Fashion Management

Nachhaltigkeitsmanagement · Anbieter: IU Akademie IU Internationale Hochschule

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: auf Anfrage

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Online
Lernformat	Self-Paced
Dauer	4 Monate in Vollzeit oder 8 Monate in Teilzeit
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 14 Tage
Vorkenntnisse	Keine Vorerfahrung
Abschluss	Zeugnis auf Hochschulniveau
Inklusive	Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen)

Bildungsträger & Kontakt

IU Akademie IU Internationale Hochschule
Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
Telefon: 030 22027283
E-Mail: weiterbildung@iu-akademie.de
Web: https://www.iu-akademie.de

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Nachhaltiges Denken und Handeln ist in der Modebranche angekommen. Sowohl bei den Konsument:innen als auch den Unternehmen. Wer in Zukunft im Bereich Fashion erfolgreich sein will, muss sich mit den neuen Anforderungen der Kund:innen, der Mitarbeitenden und der Gesellschaft auseinandersetzen. Dein Interesse für Mode baust Du mit Deiner Online-Weiterbildung Fashion Management aus. Und wirst zur:m Fashion Manager:in der Zukunft.

Die von Grund auf schnelllebige Modeindustrie steht vor einem Wandel: Nachhaltigkeit wird zum Trend und führt zu wesentlichen Veränderungen in der Fashionindustrie. Mit Deiner Online-Weiterbildung in Fashion Management schlägst Du die Brücke zwischen betriebswirtschaftlichen Theorien, Methoden sowie Strategien und der Modeindustrie. Für Dich geht es darum, die nachhaltige Entwicklung aus einer wirtschaftlich vorteilhaften Perspektive zu betrachten. Darum lernst Du in Deiner Weiterbildung Fashion Management sowohl Inhalte im Mode-Markenmanagement als auch Einblicke in die Sortimentsplanung und das Ordermanagement sowie Aspekte des Leadership 4.0 kennen. Abgerundet wird Dein neues Wissen mit Deiner Seminararbeit im Bereich Corporate Social Responsibility in der Modebranche. Denn die Anforderungen der Kund:innen steigen bereits jetzt und vielen Unternehmen steht noch ein hoher Aufwand bevor, diesen Anforderungen gerecht zu werden. Nach Deiner Weiterbildung bist Du daher eine nachgefragte Person, wenn es um das Fashion Management der Zukunft geht.

02 Lehrplan & Module

1. Mode-Markenmanagement

Markenführung ist insbesondere im Premium- und Luxus-Segment der Modebranche von zentraler Bedeutung. Die Studierenden lernen in diesem Kurs die Grundlagen des Markenmanagements auf Modemarken anzuwenden. Darüber hinaus vermittelt der Kurs spezifische, für die Modebranche relevante, Kenntnisse der Markenführung. Dazu zählen u. a.:
Kursinhalte
Grundlagen des Markenmanagements Aktuelle Herausforderungen und Rahmenbedingungen des Markenmanagements
Der Markenbegriff und Funktionen einer Marke
Ziele und Aufgaben des Markenmanagements
Markenidentität und Markenpositionierung Erfassung und Entwicklung der Markenidentität
Markenpositionierung als Grundlage der Markenführung
Marktsegmentierung und Zielgruppendefinition
Management von Markenerweiterungen Ziele und Arten der Markenerweiterung
Co-Branding
Limited Editions
Markenlizenzierung
Management von Handelsmarken Händlermarken in Abgrenzung zu Handelsmarken
Ziele und Erscheinungsformen von Handelsmarken
Digitale Markenführung Anwendung von Customer Experience und Touchpoint Management
Content-Marketing zur Markenstärkung
Influencer-Marketing
Markencontrolling Bedeutung und Gestaltungsdimensionen
Messgrößen des Markenerfolgs
Monetäre Messung des Markenwerts
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Hausarbeit

2. Sortimentsplanung und Ordermanagement

Das Ziel dieses Kurses besteht darin, die Studierenden in die Lage zu versetzen, den Einkauf im Modehandel zu planen und durchzuführen. Dazu lernen die Studierenden zunächst die grundlegenden Methoden der Handelsrechnung anzuwenden. Im nächsten Schritt erfahren sie, wie Sortimentskategorien gebildet und strukturiert werden. Sie lernen Kategorieziele zu definieren und Maßnahmen zur Erreichung dieser Ziele zu bestimmen. Wichtig ist in diesem Kontext auch, den Erfolg von Sortimenten und Sortimentszeilen zu analysieren. Deshalb sind wichtige Methoden des Sortimentscontrollings, wie z. B. die Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER), ebenfalls Bestandteil des Kurses. Auf Basis dieser Kenntnisse lernen die Studierenden dann die Technik der Bestands- und Einkaufsplanung kennen und anzuwenden. Darauf aufbauend behandelt der Kurs im Rahmen des Ordermanagements die Vorbereitung von Orderterminen sowie Verhandlungsstrategien.
Kursinhalte
Grundlegende Elemente der Handelsrechnung Entstehung des Operativen Ergebnisses
Berechnung der Wareneinstandskosten
Kennzahlen zur Bestimmung des Sortimentserfolgs
Grundlagen der Kalkulation Kalkulationsschemata
Kalkulationsarten
Die Kalkulation als Zielgröße
Category Management in Fashion Grundlagen des Category Managements
Ansätze der Sortimentsstrukturierung
Formulierung von Sortimentsstrategien
Sortimentscontrolling Die Kurzfristige Erfolgsrechnung (KER)
Methoden der Sortimentsanalyse
Abschriftenmanagement Die Entstehung von Abschriften
Ansätze zur Abschriftenvermeidung
Abschriftensteuerung
Bestands- und Einkaufsplanung Bestands- und Limit-Planung
Open-to-Buy-Rechnung
Flächensteuerung
Ordermanagement Ordervorbereitung
Konditionenarten im Modehandel
Verhandlungsführung im Wareneinkauf
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

3. Seminar: Corporate Social Responsibility in der Modebranche

Im Rahmen des Seminars „Corporate Social Responsibility in der Modebranche“ erstellen die Studierenden zu einem Fachthema eine Seminararbeit und präsentieren ihre Ergebnisse in Form einer schriftlichen Ausarbeitung. Die Studierenden stellen so unter Beweis, dass sie in der Lage sind, sich selbstständig in ein CSR-Thema einzuarbeiten und die gewonnenen Erkenntnisse strukturiert zu dokumentieren.
Kursinhalte
Das Seminar behandelt aktuelle Themen zur sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit in der Modebranche. Jeder Teilnehmer muss zu einem ihm zugewiesenen Thema eine Seminararbeit erstellen und die Inhalte einer schriftlichen Ausarbeitung präsentieren.
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Seminararbeit

4. Leadership 4.0

Wettbewerbsfähigkeit hängt heute mehr denn je von konstanter Innovationsfähigkeit ab. Das stellt neue Anforderungen an das Management von Firmen. Die Aufgabe erfolgreicher Innovations- und Unternehmenslenkende besteht nicht mehr darin, Richtung und Lösungen vorzugeben, sondern einen Rahmen zu schaffen, in dem Andere Innovationen entwickeln. Dieser Wandel, der sich derzeit mit voller Kraft in Unternehmen vollzieht, erfordert eine Weiterentwicklung des klassischen Führungsbegriffs und dessen Prinzipien. Geschäftsmodelle stehen vor dem Hintergrund des Digitalen Wandels sowie dem Vormarsch der Künstlichen Intelligenz permanent auf dem Prüfstand. Es gilt daher, einerseits an mehreren Projekten gleichzeitig zu arbeiten, sich jederzeit flexibel veränderten Rahmenbedingungen anzupassen; auf der anderen Seite wollen Mitarbeiter anders in den Arbeitsprozess eingebunden werden. Sinn und Flexibilität für deren persönliche und familiäre Situation spielen dabei zunehmend eine Rolle. Innovations- und Unternehmenslenker können all diesen vielfältigen Herausforderungen nur mit Leadership begegnen, indem sie andere inspirieren, weiter zu denken und bereichsübergreifend zu handeln, also visionär zu sein. Ein Verständnis, Wissen und Instrumentarien hierzu sollen in dem Kurs vermittelt werden.
Kursinhalte
Grundlagen des Führungsbegriffs Definition des Führungsbegriffs und der Führungstätigkeit
Entwicklung des Verständnisses von Führung
Neue Herausforderungen von Führung
Leadership 4.0-Modelle Klassische Führungsmodelle
New Leadership
Leadership und Management Definition und Abgrenzung der Konstrukte
Leadership und Management in einer digitalen Arbeitswelt
Organisationale Faktoren für erfolgreiches Leadership Aufbau der Unternehmensorganisation
Rolle der Unternehmenskultur
Modelle menschlichen Verhaltens
Organisationale Resilienz
Persönliche Faktoren für erfolgreiches Leadership Persönliche Kompetenzen
Digitale Kompetenzen
Methodische Kompetenzen
Zukunftskompetenzen
Leadership in der Praxis Direkte und indirekte Führungsinstrumente
Kommunikation und Führung
Führungsdilemmata
Führungskräfteentwicklung
Grenzen des Leadership
Fakten zum Modul: Niveau: Bachelor · Unterrichtssprache: Deutsch · 5 ECTS-Punkte · Modulprüfung: Klausur, 90 Minuten

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: Zeugnis auf Hochschulniveau

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Keine Vorerfahrung

Zulassungsvoraussetzung: gute Deutschkenntnisse auf B2-Niveau.

Die Weiterbildung ist auf dem inhaltlichen Niveau eines Bachelor Studiengangs. Eine Weiterbildung auf Bachelor-Niveau vermittelt grundlegende Kenntnisse und Fähigkeiten in einem bestimmten Fachbereich.

Technische Voraussetzungen

Laptop mit Internetzugang.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- Fachkräfte

Mögliche Berufsbilder: Brand Manager, Category Manager, Strategischer Einkäufer

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

IU Akademie IU Internationale Hochschule · Juri-Gagarin-Ring 152, 99084 Erfurt
030 22027283 · weiterbildung@iu-akademie.de · https://www.iu-akademie.de

Online ansehen