. Lettera d'Intenti (Letter of Intent) e lettere di*

*gradimento. La fase della conclusione del contratto internazionale. La forma del contratto internazionale*

*Inglese – Il linguaggio della moda e le sue caratteristiche terminologiche.*

*Strumenti informatici per la gestione degli acquisti – Introduzione ai sistemi ERP e CRM per il supporto agli acquisti, casi pratici con ERP. Strumenti per l'analisi della concorrenza e digital marketing. Sistemi integrati CRM/ERP. Strumenti di analisi e controllo di gestione.*

### Modulo 3: Fashion media & marketing

Il mercato del lusso e le sue caratteristiche.

Strategie di valorizzazione: gli archivi e l'Heritage.

Il processo di buying e le nuove tecnologie

Buyer e Retail Management: intersezioni e possibili sviluppi

Retail e e-commerce: strategie e pratiche di innovazione

L'innovazione nella customer experience

Negozi: nuovi format di comunicazione

Capitale narrativo, brand awareness, customer participation, engagement.

Dal personal branding alla personalità come brand. L'influencer marketing

### Modulo 4: Tirocinio

A completamento del percorso formativo è previsto un periodo di tirocinio della durata di 400 ore da svolgersi, previo parere positivo dell'Ufficio Master, presso Imprese, Enti, Associazioni o strutture che operino negli ambiti di interesse trattati durante il Corso.

Il corsista dovrà produrre una relazione sul tirocinio svolto che verrà valutata ai fini del conseguimento del titolo finale.

### **7. Ufficio di riferimento**

Ufficio Master Mantova, tel/fax. + 39 0376 368481; e-mail [masterbuyer@unicollegesml.it](mailto:masterbuyer@unicollegesml.it)

Sede di Milano presso Adiuva S.r.l., tel. +39 02 87388760 fax +39 02 87388891; e-mail [masterbuyer@unicollegesml.it](mailto:masterbuyer@unicollegesml.it)

## **4 - REQUISITI E MODALITÀ DI ACCESSO**

### **1. Chi può fare domanda**

L'ammissione al Corso per Master in Buyer 2.0 è subordinata al possesso di almeno un Diploma di Laurea Triennale rilasciato in Italia o titolo equipollente.

I candidati in possesso di un titolo accademico straniero devono far pervenire i documenti utili in originale per consentirne la verifica (titolo corredato di traduzione ufficiale in lingua

italiana, con legalizzazione e dichiarazione di valore a cura delle rappresentanze diplomatiche italiane nel Paese in cui il titolo è stato conseguito; quanto sopra al fine del riconoscimento del medesimo per la sola iscrizione al Corso per Master) alla Segreteria, allegando il documento alla Domanda di Iscrizione.

Possono inoltre presentare Domanda di Iscrizione anche coloro che, alla data di scadenza del bando, non abbiano ancora sostenuto l'esame di laurea ma prevedono di essere in possesso di tale titolo accademico entro il giorno dell'inizio previsto del Corso di Master. In questo caso è necessario che tali candidati specifichino la loro condizione nell'apposito campo del modulo della Domanda di Iscrizione. Il modello di autocertificazione del titolo di studio è scaricabile dal sito [www.unicollege.it](http://www.unicollege.it).

## **2. Modalità di Iscrizione al Corso**

I candidati potranno iscriversi al Corso per Master fino al 31 gennaio 2019.

Per iscriversi al Corso per Master, i candidati dovranno seguire la seguente procedura:

1. scaricare dal sito [www.unicollege.it](http://www.unicollege.it) il Modulo di Iscrizione al Master di I Livello in Buyer 2.0: Professional Manager in Fashion Activities;
2. versare la quota di pre-iscrizione rimborsabile di € 100,00 presso la Segreteria della SSML di Mantova, via G. Rippa, 2, o tramite bonifico utilizzando le seguenti coordinate bancarie:

**Intestatario:**

SSML Mantova – Aduva

**IBAN:**

IT 78 C 02008 01600 000104229607

**Causale:**

Iscrizione Master Buyer 2.0 – Cognome e Nome

3. allegare al Modulo di Iscrizione i seguenti documenti:
  - ricevuta di versamento della pre-iscrizione;
  - autocertificazione del titolo accademico (modello scaricabile dal sito [www.unicollege.it](http://www.unicollege.it));
  - 2 foto formato tessera;
  - fotocopia di un documento di identità in corso di validità e del codice fiscale dello studente
  - permesso di soggiorno per i cittadini extracomunitari (costituisce titolo valido anche la ricevuta di richiesta di soggiorno rilasciata in posta; sarà dovere del candidato inviare alla Segreteria copia del documento originale appena ne sarà in possesso).
4. far pervenire il Modulo di Iscrizione e tutti gli allegati secondo una delle seguenti modalità:



- consegna a mano presso la Segreteria della SSML di Mantova, via G. Rippa, 2, Mantova;
- invio tramite raccomandata con ricevuta di ritorno alla Segreteria della SSML di Mantova, via G. Rippa, 2, Mantova.

### **3. Modalità di Pagamento del Corso**

I candidati pre-iscritti e accettati sono tenuti a regolarizzare la loro posizione amministrativa secondo le seguenti scadenze:

1. versare entro il 31 gennaio 2019 il saldo di € 800,00 con le stesse modalità di pagamento della pre-iscrizione. Per le pre-iscrizioni pervenute entro il 18 gennaio 2019 sarà applicato uno sconto di € 300,00 sulla quota complessiva di iscrizione.
2. versare entro il 4 marzo 2019 la I rata di € 2.000,00 con le stesse modalità di pagamento della pre-iscrizione, solo se non ammessi al finanziamento di Regione Lombardia.
3. versare entro il 3 maggio 2019 la II rata di € 2.000,00 con le stesse modalità di pagamento della pre-iscrizione, solo se non ammessi al finanziamento di Regione Lombardia.
4. grazie a una convenzione con la SSML di Mantova, tutti i pagamenti del corso per Master possono essere finanziati con formula Prestito tempo di Deutsche Bank. Per informazioni contattare la Segreteria della SSML con sede a Mantova in via G. Rippa, 2. Tel. 0376 368481, e-mail [masterbuyer@unicollegessml.it](mailto:masterbuyer@unicollegessml.it)

## **5 - RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO**

1. Il responsabile del procedimento di cui al presente bando è la Dott.ssa Arianna Riva, responsabile della Segreteria della SSML con sede a Mantova in via G. Rippa, 2. Tel. 0376 368481, e-mail [masterbuyer@unicollegessml.it](mailto:masterbuyer@unicollegessml.it)

2. Le disposizioni del presente bando atte a garantire la trasparenza di tutte le fasi del procedimento e i criteri e le procedure per la nomina delle commissioni giudicatrici e dei responsabili del procedimento sono in attuazione della legge 7 agosto 1990, n. 241 e successive modificazioni.

## **6 - TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI**

1. Ai sensi dell'articolo 13 del Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196, i dati personali forniti dai partecipanti al Corso per Master di cui all'articolo 1, sono raccolti presso la SSML di Mantova, con sede in via G. Rippa, 2.

2. Il trattamento dei suddetti dati avverrà esclusivamente per le finalità di cui al presente bando.
3. Il conferimento dei dati personali è obbligatorio ai fini della valutazione dei requisiti di partecipazione alla selezione, pena l'esclusione dalle procedure di selezione.
4. I dati personali forniti dai candidati possono essere comunicati dalla SSML di Mantova al Ministero per le finalità istituzionali proprie.
5. Ai candidati sono riconosciuti i diritti di cui all'articolo 7 del citato decreto legislativo n. 196/2003, in particolare il diritto di accesso ai dati che li riguardano e il diritto di ottenerne l'aggiornamento o la cancellazione se erronei, incompleti o raccolti in termini non conformi alla legge, nonché il diritto, per motivi legittimi, di opporsi al loro trattamento. Tali diritti possono essere fatti valere nei confronti della SSML di Mantova, con sede legale in via G. Rippa 2, 46100 Mantova, titolare del trattamento.

## **7 - DISPOSIZIONI FINALI**

Per quanto non espressamente previsto dal presente bando si rimanda alla normativa e ai regolamenti vigenti presso la SSML di Mantova.

Mantova, 16/04/2018

Il Direttore  
Dott.ssa Marta Martina