



LONDRES

SEMESTER FASHION BUSINESS & BUYING

Selecionar uma combinação equilibrada de produtos e marcas que atenda plenamente às metas de vendas da empresa, às demandas do consumidor e às necessidades do mercado: esse é o objetivo central do Fashion Buyer.

Este curso semestral aborda competências em tendências, branding e ciclo de vida do produto, além de investigar posicionamento contemporâneo de produtos e controle de gestão, sempre considerando o ritmo acelerado da indústria da moda.

Voltado para estudantes com pelo menos um ano de formação prévia em nível de graduação em fashion buying, negócios ou áreas afins, este curso de curta duração inspira os participantes a desenvolverem uma visão estratégica e inovadora de negócios, ao mesmo tempo em que amplia horizontes para o crescimento pessoal e o desenvolvimento de carreira futura.

FOCO DE APRENDIZAGEM

Semestre 1 • Início no outono

- Fashion Psychology
- Interdisciplinary Project
- Brand Insight
- Fashion Digital
- Fashion Promotional

Semestre 2 • Início na primavera

- Project Management
- Green Marketing
- Visionary Research
- Luxury Business Models
- Finance and Management Control

CURRICULO

Fashion Business & Buying – Início em outubro

Visual and Emotional Branding

Na unidade Visual and Emotional Branding, os estudantes irão desenvolver e reconhecer os referenciais teóricos utilizados para explicar a natureza complexa das marcas, do branding e da comunicação. A unidade introduz a análise dos principais fatores de sucesso, do comportamento do consumidor e dos potenciais riscos das estratégias de comunicação e extensão de marca. Os alunos irão explorar a prática de despertar respostas emocionais e desejo, investigando atributos de marca que atendem às necessidades emocionais e aspirações dos consumidores. Como parte da unidade, os estudantes aprenderão frameworks visuais digitais alinhados a padrões profissionais e de empregabilidade no branding emocional. Também irão avaliar os elementos de diferentes tipos de campanhas de marketing de marca, com foco especial em marcas de moda e branding inovador, como sustentabilidade, diversidade e moda responsável.

Contemporary Product

A unidade Contemporary Product tem como objetivo desenvolver competências eficazes de gestão, capacitando os alunos a gerenciar recursos, equipes e tempo no planejamento e na produção de um produto de moda de luxo. Os estudantes analisarão as etapas-chave da formulação, desenvolvimento e implementação de uma coleção, trabalhando o ciclo de vida de produtos reais por meio de projetos com a indústria desenvolvidos em sala de aula.

Também são estudados gestão digital da cadeia de suprimentos, planejamento de sortimento e desenvolvimento de produto, permitindo compreender todo o processo do ciclo de vida do produto. Os alunos também se familiarizarão com tendências de moda, previsão e análise de tendências. Irão conhecer novos avanços em têxteis e fibras inovadoras, além de demonstrar uma aplicação avançada das principais tendências nos processos de design, desenvolvimento e produção, considerando ética e sustentabilidade.

Finance and Management Control

Esta unidade aborda dois temas principais: Finanças Empresariais e Controle de Gestão, com o objetivo de desenvolver as competências dos estudantes em análise financeira e sua capacidade de avaliar diferentes aspectos das finanças corporativas e da gestão no contexto da moda. Os tópicos exploram e aprofundam os conhecimentos adquiridos no primeiro ano em economia e negócios, com foco mais detalhado em finanças. Entre os temas abordados estão: análise fundamental de demonstrações financeiras, avaliação de investimentos, orçamentação, análise de variações, gestão de custos e previsão de fluxo de caixa.

Fashion Business & Buying • Início em janeiro

Contemporary Product

A unidade Contemporary Product tem como objetivo desenvolver competências eficazes de gestão, capacitando os estudantes a gerenciar recursos, equipes e tempo no planejamento e na produção de um produto de moda de luxo. Os alunos analisam as etapas-chave da formulação, desenvolvimento e implementação de uma coleção, trabalhando com o ciclo de vida de produtos reais por meio de projetos com a indústria desenvolvidos em sala de aula. Também são estudados gestão digital da cadeia de suprimentos, planejamento de sortimento e desenvolvimento de produto, permitindo compreender todo o processo do ciclo de vida do produto. Os estudantes tornam-se familiarizados com tendências de moda, previsão e análise de tendências.

Descobrem novos avanços em têxteis e fibras inovadoras e são capazes de demonstrar uma aplicação avançada das principais tendências nos processos de design, desenvolvimento e produção, considerando ética e sustentabilidade.

Fashion Next

A unidade Fashion Next tem como objetivo compreender e reconhecer a evolução constante do setor da moda, com forte contextualização do futuro do mundo, incluindo mudanças climáticas, gestão de recursos, condições econômicas vulneráveis e a transformação do comportamento do consumidor. Os estudantes realizam pesquisas visionárias para entender os desafios da indústria da moda nesses contextos. Ao longo da unidade, aprendem sobre as principais mudanças no green marketing e as tendências do futuro, além de como adotar ações responsáveis para proteger o meio ambiente e melhorar a vida de consumidores, trabalhadores e fornecedores da moda em escala global. Os alunos também estudam processos têxteis inovadores utilizados na moda. A análise das mudanças na sazonalidade da moda em relação ao e-commerce e aos canais tradicionais de distribuição ajuda a compreender a indústria da moda contemporânea e os possíveis mercados de moda do futuro.

Finance and Management Control

Esta unidade aborda dois temas principais: Finanças Empresariais e Controle de Gestão, com o objetivo de desenvolver as competências dos estudantes em análise financeira e aprimorar sua capacidade de avaliar diferentes aspectos das finanças corporativas e da gestão no contexto da moda. Os conteúdos exploram e aprofundam os conhecimentos adquiridos no primeiro ano em economia e negócios, com um foco mais detalhado em finanças. Entre os temas abordados estão: análise fundamental das demonstrações financeiras, avaliação de investimentos, orçamentação, análise de variações, gestão de custos e previsão de fluxo de caixa. Há um forte enfoque em planejamento e projeções financeiras, que dará suporte ao desenvolvimento de um plano de negócios no último ano do curso.