## ***Kurzusleírás (tematika)***

|  |
| --- |
| Kurzus neve: Fashion Business |
| A kurzus oktatója/i, elérhetősége(i): textil@mome.huBata-Jakab Zsófia, Forintos-Szűcs Anita, Zolcsák Cintia, Chen Mónika, Martényi Tímea |
| Kód: M-SZ-301-DI-20210117 | Kapcsolódó tanterv (szak/szint): MA1MA2 | A tantárgy helye a tantervben (szemeszter): őszi szemeszter | Kredit: 5 | Tanóraszám: 24Egyéni hallgatói munkaóra:  |
| Kapcsolt kódok:- | Típus: (szeminárium/előadás/gyakorlat/konzultáció stb.) | Szab.vál-ként felvehető-e? igen | Szab.vál. esetén sajátos előfeltételek:A kurzus nyitott max. 20 fő ebből Divat,Textil, Jelmez MA1, MA2 max. 15fő, Designmenedzser szak max. 5fő |
| A kurzus kapcsolatai (előfeltételek, párhuzamosságok): előfeltétel: A kurzus nyitott max. 20 fő ebből Divat,Textil, Jelmez MA1, MA2 max. 15fő, Designmenedzser szak max. 5fő |
| A kurzus célja és alapelvei: A Magyar Divat- és Design Ügynökség (HFDA) előadói által tartott Fashion Business kurzus a divatszakmában való eligazodáshoz nyújt ismereteket. Tárgyalja az üzleti témákat, beleértve a márkaépítést, a gyártást, a marketinget és a kiskereskedelmet, a divatvilágban való érvényesüléshez és “túléléshez” szükséges gyakorlati üzleti készségekre összpontosít.A divat üzlet. Akár saját márkát alapítasz, akár egy divatház vezető tervezőjeként, akár egy fast fashion márka csapatának a tagjaként dolgozol, az iparág 360°-os megértése és az üzleti ismeretek elsajátítása rendkívül fontos a mindennapi munkakörökben felmerülő problémák kezelésében, és hozzájárul ahhoz, hogy a divatvilágban sikeres lehess.A márkaépítéstől a vevőknek való értékesítésig rengeteg mindent figyelembe kell venni egy divatcég alapításakor, vezetésekor. A kurzus célja, hogy a hallgatókat mentorálja, csökkentve az útközben elkövetett hibákat és fejlessze üzleti készségeiket.A kurzus célja, hogy felkészítsen a divat világába való belépésre. |
| Tanulási eredmények (fejlesztendő szakmai és általános kompetenciák):Tudás: Érti a szűkebb szakterületén kívüli vagy szélesebb összefüggéseket, felvetéseket, megközelítéseket.Ismer szakterületén túli vagy szélesebb problémavilágokat, megközelítéseket, megoldásmódokat.Képesség: Szakterületén túli vagy szélesebb gondolatkörökben tájékozódik.Kommunikál szakterületén túli vagy szélesebb gondolkodásmóddal rendelkezőkkel.Attitűd: Nyitott saját szakterülete határainak átlépésére.Törekszik más terüeteken történő tájékozódásra, ismeretszerzésre.Autonómia és felelősségvállalás: Önállóan tájékozódik szakterületén túli ismeretekről.Szakmai támogatás mellett együttműködik más gondolatkörök képviselőivel. |
| A kurzus keretében feldolgozandó témakörök, témák: 1. Branding
2. Termékfejlesztés
3. Wholesale
4. Marketing
5. Retail
6. Üzleti terv
 |
| Tanulásszervezés/folyamatszervezés sajátosságai: A kurzus menete, az egyes foglalkozások jellege és ütemezésük (több tanár esetén akár a tanári közreműködés megosztását is jelezve: 2021.09.17. és 24. - Chen MónikaFeladat prezentálásaMARKETING* Integrált marketing stratégia és akcióterv
* 360 fokos marketing terv készítése
* Költségvetés és teljesítményértékelés
* Kampánytervezés és menedzsment (saját - média - whs)
* Utókövetés
* Transzparencia

2021.10.01. és 08. - Forintos-Szűcs AnitaWHOLESALE * Showroom
* Trade show
* Árazás
* Szerződési feltételek

2021.10.15. és 22. - Zolcsák CintiaTERMÉKFEJLESZTÉS* Kollekció stratégiai tervezése
* Termékfejlesztés és innováció menedzsment
* Piackutatás
* Alapanyagok / Szakvásárok
* Gyártók (hazai és nemzetközi, dokumentáció)
* Szabásminták
* Méretezés
* Minőségellenőrzés
* Trendek
* Fenntarthatóság
* Arculati elemek (csomagolás, címkézés)

2021.10.22. RÉSZFELADATOK BENYÚJTÁSA2021.10.29. és 11.05. - Bata-Jakab ZsófiaBRANDING* A márkaépítés legfontosabb lépései (márka koncepció ID/DNS)
* Márka aktiváció és storytelling
* Márkanév
* Márka stratégia
* Célcsoport meghatározása
* Brandelemzés
* Brand értékeinek meghatározása
* Brand vizuális megjelenése
* Vizuális és minőségi érzékenyítés
* Best practice hazai és nemzetközi
* Case study (hazai és nemzetközi)

2021.11.12. és 19. - Bata-Jakab Zsófia & Martényi TímeaRETAIL* Retail management
* Eladási technikák
* Éves értékesítési naptár
* Árazás
* Buying folyamat
* Vizuális 'értékesítés' = visual merchandising (szettek, színek harmonizálása, tematikus rendezés, kirakat és próbababák)
* Disztribúciós stratégia, csatornák (saját webshop, nagykereskedelem, showroomok, saját üzlet, pop-up, multibrand üzletek és áruházak)

2021.11.26. és 12.03. - Forintos-Szűcs AnitaÜZLETI TERV* Logisztika
* Költségvetés, árak, költségtervezés & rejtett költségek
* Költségvetés, árak, költségtervezés & rejtett költségek
* Tőke & befektetők & cash flow
* Könyvelés (üzleti mérleg értelmezése)
* Üzleti tervezés & működő üzleti modellek
* Csapatmunka és vezetés
* Ellátási lánc
* Time menedzsment, tervezés, kivitelezés
* Copyright, Trademark, szabadalom
* Copyright, Trademark, szabadalom

2022. január (pontos dátumok egyeztetés alatt) - Bata-Jakab Zsófi & Forintos-Szűcs AnitaVIZSGAA hallgatók tennivalói, feladatai:A feladat során a hallgatók a számukra kiosztásra került, különböző kategóriákat képviselő márkák (sportswear, streetwear, ready-to-wear, swimwear, accessories) versenytársait alkotják meg. Az adott példa alapján szükséges egy olyan fiktív márka létrehozása, amely versenytársa lehet a példában megadottnak. A márka teljes megalkotása a hallgató feladata a kiadott házifeladatok és az előadások mind abban segítik a hallgatót, hogy a kapott feladatot a legjobb tudása szerint el tudja végezni. A vizsgára készítendő dokumentum neve: Márka koncepció dokumentum.Ebben várjuk, hogy a hallgatók összefoglalják a kutatásaik során felhalmozott eredményeiket, és ismertessék az általuk megalkotott márka sajátos jegyeit.MÁRKA KONCEPCIÓ DOKUMENTUMA kurzus végére a hallgatók az előadásokon hallottak alapján vizsgamunkaként elkészítenek egy márka koncepció dokumentumot, amely az alábbiakat tartalmazza:MEGVALÓSÍTÁS, FORMAI KÖVETELMÉNYEKFormai követelmények:• Min. 15 max. 20 diából/oldalból álló PDF dokumentum• Digitális formátumban elkészített prezentáció• az eszköz, amely segítségével a prezentáció készül szabadon választott (ppt. Illusztrátor, Photoshop, InDesign stb…)Tartalom:• Márkanév• Márkatörténet, DNS/ID, értékek, USP• Célközönség, versenytársak• Marketing mix• Disztribúciós stratégia• Termékskála, termékcsaládok bemutatása• Fiktív kollekció struktúra, felépítés (SS22)• kollekció leírás (SS22)• inspiráció, moodboard• kollekció tábla anyagokkal, színekkel• min. 5 sziluettből álló, koncepcióba illő, digitális látványterv• Arculati elemek• logó• csomagolás• tagek, ruhacímke• vállfa• köszönő kártya stb.• product placement terv (koncepcióba illő, digitális látványterv)• Üzleti terv• eladási árak, versenytársak árai• költségekA vizsgamunka és a vizsga idővonala:• **2021. szeptember 17.** – Vizsgafeladat és a hozzárendelt határidők, mérföldkövek ismertetése a hallgatókkal, formai követelmények meghatározása, első házi feladatok kiadása részletes leírással és határidővel. • **2021. október 22.** – Részfeladatok benyújtása a hallgatók részéről a MOME és a HFDA számára, ebben a stádiumban a leadott prezentációnak az alábbi követelményeknek szükséges megfelelniük: o addig kiadott házi feladatok alapján elkészített anyagok feltüntetéseo korábban kiadott részletes formai követelményeko kezdetleges arculati elemek alkalmazása (szín, betűtípus, logó tervezet) • **2021. október 29.** – Visszajelzés érkezik a HFDA részéről a leadott munkákra, felhívva a figyelmet az esetleges hiányosságokra, pótolni való feladatokra. • **Prezentáció a vizsgaidőszakban**A hallgatók a vizsgára végleges, a korábban megadott formai követelményeknek megfelelő prezentációval szükséges, hogy érkezzenek, és előadják azt a vizsgabizottság számára. Minden hallgatónak 30 perc áll rendelkezésre a prezentációja bemutatására, illetve 10-15 perc a vizsgabizottságtól érkező kérdések megválaszolására. A vizsgára hozott anyagokat a hallgató előzetesen rendelkezésre bocsátja a MOME és a HFDA számára, a vizsga időpontja előtt 1 munkanappal. Amennyiben a prezentáció rendelkezésre bocsátása a megadott időpontban nem történik meg, a hallgató az adott kurzusból nem vizsgázhat. A tanulás környezete: (pl. tanterem, stúdió, műterem, külső helyszín, online, vállalati gyakorlat stb.)tanterem |
| Értékelés:(Több tanár és tanáronként külön értékelés esetén tanáronként megbontva)Teljesítendő követelmények:Márka koncepció dokumentumÉrtékelés módja: (milyen módszerekkel zajlik az értékelés {teszt, szóbeli felelet, gyakorlati demonstráció stb.})Záró prezentáció a vizsgaidőaszakbanAz értékelés szempontjai (mi mindent veszünk figyelembe az értékelésben): * Tartalom - a követelményben szereplő anyagok milyen mértékben lettek beépítve
* Vizuális igényesség - a követelményben szereplő arculati elemek kreatív felhasználása, a prezentáció vizuális felépítése
* Szakmai megközelítés - a követelményben szereplő feladatrészek szakmai oldalról megközelítése
* Kutatómunka - a feladatok elvégzése sok kutatómunkát igényel, amit végleges anyagnak tükröznie kell
 |
| Az érdemjegy kiszámítása (az egyes értékelt követelmények eredménye hogyan jelenik meg a végső érdemjegyben? {pl. arányok, pontok, súlyok}): Értékelés:* 91-100%: jeles
* 81-90%: jó
* 71-80%: közepes
* 61-70%: elégséges
* 0-60%: elégtelen
 |
| Kötelező irodalom: FASHIONARY: The Fashion Business ManualFASHIONARY: FashionpediaAjánlott irodalom:[www.businessoffashion.com](http://www.businessoffashion.com) |
| Egyéb információk: |
| Máshol/korábban szerzett tudás elismerése/ validációs elv:* + *nem adható felmentés a kurzuson való részvétel és teljesítés alól,*
	+ *felmentés adható egyes kompetenciák megszerzése, feladatok teljesítése alól,*
	+ *más, tevékenységgel egyes feladatok kiválhatók,*
	+ *teljes felmentés adható.*
 |
| Tanórán kívüli konzultációs időpontok és helyszín:  |