

MILÃO

MASTER FASHION OMNICHANNEL & E-COMMERCE



Moldando o futuro do comércio de moda.

No mercado atual, sem uma estratégia comercial omnichannel profunda e bem estruturada, as marcas de moda não conseguem se sustentar. Nos últimos anos, vivemos mudanças significativas que exigem uma nova mentalidade, com o objetivo central de integrar os canais físicos e digitais. Este curso tem como objetivo formar futuros profissionais de negócios capazes de atender às demandas de empresas de moda e varejo cada vez mais orientadas a uma abordagem omnichannel.

Após o período da pandemia, houve um crescimento expressivo das vendas via e-commerce e uma redefinição da jornada do consumidor, hoje amplamente dominada pelos canais digitais.

Um foco especial é dedicado a exemplos inovadores e estudos de caso de marcas italianas de varejo que conseguem oferecer uma experiência integrada entre os ambientes online e offline. Além disso, o impacto das tecnologias digitais é amplamente abordado, juntamente com uma análise aprofundada de todo o ciclo do produto de moda: da cadeia de suprimentos e do processo criativo ao desenvolvimento dos planos de marketing e comunicação.

Os participantes aprendem a debater de forma crítica a convergência entre plataformas de comunicação e canais comerciais, assim como os desafios e questões dos novos mercados interconectados e internacionais, nos quais a sustentabilidade social e ambiental desempenha um papel fundamental.

FOCO DE APRENDIZAGEM

- Gestão em empresas de varejo
- Estratégias omnichannel e branding digital no varejo
- Visual merchandising e gestão de loja
- E-commerce e modelos de negócio omnichannel
- Análise de big data e desenvolvimento do relacionamento com o cliente
- Estratégias de marketing e varejo

POSSÍVEIS CARREIRAS

- Comprador omnichannel
- Merchandiser cross-channel
- Especialista em varejo digital
- Especialista em e-commerce
- Operações de varejo & cientista de dados

CURRÍCULO

O desenvolvimento estratégico da indústria da moda está ligado à recente expansão dos canais de varejo, combinando herança e inovação — das boutiques de rua ao e-commerce multimarcas.

No mercado atual, sem uma estratégia comercial omnichannel profunda e bem estruturada, as marcas de moda não conseguem sobreviver. Nos últimos anos, temos vivido mudanças significativas que exigem uma nova mentalidade, com o objetivo principal de integrar os canais físicos e digitais.

O curso dá atenção especial a exemplos inovadores e estudos de caso de marcas italianas de varejo que conseguem oferecer uma experiência integrada entre os ambientes online e offline. Além disso, o impacto das tecnologias digitais também é abordado, com uma análise aprofundada de todo o ciclo do produto de moda: da cadeia de suprimentos e do processo criativo ao desenvolvimento dos planos de marketing e comunicação.

Além disso, o impacto das tecnologias digitais também é abordado, com uma análise aprofundada de todo o ciclo do produto de moda: da cadeia de suprimentos e do processo criativo ao desenvolvimento dos planos de marketing e comunicação. Os participantes aprendem a debater de forma crítica a convergência entre plataformas de comunicação e canais comerciais, bem como os desafios e questões dos novos mercados interconectados e internacionais, nos quais a sustentabilidade social e ambiental desempenha um papel fundamental.

O curso capacita os alunos com competências essenciais para coletar, analisar e utilizar big data e KPIs relevantes, aliadas a uma compreensão qualitativa e aprofundada de tendências e insights de consumo, com uma abordagem comercial e estratégica. Essa formação prepara os participantes para enfrentar os desafios do futuro, com aplicação em diversas áreas profissionais da indústria da moda.

PLANO DE ESTUDOS

Semester	Subject Title	ECTS Credits
S1	Product Engineering	4
S1	History of Fashion	3
A	Fashion Product Development: from Conception to Consumer	8
S1	Fashion Trend Forecasting	4
S1	Management of Enterprise Performance	4
S1	Fashion Collection Design	4
S2	Corporate Organization	3
S2	Sociology, Anthropology and Psychology of Fashion	3
S2	Marketing	3
A	Organization Skills and Enterprise Performance Management	8
S2	Internship	10
A	Dissertation	6
TOTAL		60