



MILÃO

SEMESTER FASHION MARKETING, DIGITAL COMMUNICATION & MEDIA

Ao longo do curso semestral, os participantes terão a oportunidade de se aprofundar nas diferentes estratégias de marketing e comunicação utilizadas por marcas de moda e luxo para competir no mercado. Os estudantes também explorarão temas como pesquisa e previsão de tendências, mercado editorial, publicidade, história e sociologia da moda.

O curso é destinado a estudantes que tenham concluído pelo menos um ano de graduação em gestão de moda, marketing e/ou comunicação, bem como a alunos de cursos relacionados à área de negócios que desejem conhecer melhor o universo empresarial da moda e do luxo.

FOCO DE APRENDIZAGEM

Brand Communication

O curso foca nas teorias e metodologias fundamentais de Brand Management, aprofundando questões estratégicas relacionadas à imagem de marca, identidade de marca, brand equity e experiência de marca. Nesse contexto, os estudantes aprendem a desenvolver planos estratégicos e campanhas promocionais para marcas de moda, tanto em ambientes online quanto offline. O curso também introduz a análise dos principais fatores de sucesso, do comportamento do consumidor e dos possíveis riscos das estratégias de comunicação e extensão de marca. Os alunos exploram como gerar respostas emocionais e desejo, investigando características de marca que atendem às necessidades emocionais e aspirações dos consumidores.

The New Editorial Environment

Durante o curso, os estudantes terão a oportunidade de vivenciar as dinâmicas típicas de uma redação editorial, desenvolvendo uma revista de moda e outros produtos editoriais digitais alinhados à atual transformação digital.

Fundamentals of Fashion Styling: Ao longo do curso, os alunos aprendem quem é o Fashion Stylist, como ele/ela atua e como aplicar habilidades de comunicação ao Fashion Styling.

Advertising & Digital Storytelling

O curso introduz os fundamentos de UX (User Experience Design) para orquestrar jornadas de consumo envolventes. Nesse contexto, os estudantes aprendem a desenvolver estratégias de comunicação visionárias para ambientes totalmente digitais, explorando as oportunidades geradas pela hibridização da indústria da moda com o universo dos games e do metaverso. Como resultado, aprofundam fenômenos de mercado como skins digitais, redes sociais de avatares e o comportamento do consumidor de gêmeos digitais (digital twins).

Fashion Trend Forecasting

Os estudantes aprendem as teorias e metodologias fundamentais relacionadas à difusão de tendências e à previsão de moda. O curso dá atenção especial ao papel da tecnologia no suporte a ferramentas preditivas, explorando o campo do fashion forecasting orientado por IA. Assim, os alunos adquirem uma compreensão aprofundada de novas abordagens metodológicas, como reconhecimento de imagem e social media listening. Além disso, aprendem a interpretar relatórios de tendências baseados em IA e a desenvolver soluções de negócios apoiadas em insights de mercado e indústria provenientes de IA e Big Data.

Fashion Marketing

Você compreenderá o papel da moda na satisfação de diferentes necessidades do consumidor e será introduzido a conceitos fundamentais de marketing estratégico, especialmente segmentação, posicionamento e targeting. Além disso, entenderá como marcas de moda e luxo gerenciam o chamado “marketing mix”, incluindo decisões relacionadas a produto, preço, distribuição e promoção.

Fashion Business Organisation

Durante o curso, os estudantes desenvolvem uma compreensão aprofundada das diferentes estratégias e modelos de negócios ao longo de todos os mercados do sistema da moda. Os alunos aprendem a realizar análises do setor considerando fatores como valor de mercado, rentabilidade, barreiras de entrada e grau de concentração. Também entram em contato com diferentes abordagens de gestão estratégica, familiarizando-se com os fundamentos do planejamento de negócios.

Psychology and Sociology of Fashion

Por meio de contribuições da Antropologia, Sociologia e Psicologia, você descobrirá um arcabouço crítico-interpretativo para abordar os fenômenos da moda em relação ao seu contexto sociocultural. O curso amplia a compreensão sobre os domínios do vestuário, adorno, estilo, aparência pessoal, figurino e moda, analisando o papel das roupas, acessórios e ornamentações na criação de símbolos culturais, na mediação de relações sociais e na construção de identidades pessoais e coletivas.

History and Criticism of Contemporary Fashion

O curso explora a evolução das estéticas globais com foco na história do vestuário e da moda em países não ocidentais. É dada atenção especial ao Japão, China, Índia e Oriente Médio. Nesse contexto, fenômenos como moda modesta, exotismo, orientalismo e apropriação cultural são analisados criticamente. Os estudantes aprendem a analisar esteticamente ícones e símbolos em relação às tendências contemporâneas, aos movimentos culturais e à inovação em têxteis e materiais.

Subject	Lesson Hours	ECTS*
Brand Communication	20	2
The New Editorial Environment & Fashion Styling	37,5	4
Advertising & Digital Storytelling	20	2
Fashion Trend Forecasting	20	2
Fashion Marketing	32,5	5
Fashion Business Organisation	40	5
Psychology and Sociology of Fashion	32,5	5
History and Criticism of Contemporary Fashion	32,5	5
Total	235	30