

LONDRES | PARIS

SEMESTER FASHION BUSINESS



Os profissionais de negócios precisam possuir um conhecimento aprofundado do panorama da moda para se tornarem especialistas no “business of fashion”.

Este curso semestral desenvolve competências em estratégia de negócios, luxo digital e planejamento de visão, além de explorar a indústria da moda de forma envolvente por meio de pesquisa criativa eficaz. Voltado para estudantes com pelo menos um ano de formação prévia em nível de graduação em fashion business, buying ou áreas afins, este curso de curta duração inspira os participantes a desenvolverem uma mentalidade estratégica e inovadora.

FOCO DE APRENDIZAGEM

Semestre 1 • Início no outono

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

Semestre 2 • Início na primavera

- Project Management
- Green Marketing
- Value Marketing Planning
- Luxury Business Models
- Finance and Management Control

CURRICULO

Fashion Business • Início em outubro

Visual and Emotional Branding

Na unidade Visual and Emotional Branding, os estudantes desenvolvem e reconhecem 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 exploram 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 aprendem frameworks visuais digitais alinhados a padrões profissionais e de empregabilidade em branding emocional. Também avaliam 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.

Luxury Marketing Strategies

A unidade Luxury Marketing Strategies tem como objetivo desenvolver a capacidade de analisar criticamente o impacto de fatores macro e microambientais em constante evolução sobre as estratégias competitivas de empresas de moda de luxo. Os estudantes analisam dados e informações de marketing para desenvolver uma estratégia de marketing, além de compreender e aplicar ferramentas estratégicas como matriz SWOT/TOWS, ajuste estratégico (strategic fit) de produtos de luxo e técnicas de pesquisa criativa para embasar a elaboração, apresentação e defesa de seus trabalhos. A unidade abrange a criação, o desenvolvimento e a implementação de estratégias de marketing, adaptadas a contextos específicos de negócios no universo da moda. Competências profissionais como trabalho em equipe, gestão do tempo e gerenciamento de projetos são aprofundadas por meio da realização de um projeto em grupo de campanha de marketing.

Finance and Management Control

Esta unidade aborda dois eixos 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 conteúdos aprofundam os conhecimentos adquiridos no primeiro ano em economia e negócios, com 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 das competências necessárias para a elaboração de um plano de negócios no último ano do curso.

Fashion Business • Início em janeiro

Luxury Marketing Strategies

A unidade Luxury Marketing Strategies tem como objetivo desenvolver a capacidade de examinar criticamente o impacto de fatores macro e microambientais em constante evolução sobre as estratégias competitivas das empresas de moda de luxo. Os estudantes serão capazes de analisar dados e informações de marketing para desenvolver uma estratégia de marketing, além de compreender e aplicar um conjunto de ferramentas estratégicas, incluindo matriz SWOT/TOWS e ajuste estratégico (strategic fit) de produtos de luxo. Técnicas de pesquisa criativa também serão utilizadas para apoiar a preparação, elaboração de relatórios e apresentação dos trabalhos. A unidade abrange a criação, o desenvolvimento e a implementação de estratégias de marketing, adaptadas a contextos específicos de negócios no setor da moda. Competências profissionais como trabalho em equipe, gestão do tempo e gerenciamento de projetos serão aprofundadas por meio da realização de um projeto em grupo de campanha de marketing.

Fashion Lab Project

A unidade Fashion Lab Project visa desenvolver uma compreensão aprofundada do marketing mix e de suas aplicações no contexto da moda, alinhadas às tendências e estratégias contemporâneas de marketing. A unidade analisa soluções tradicionais e inovadoras, considerando o impacto das novas estratégias de marketing nos modelos de negócios de luxo, na imagem de marca e no comportamento do consumidor. Os estudantes desenvolvem uma consciência sobre green marketing e novas estratégias de guerrilla marketing que fazem parte do panorama atual da indústria da moda. Durante a unidade, os alunos também são incentivados a avaliar criticamente a gestão de recursos e equipes, trabalhando com gerenciamento e desenvolvimento de projetos. O curso oferece conhecimento avançado sobre novas perspectivas em estratégias de marketing, abordando questões-chave na formulação, desenvolvimento e implementação de projetos, além da definição de um plano eficaz de gestão do tempo.

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 aprofundam os conhecimentos adquiridos no primeiro ano em economia e negócios, com 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 das competências necessárias para a elaboração de um plano de negócios no último ano do curso.

Fashion Business Semester Abroad • October start

Term 1 • Visual And Emotional Branding unit

Subjects	Total Hours	IM Credits
Fashion Psychology	20	30 (equivalent to 15 ECTS credits)
Interdisciplinary Project	20	
Brand Insight	20	
Digital Branding	20	
Fashion Promotional Strategy	20	

Term 2 • Luxury Marketing Strategies unit

Subjects	Total Hours	IM Credits
Fashion Strategic Management	40	30 (equivalent to 15 ECTS credits)
Vision Planning	20	
Creative Research	20	
Digital and Innovation	20	

Term 1 and 2 • Finance and Management Control unit

Subjects	Total Hours	IM Credits
Finance and Management Control	40	20 (equivalent to 10 ECTS credits)

Fashion Business Semester Abroad • January start

Term 2 • Luxury Marketing Strategies unit

Subjects	Total Hours	IM Credits
Fashion Strategic Management	40	30 (equivalent to 15 ECTS credits)
Vision Planning	20	
Creative Research	20	
Digital and Innovation	20	

Term 3 • Fashion Lab Project unit

Subjects	Total Hours	IM Credits
Project Management	20	30 (equivalent to 15 ECTS credits)
Digital Project Management	20	
Green Marketing	20	
Campaign Planning	20	
The Business Models	20	

Term 2 and 3 • Finance and Management Control unit

Subjects	Total Hours	IM Credits
Finance and Management Control	40	20 (equivalent to 10 ECTS credits)