



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

### **“Fashion Digital Marketing & Comunicazione”**

**A.A. 2020/21**

**I EDIZIONE**

#### **1 – ISTITUZIONE**

La Scuola Superiore per Mediatori Linguistici Unicollege di Mantova (di seguito SSML) istituisce per l'A.A. 2020/2021, la I edizione del Corso per Master di I Livello “Fashion Digital Marketing & Comunicazione”.

#### **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 30 (trenta) unità.

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

Il Corso per Fashion Digital Marketing & Comunicazione 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. Retta di iscrizione**

La retta di iscrizione è pari a € 3.800,00. È prevista una riduzione di 600€ per coloro che formalizzano la propria iscrizione entro il 7 agosto 2020.  
Per le modalità di pagamento si veda ai commi 2 e 3 del punto 4.

### **3 – DESCRIZIONE DEL CORSO**

L'espansione esponenziale del digitale in questi ultimi decenni ha generato una vera e propria rivoluzione in tutti i settori merceologici obbligando le aziende di tutti i livelli a trasformarsi digitalmente per sostenere la propria presenza nei mercati.

Non poteva esimersi da tale processo il settore Moda e Lusso, sia Fast sia Traditional, cogliendo in tale rivoluzione l'opportunità di un cambiamento quasi totale dei propri modelli di business.

Le nuove figure di riferimento nate in internet, come gli influencer, la creazione di contenuti nel web che determinano scelte da parte dei target, i cool hunter, nomadi "spacciatori" di mode, sono solo alcuni degli aspetti che, dalla rete e non, determinano stravolgimenti e nuove mode, scatenano passioni e coinvolgimento, stabiliscono nuove frontiere e suggeriscono impensabili comportamenti. Nel periodo di studi previsto dal Master in Fashion Digital Marketing & Communication, i partecipanti apprenderanno tutte le conoscenze e tecniche necessarie alla comprensione della brand equity e alla definizione delle strategie di marketing e di comunicazione online e off line, allo sviluppo di progetti volti al sostegno della marca nei suoi canali di vendita e nei touch point con il target.

Un percorso articolato e complessivo che permetterà di acquisire le capacità per pianificare, definire e sviluppare tutte le attività di marketing e comunicazione che le Aziende mettono in atto coerentemente con la propria vision and mission.

#### **1. A chi è rivolto**

Il Master in Fashion Digital Marketing & Communication si rivolge a laureati in discipline economiche, umanistiche e scienze sociali, nonché a giovani professionisti del settore del marketing e della comunicazione che vogliono implementare le proprie conoscenze ed esperienze.

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**

Il Master in Fashion Digital Marketing & Communication si pone gli obiettivi di sviluppare nei partecipanti un pensiero e un'attitudine disruptive e innovative all'approccio strategico e di fornire gli strumenti più validi e utili per affrontare e gestire tutti questi cambiamenti in modo professionale, attraverso l'acquisizione di conoscenze e tecniche che consentono di definire strategie ed approcci da parte delle aziende per portare i nuovi pubblici verso la propria marca, per sviluppare i prodotti che sono desiderati o per proporre di inaspettati, per entrare in una relazione con le "persone" - e non più con generici target- e sviluppare con loro la propria reputation, per individuare nuovi trend come la sostenibilità e l'economia circolare o ancora lo sharing fashion e coglierne le opportunità di business.

### **3. Sbocchi professionali**

Il corso per Master in Fashion Digital Marketing & Comunicazione fornisce competenze specialistiche alle seguenti figure: Brand Manager, Product Manager, Marketing Manager, Brand Consultant, Project Manager, Strategic Planner, Web analyst, Digital media specialist, Digital PR, Digital Strategist, Social Media Manager, Fashion Influencer.

I contesti lavorativi sono individuati presso uffici commerciali di aziende di moda, uffici comunicazione, digital agencies catene retail moda, content developer per shop online, enti fieristici e istituzioni come confederazioni e consorzi di piccole e medie imprese, liberi professionisti nel settore del marketing e della comunicazione.

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

Gli insegnamenti saranno impartiti tramite lezioni frontali, con il supporto di strumentazione audio e video. Il Master prevede una soglia minima di frequenza del 75% delle ore per il rilascio dell'attestato finale di superamento. 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 Fashion Digital Marketing & Communication 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 di Milano di Adiuva S.r.l., in p.le Cadorna 10.

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

**Modulo 1: Implementare una relazione virtuale e digitale con l'utenza:** *conoscenza del mercato e del mondo moda, della psicologia e sociologia dei "nuovi consumi" e "nuovi target", dello sviluppo delle piattaforme online, delle tecniche di interazione nelle piattaforme social media.*

**Elementi di marketing** – *principi di base di marketing; il vantaggio competitivo; corporate strategy; leadership; pianificazione strategica e decision making; globalizzazione e internazionalizzazione; strategie di internazionalizzazione dei brand.*

**Web Marketing** – *sviluppo di tecniche di scrittura creativa di content management focalizzata per le attività online e in particolare per siti aziendali, social media.*

**Elementi di psicologia della comunicazione** – *applicazione di elementi di psicologia della comunicazione in relazione con la sociologia dei consumi abbinati a tecniche di negoziazione volte al raggiungimento di obiettivi e target di vendita.*

**Elementi di strategia della comunicazione** – *definizione del piano di comunicazione, della sua struttura strategica per la definizione di target e posizionamento attraverso il fanel come processo di marketing coadiuvato dalla definizione degli storytelling.*

**Piattaforme social** – conoscenza dei social come media indispensabili per il raggiungimento degli obiettivi di marketing e comunicazione. Individuazione e sviluppo delle tecniche e degli strumenti più appropriati per il raggiungimento dei target di interesse.

**Sistemi di comunicazione istantanea** – sviluppo delle capacità di utilizzo dei fast touch digitali in qualità di strumenti che creano e gestiscono interazioni.

**Tecniche di funzionamento e utilizzo di blog e chat** – utilizzare le preferenze degli utenti attraverso la comprensione e lo sviluppo di social media come fashion blog fashion chat.

**Tecniche di ottimizzazione delle pagine web per i social media** – strumenti e tecniche della pianificazione relativa ai social media con comprensione strategica degli elementi fondamentali per l'implementazione e l'ottimizzazione al fine di ottenere le migliori performance nel planning strategico.

**Elementi di programmazione per il web** – conoscenza e comprensione dei principali e più importanti software dedicati alla comunicazione online.

## **Modulo 2: Predisporre l'attività di comunicazione di un evento**

**Elementi di Comunicazione:** - sviluppo della strategia di comunicazione con l'utilizzo delle tecniche di definizione e creazione del messaggio più efficace a raggiungere il target e a sedimentare il concept individuato che caratterizza la comunicazione del brand.

**Elementi di marketing:** - decision making process per la definizione ed organizzazione delle attività a sostegno della strategia di marketing.

**Media per la comunicazione pubblicitaria:** - definizione di target, individuazione dei touch point, sviluppo della pianificazione in termini media e temporali al fine di ottimizzare le attività di media planning.

**Tecniche di analisi e segmentazione del target:** - analisi di segmentazione socio-demo e psicografica del target al fine di individuare i need dell'utente e sviluppare una pianificazione efficace.

**Tecniche di media planning tendenze grafiche:** - definizione di stili e mood creativi da integrare con le modalità di pianificazione previste al fine di ottimizzare l'efficacia della comunicazione.

## **Modulo 3: Fashion Digital**

Web marketing

Unconventional marketing

Marketing esperienziale

Influencer marketing

Viral contact

Brand affinity  
Brand reputation  
Advertainment  
Media hunting  
Sense providing

## **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**

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

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

### **1. Chi può fare domanda**

L'ammissione al Corso per Master in Fashion Digital Marketing and Communication 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).

In assenza di un titolo di laurea, è possibile presentare richiesta di partecipazione al Master in qualità di uditore esterno, che sarà presa in esame dalla Direzione Didattica, la quale, a suo insindacabile giudizio, si esprimerà sull'ammissibilità della domanda.

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

I candidati potranno iscriversi al Corso per Master fino al 10 settembre 2020.



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 Fashion Digital Marketing and Communication;
2. versare la quota di pre-iscrizione di € 800,00 (o di € 200,00 per le iscrizioni effettuate entro il 24 luglio 2020) rimborsabile entro 15 giorni dalla data di partenza del Master, presso la Segreteria della sede di Milano di Aduva S.r.l., Piazzale Cadorna 10, o tramite bonifico utilizzando le seguenti coordinate bancarie:

**Intestatario:**

SSML Mantova – Aduva

**IBAN:**

IT 78 C 02008 01600 000104229607

**Causale:**

Iscrizione Master FDMC – 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 sede di Milano presso Aduva S.r.l, P.le Cadorna, 10 - 20123 Milano;
  - invio tramite raccomandata con ricevuta di ritorno sede di Milano presso Aduva S.r.l, P.le Cadorna, 10 - 20123 Milano.

### **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 16 ottobre 2020 la I rata di € 1.500,00 con le stesse modalità di pagamento della pre-iscrizione.
2. versare entro il 22 gennaio 2021 la II rata di € 1.500,00 con le stesse modalità di pagamento della pre-iscrizione.
3. grazie a una convenzione con la SSML di Mantova, tutti i pagamenti del corso per Master possono essere finanziati con formula Prestitempo di Deutsche Bank. Per informazioni contattare la Segreteria della SSML di Mantova, e-mail [master.mn@unicollegessml.it](mailto:master.mn@unicollegessml.it).

#### **4. Borse di studio**

La SSML di Mantova mette a disposizione n. 3 borse di studio a copertura, rispettivamente, del 30%, 50% e 100% della retta di iscrizione al Master. La domanda di borsa di studio deve essere presentata entro e non oltre il 1 giugno 2020, corredata di CV e lettera motivazionale. Valutati il curriculum e la motivazione dei candidati, la Direzione Didattica decide, a suo insindacabile giudizio, sull'assegnazione delle borse di studio ai candidati più meritevoli.

#### **5 - RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO**

1. Il responsabile del procedimento di cui al presente bando è la Dott.ssa Arianna Riva, tel. 02 8738 8760, e-mail [master.mn@unicollegessml.it](mailto:master.mn@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, 10/01/2020

Il Direttore

Dott. Salvatore Cervone