دومین دوره‌ی آموزشی کوتاه‌مدت

"مدیریت اجرایی در تجارت و بازار بین‌المللی صنایع مد پوشاک و کالاهای جانبی"

زیر مجموعه‌ی دوره‌ی مشترک MBA دانشکده مهندسی نساجی، دانشگاه صنعتی امیرکبیر و دانشگاه بین‌المللی مد آرت

با حمایت **اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران**، دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر با مشارکت دانشگاه بین‌المللی مد آرت فرانسه برای دوره MBA مشترک، از طریق دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت و با همکاری انجمن‌ها و اتحادیه‌های تخصصی پوشاک و نساجی، دانشجوی کارشناسی‌ارشد و یا متقاضی تک‌درس پذیرش می‌نماید.

نکات مهم درباره دومین دوره‌ی آموزشی کوتاه‌مدت:

به‌منظور سهولت در شرکت، فراگیرشدن و بهره‌مندی بیشتر علاقه‌مندان، بخش اول دوره‌ی MBA در دانشگاه صنعتی امیرکبیر به چند دوره‌ی آموزشی کوتاه‌مدت شامل چند عنوان درس مستقل تقسیم‌بندی شده و حضور متقاضیان آشنا با موضوع‌های مهندسی، مدیریت، تجارت، مد، پوشاک و کالاهای جانبی در دوره‌های کوتاه‌مدت امکان‌پذیر است. دوره‌های کوتاه‌مدت به زبان انگلیسی توسط استادان مد آرت ودانشگاه امیرکبیر به همراه ترجمه‌ی فارسی همزمان برگزار می‌گردد. در پایان هر دوره‌ی کوتاه‌مدت برای شرکت‌کنندگانی که هر عنوان درسی در هر دوره را با موفقیت به پایان برسانند، گواهی مشترک دانشگاه صنعتی امیرکبیر و مد آرت صادر می‌شود.

تذکر: قبولی درهر دوره‌ی آموزشی کوتاه‌مدت که نتایج آنها به عنوان بخش اول دوره‌ی MBA در دانشگاه صنعتی امیرکبیر ثبت می‌گردد، شرط ادامه تحصیل برای بخش دوم دوره‌ی MBA در مد آرت می‌باشد.

- **زمان دوره: شنبه ۱۶ دیماه ۱۳۹۶ تا ۲۲ دیماه ۹۶**
- **ثبت‌نام برای هر عنوان درسی به‌صورت جداگانه و یا کل دوره‌ی آموزشی کوتاه‌مدت (دو عنوان درسی) امکان‌پذیر است.**
- **همراه داشتن لپ‌تاپ در تمامی کلاس‌ها برای شرکت‌کنندگان الزامی است .**
- **هزینه‌ی ثبت‌نام :**

ردیف	عنوان درس‌ها	مدرس	تاریخ برگزاری	مدت (ساعت)	هزینه (ریال)
۱	**LUXURY DISTRIBUTION** (استراتژی‌های توزیع کالا (عمده و خرده فروشی) در صنعت پوشاک)	Christelle Languillat و اساتید ایرانی	۹۶/۱۰/۱۶ تا ۹۶/۱۰/۱۸	۲۰ ساعت (۳ روز)	۲۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	**RETAIL / SALES ADMINISTRATION** (خرده فروشی و مدیریت فروشگاه در صنعت پوشاک)	Christelle Languillat و اساتید ایرانی	۹۶/۱۰/۱۹ تا ۹۶/۱۰/۲۲	۲۰ ساعت (۳ روز)	۲۰,۰۰۰,۰۰۰

- **معرفی شدگان از طرف اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران شامل ۲۰ درصد تخفیف می باشند.**
- **معرفی شدگان از طرف سایر انجمن‌های تخصصی صنایع نساجی، پوشاک و چرم شامل ۱۰ درصد تخفیف میباشند.**

جهت ثبت‌نام و پرداخت هزینه اینجا کلیک نمایید. یا با شماره ۰۲۱۸۸۹۲۱۴۹۳ سرکار خانم اسماعیلی تماس حاصل فرمایید.

عنوان درس‌های دومین دوره‌ی آموزشی کوتاه‌مدت

2th CHOSEN MODULES FOR IRANIAN STUDENTS associated with the MOD ART INTERNATIONAL PARIS program.

1- LUXURY DISTRIBUTION (20 hours)
Learning objectives: How to make distribution strategic choices (wholesale/retail breakdown) within ready to wear and accessory environment
At the end of the session the student will be able to : - Chose the adapted distribution network and know about distribution contracts - Sell in B to B - Organise a sales showroom - Prospect different territories, contact different clients and evaluate the different stakes - Sell ready to wear and accessory collections in show room and use sales tools.
I – UNDERSTANDING DISTRIBUTION
A – Distribution policy 1- Differences with network channel… 2- How to chose a distribution network according to the strategy 3- The different networks (direct, indirect…) 4- Intensive, selective or exclusive distribution
B- Retail distribution = integrated - 1 definition - 2 Branches
C- Wholesale distribution 1- Selective distribution - Principles: stakes and definition - Legal frame - Agreements with or without contract, General Terms of sale 2- Example: Burberry, Barbara Bui
D- Specificities and development axis of distribution 1 – The distribution strategies a. Cross chanel strategy development differences between multi, cross, and omni-channel distribution 2 – Introduction to travel retail b. Description of activity c. Concerned areas

II – WHOLESALE

A – What is wholesale

1– Definitions (Principles and stakes)

2– The different persons in charge

3– Multi brand show rooms

4– The different buyers in the world (Key multi brand stores in the world, department stores, e-commerce clients)

5– Calculating prices

Exercises

B - Commercial tasks chronology

1- Prospection according to each territory

a. Evaluating each zone

b. Preparing prospects lists

c. Client data base and prospection

2- Negotiation strategy

3- Analysis charts (Budgets, sales reports, figures analysis)

4- Before selling in show room

a. Taking appointment

b. Familiarisation with products/prices and designer brief

5- Show room preparation

a. The different service providers and their prices (models, catering, sales persons…)

b. Settings

Worskhop : organising a show room

6- The steps of selling in show rooms

a. Why clients are buying

b. 10 key steps of a sale

c. Reaching the budget

C - Sales book

1- The purpose

2- General presentation

3- Incoterms

4- Examples

Final Exam : Written exam based on knowledge (written materials and oral comments)

2- RETAIL / SALES ADMINISTRATION (20 hours)

Learning objectives:

- Management skill : how to set up an appropriate management style according to the company
- Technical skill : how to analyse retail figures (charts, KPI, performance analyses)

I – Shop management : Human skills A. Management styles(directive, participative…)
B. Develop leadership (set up targets, SMART method)
II – Shop management : Technical skills A. Shop management B. Sales management : Key Performance Indicators 1. Analysis of break even point 2. Margin analysis (gross margin mark-up margin, coefficient) exercises 3. Stock management 4. Comparing performances 5. Ratios 6. CRM (customer relationship management)
Written exam
III – Sales administration A- Definition (job description) B- Year board C- Priorities
IV – Sales administration and supply chain A- Definition, stakes B- Analysis of supply chains (Zara H&M Vuitton Céline…) C- Externalisation, stakes and different logistic service providers (Déret, DHL…)
Oral presentations

Final Exam : Written exam based on knowledge (written materials and oral comments)