

BA FASHION MANAGEMENT, DIGITAL COMMUNICATION AND MEDIA

Do digital storytelling e edição de conteúdo à direção criativa e ao planejamento de negócios: uma imersão completa na comunicação do futuro.

O plano de estudos oferece uma ampla seleção de disciplinas (incluindo comunicação de **marketing, direção criativa, digital storytelling e planejamento de mídia**), permitindo que os estudantes aprofundem tanto em estratégias de comunicação e marketing quanto na **direção criativa** de uma empresa, adquirindo expertise específica para a indústria da moda.

Este curso forma jovens talentos na criação de estratégias de comunicação e **digital storytelling** por meio do desenvolvimento de **conteúdos editoriais**, incluindo editoriais de imprensa para **revistas de moda** e campanhas de **marketing digital**, fortalecendo as competências de gestão necessárias para a direção criativa de uma empresa.

FOCOS DE APRENDIZAGEM

- Entender como funciona a comunicação de marketing de moda.
- Analisar estratégias de marketing na indústria da moda.
- Avaliar oportunidades de comunicação online e offline.
- Resolver problemas de negócios no mercado de luxo.
- Criar estratégias de comunicação eficazes.
- Desenvolver soluções criativas para a moda.

POSSÍVEIS CARREIRAS

- Brand Communication Manager
- Social Media & PR Manager
- Digital Marketing Manager
- Designer de conteúdo multimídia
- Planejador de mídia

CURRÍCULO

O curso Fashion Management, Digital Communication and Media proporciona aos estudantes uma base sólida em mídias online, vídeo e impressa, utilizando imagem e tecnologia para criar e aprimorar a comunicação, especificamente para os mercados de moda e luxo. Ele permite explorar o storytelling das marcas de moda sob as lentes culturais, criativas, sociais e empresariais, além de compreender como gerenciar de forma eficaz estratégias de comunicação dentro de uma organização.

Os alunos analisam exemplos históricos e tradicionais de vestuário, estilo e fotografia, avançando rapidamente para o universo do audiovisual, websites e redes sociais na moda e no luxo. Eles entendem a filosofia, o crescimento e a importância das redes sociais nos negócios, aprendendo como plataformas como Facebook, Instagram, Pinterest, TikTok e WeChat são utilizadas por especialistas em comunicação para representar uma organização, promover um produto ou marca e criar conexões que fidelizam consumidores.

O conhecimento sólido em marketing tradicional e digital permite transmitir emoções por meio do uso da imagem. Durante a formação, os estudantes aprendem a analisar, desenvolver e filtrar ideias usando técnicas de pesquisa criativa, observação social e semiótica. Sua narrativa é construída a partir de uma análise ampla de estilo, conectando a moda com arte, cinema, música, design, marketing e sociedade.

Eles também investigam formas de criar o “buzz” necessário para aumentar o engajamento, sempre respeitando a imagem da marca e as restrições de um briefing ou orçamento. O curso enfatiza habilidades editoriais, atividades de relações públicas e imprensa, redação e edição de

de moda, planejamento de mídia, direção criativa e fashion shooting – equilibrando perfeitamente a comunicação tradicional e digital.

Ao longo do curso, os alunos desenvolvem uma combinação entre rigor gerencial, criatividade e tecnologia e constroem uma base sólida em desenvolvimento de negócios, publicidade em publicações e marketing, gestão de tempo, liderança, finanças e gestão de orçamento.

PLANO DE ESTUDOS

	SUBJECT	DESCRIPTION	ECTS
YEAR 01	HISTORY OF APPLIED ARTS	A theoretical course exploring key moments in fashion history and their dialogue with art, design, and society. Students analyze the evolution of style and aesthetics from past to present, identifying artistic influences on contemporary fashion imagery.	6
	SOCIOLOGY, ANTHROPOLOGY AND PSYCHOLOGY OF FASHION	Students adopt the interpretative framework of Anthropology, Sociology and Psychology to understand contemporary fashion phenomena in relation to their socio-cultural context.	6
	MATERIALS SCIENCE AND TECHNOLOGY	Fabric and materials fundamentals, textiles manipulations.	6
	BASIC DESIGN	Understanding the role of fashion designers, creative research and collection development.	8
	FASHION DESIGN	Understanding the Fashion System, Marketing Fundamentals, Collection Merchandising and Fashion Promotion.	12
	IMAGE DIGITAL PROCESSING	Information Technology Fundamentals, Graphic Design, Adobe Lab, Technical Drawing.	8
	TECHNIQUES OF VISUAL COMMUNICATION	Pattern Making and Garment Construction, introducing Clo3D.	5
	FOREIGN LANGUAGE	Foreign language.	4
	FREE STUDY ACTIVITIES	Independent study activities.	5
YEAR 02	HISTORY AND CRITICISM OF CONTEMPORARY FASHION	It explores contemporary fashion aesthetics through historical perspectives and parallel developments.	8
	COMMUNICATION SCIENCE	The course prepares students to communicate effectively with different types of interlocutors, to assert their own thoughts but to accept the thoughts of others and to manage conflict.	4
	PRODUCTION PROCESSES	Supply chain & Operation Management, Advanced Project Management, Research Innovation & Sustainability.	12
	FASHION PRODUCT DEVELOPMENT: FROM CONCEPTION TO CONSUMER	Understanding collection merchandising, product development is essential to Brand Managers. Advanced strategic skills are provided by deepening Project Management tools and techniques.	8
	MULTIMEDIA PLANNING	Focuses on developing strategies for creating, organizing, and managing digital communication projects across multiple platforms.	6
	DESIGN FOR PUBLISHING	It explores the principles and techniques of editorial design, enabling students to produce effective visual and typographic layouts for print and digital media.	4
	COMMUNICATION STRATEGIES	New frontiers of Tech-Powered Marketing, making students familiar with the theoretical frameworks and methodologies of Digital Marketing, Engagement Marketing and Agile Marketing.	8
	FASHION BUSINESS ORGANIZATION	Advanced Finance, Management Control and Corporate Organization for innovative Fashion & Luxury Companies.	6
	FREE STUDY ACTIVITIES	Independent study activities.	4

	SUBJECT	DESCRIPTION	ECTS
YEAR 03	IMAGE SEMIOTICS	Advanced Prompt Design & virtual production.	5
	PRODUCT DESIGN	To plan an integrated communications strategy across various media, both traditional and digital, mastering the traditional activities performed by communications offices and agencies.	8
	ART DIRECTION	The course develops skills in art direction, beauty styling and editorial production, guiding students from concept creation to visual execution.	10
	MULTIMEDIA DESIGN	Explores a multimedia approach to styling, bridging photography, fashion film, digital design, and emerging technologies such as AI and VR. Combining theory and practice, it refines visual communication and post-production skills, define creative and professional identity, and develop a portfolio aligned with industry standards across platforms like Behance, LinkedIn, and Instagram. The course also includes a cultural study of cinematic language, from classic masterpieces to contemporary visuals.	6
	CORPORATE COMMUNICATION	The main strategies and techniques to efficiently communicate the values and the culture of a company to both internal and external stakeholders.	6
	BRAND COMMUNICATION	Brand Design, Brand Management Fundamentals, Consumer Journey Management, introducing Omnichannel strategies and in-store activation strategies.	8
	INTERNSHIP	Internship	9
	DISSERTATION	Final written thesis.	8

