

MILÃO

SHORT COURSE FASHION COMMUNICATION FOR LUXURY

Aprenda as principais estratégias de **marketing e comunicação** voltadas para consumidores internacionais de **alto padrão** nas indústrias de moda e design de luxo.

Neste curso, os participantes irão descobrir como as empresas definem as melhores estratégias de marketing para marcas e produtos de luxo, a partir da compreensão do **poder da comunicação, da sedução da marca e da criação do desejo aspiracional** — elementos essenciais para se comunicar com sucesso com o consumidor de luxo.

FOCO DE APRENDIZAGEM

- Examinar diferentes referenciais teóricos utilizados para explicar a natureza complexa do marketing e do branding de luxo;
- Formular o perfil do cliente-alvo de uma marca, o cenário competitivo, a identidade e o posicionamento, e compreender como esses elementos influenciam as estratégias de marketing de luxo;
- Compreender os principais conceitos do processo estratégico de gestão de marcas de luxo e sua relevância para organizações de moda;
- Comparar os fatores-chave de sucesso e os potenciais riscos das estratégias de extensão de marca;
- Analisar os principais elementos de diferentes tipos de campanhas de marketing de marca, com foco especial em marcas de luxo.

CURRÍCULO

SEMANA 1

Os participantes começam analisando o papel e as responsabilidades do Gerente de Marketing nas principais empresas de luxo, aprendendo como otimizar os aspectos econômicos, de distribuição e de produção dos produtos de luxo por meio de uma comunicação eficaz e de métodos de marketing digital.

O curso também explora como as empresas de luxo se comunicam com seu público-alvo, bem como as estratégias utilizadas para construir reconhecimento de marca para além desse grupo específico.

SEMANA 2

O curso avança rapidamente para oferecer uma visão geral da publicidade de moda, das relações públicas e do visual merchandising, tanto em mídias tradicionais quanto digitais. Os participantes recebem ferramentas essenciais para comunicar mensagens autênticas, aspiracionais e emocionais, com o objetivo de sustentar e consolidar a imagem de uma marca de luxo.

O impacto das redes sociais transformou o cenário da comunicação, e os participantes também irão avaliar a influência das novas mídias e das plataformas virais — hoje fundamentais para o sucesso das marcas de luxo.

SEMANA 3

Um aprofundamento na história do luxo na moda e no design, na influência do panorama contemporâneo da moda sobre conceitos de estilo e nas questões atuais de sustentabilidade também é essencial para manter e promover o luxo junto aos consumidores. Trata-se de um público-alvo único, altamente atento a questões econômicas e sustentáveis, influenciado pelas últimas tendências da moda, bem como por movimentos culturais e sociais.

Ao final do curso, os participantes estarão aptos a avaliar e propor ações em planos de marketing, transformando serviços e produtos de luxo em novos objetos icônicos de prestígio e desejo.