



LONDRES

SEMESTER FASHION BUSINESS DIGITAL COMMUNICATION & MEDIA

Comunicar, conectar e criar buzz junto aos consumidores por meio de diferentes técnicas e canais de mídia.

Este curso semestral analisa temas-chave dos canais de comunicação contemporâneos, incluindo ferramentas online e offline, vídeo e mídia impressa, com uso estratégico de imagem e texto persuasivo.

Voltado a estudantes com pelo menos um ano de graduação prévia em comunicação de moda, promoção ou áreas afins, este curso intensivo e inspirador incentiva os participantes a criar e aprimorar estratégias de comunicação empresarial.

FOCO DE APRENDIZAGEM

Semestre 1

- Psicologia da Moda
- Projeto Interdisciplinar
- Brand Insight
- Fashion Digital
- Promoção de Moda

Semestre 2

- Imagem de Luxo & Construção de Marca
- Styling da Imagem
- Comunicação de Marca
- Publicidade de Moda
- Finanças e Controle de Gestão

Fashion Management, Digital Communication & Media – Início em outubro

Production Processes

No primeiro semestre, os estudantes aprendem os fundamentos do desenvolvimento de produto, collection merchandising e estratégias de coordenação. Assim, aprendem a gerenciar todas as etapas da cadeia produtiva da moda: sourcing, design de coleção, produção de amostras, lançamento no mercado por meio de desfiles e feiras, vendas em showrooms, manufatura e distribuição ao consumidor final.

Fashion Product Development: from Conception to Consumer

Durante o primeiro semestre, o curso inclui as disciplinas de Plano de Comunicação e Gestão de Eventos & Relações Públicas (PR).

- Plano de Comunicação: tem como objetivo ensinar os estudantes a estruturar um plano de comunicação eficaz, utilizando as ferramentas estudadas no primeiro ano.
- Gestão de Eventos e PR: tem como objetivo ensinar como organizar um evento de sucesso.

History and Criticism of Contemporary Fashion

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

Communication Science

O curso inclui duas disciplinas: Copywriting e Soft Skills.

Copywriting: foca na escrita estratégica, capacitando os estudantes a produzir projetos, apresentações e e-mails profissionais mais eficazes.

Soft Skills: prepara os estudantes para se comunicarem de forma eficaz com diferentes interlocutores, afirmarem suas ideias, respeitarem as opiniões dos outros e gerenciarem conflitos.

Multimedia Planning

O curso inclui as disciplinas de Digital Storytelling, Excel para Empresas de Moda e Design Gráfico. Digital Storytelling: introduz os estudantes ao universo da publicidade de moda e às suas evoluções mais recentes, com o uso de ferramentas digitais avançadas, das redes sociais ao metaverso e ambientes imersivos. Os alunos aprendem como as marcas de moda criam engajamento por meio de narrativas inovadoras que combinam estratégia, direção criativa e styling. Excel para empresas de moda: aborda o uso do Excel como ferramenta essencial no trabalho em empresas de moda e luxo. Design Gráfico e Edição de Vídeo: ensina a criar apresentações atrativas com softwares como o Adobe Firefly, além de noções básicas de produção de vídeos curtos.

Fashion Management, Digital Communication & Media – Início em fevereiro

Production Processes

No segundo semestre, é dada atenção especial às ferramentas promocionais utilizadas no lançamento de novas coleções e à comunicação sustentável.

Fashion Product Development: from Conception to Consumer

Economia Empresarial: introduz os estudantes ao universo da economia aplicada à indústria da moda, com foco especial nos setores de moda e luxo. Os alunos aprendem a analisar demonstrações financeiras e a calcular indicadores-chave de controle de gestão. Orçamento de Comunicação: os estudantes aprendem a identificar os principais componentes e características dos sistemas de controle de gestão, aplicando técnicas para Orçamento de Comunicação: os estudantes aprendem a identificar os principais componentes e características dos sistemas de

controle de gestão, aplicando técnicas para mensurar o desempenho global da empresa e avaliar resultados financeiros e econômicos. Atenção especial é dada à gestão de custos e às técnicas de orçamento para o planejamento de ações de comunicação.

Design for Publishing

O curso inclui as disciplinas de Novo Ambiente Editorial e Fundamentos de Fashion Styling. Novo Ambiente Editorial: os estudantes vivenciam a dinâmica de uma redação editorial, desenvolvendo uma revista de moda e outros produtos editoriais digitais alinhados à transformação digital. Fundamentos de Fashion Styling: os estudantes aprendem quem é o Fashion Stylist, como atua e como aplicar competências de comunicação ao styling de moda.

Communication Strategies

O curso aborda as novas fronteiras do Tech-Powered Marketing, apresentando os fundamentos teóricos e metodológicos do Marketing Digital, Engagement Marketing e Agile Marketing. Atenção especial é dada às técnicas de engajamento e às estratégias de marketing não convencional, como marketing de guerrilha, contextual e experiencial.

Fashion Business Organisation

O curso analisa o sistema de comunicação de moda sob uma perspectiva econômica e estratégica, comparando setores e players como grupos editoriais, agências de comunicação, consultorias estratégicas e media centers. As aulas são divididas em dois módulos: No primeiro, os estudantes aprendem a realizar análises do setor comparando diferentes grupos estratégicos com base em parâmetros como valor de mercado, rentabilidade, barreiras de entrada e concentração. No segundo, aprofundam o papel das agências de comunicação e consultoria, explorando fatores críticos de sucesso relacionados ao desenvolvimento de estratégias de redes sociais, influencer marketing e marketing com celebridades no setor da moda.