



MASTER FASHION START-UP

Desenvolver e gerir um negócio de moda.

Criar um novo negócio e desenvolver novas ideias comerciais são experiências que fazem parte da trajetória de qualquer gestor ao longo da carreira. Com uma base sólida em três áreas principais — **fashion business, fashion marketing & communication e fashion law** — uma start-up bem estruturada torna-se um passo seguro rumo ao sucesso.

Esses cursos de pós-graduação em período integral são altamente especializados e voltados para impulsionar carreiras nas indústrias de moda, luxo e criativas. Foram desenvolvidos tanto para quem já adquiriu competências específicas na graduação quanto para profissionais que desejam aprofundar seus conhecimentos em uma área específica da moda.

FOCO DE APRENDIZAGEM

- Análise de marcas de luxo e estratégias de marketing
- Branding estratégico e gestão da inovação
- Criatividade e inovação de produto
- Fashion law e finanças
- Licensing, ética e sustentabilidade
- Temas contemporâneos na moda
- Publicidade, promoção e relações públicas na moda
- Marketing digital
- Comunicação, gestão do tempo e liderança
- Métodos profissionais de pesquisa

POSSÍVEIS CARREIRAS

- Gestor de negócios de moda
- Product manager
- Empreendedor
- Project manager
- Planejador estratégico
- Brand manager
- Consultor de negócios

CURRÍCULO

Este curso de pós-graduação oferece uma sólida compreensão dos negócios e de métodos essenciais de planejamento e marketing, fundamentais para o desenvolvimento de um modelo de negócio escalável e de uma empresa com rápido potencial de crescimento. Por meio do desenvolvimento de coleções, das metodologias de produção, da elaboração de orçamentos e das estratégias de marketing e comunicação, os participantes aprendem abordagens teóricas, inovadoras, práticas e orientadas para o futuro, com o objetivo de criar, produzir e lançar um produto ou uma coleção no mercado global. Eles aprendem a analisar o conceito de criatividade aplicado aos produtos de moda e luxo e a avaliar como as empresas administram o design de produtos, os processos de fabricação, a comercialização e a promoção.

A área de Fashion Business aborda as principais estratégias e os métodos de produção necessários para desenvolver uma coleção de sucesso. Os participantes analisam tendências e demandas dos consumidores, além de trabalharem com imagem, branding e gestão de marcas. Também são estudados os princípios de economia e finanças, as redes de varejo e os canais de distribuição, assim como técnicas de negociação com fornecedores, controle de qualidade e definição de preços.

Já Fashion Marketing & Communication foca nos conceitos técnicos e teóricos necessários para desenvolver campanhas de comunicação profissionais adequadas a uma start-up, explorando marketing de moda e luxo, relações públicas e publicidade. Compreender a conexão entre consumidor, produto e mercado é fundamental.

Fashion Law investiga as questões legais ao longo de todo o ciclo de vida de um produto de moda, desde a sua criação até a proteção da marca. O curso aborda temas como licensing, importação e exportação, acordos de distribuição e franchising, direitos de propriedade intelectual e questões de sustentabilidade, garantindo que aspectos legais e éticos sejam respeitados.

Ao final, os alunos estarão preparados com habilidades profissionais de planejamento de negócios para lançar, estruturar ou reposicionar suas próprias marcas, start-ups, PMEs ou negócios familiares nos setores de moda, luxo e indústrias criativas.

PLANO DE ESTUDOS

SUBJECT	DESCRIPTION	ECTS
ADVERTISING AND CONSUMING PSYCHOLOGY	Marketing Management and Consumer Behaviour Theory under the lens of Fashion Startups. How to engage consumers and relevant stakeholders through Corporate Storytelling.	4
BUSINESS LAW	Students critically evaluate the legal issues related to the setting of a new business venture, deepening relevant aspects in the Fashion Industry as Intellectual Property and Licensing Agreements.	4
CORPORATE ORGANIZATION	Organizational Culture, Corporate Values, Internal Communication and Human Resources Management.	3
EXPERIMENTAL PROTOTYPE CREATION	Through MVP Development & Advanced Prompt Design Workshops, students develop mockups and digital prototypes to include in their Business Plans and Pitch Presentations.	3
FASHION DESIGN	The aspiring Entrepreneurs are introduced to the Fashion System discovering key industries, players, professional roles, supply chains, and distribution strategies. Inspired by Fashion Designers, they explore the contaminations between Management and Creativity, nurturing their Creative Problem Solving skills. The development of a new and innovative business concept is encouraged through Design Thinking & Disruptive Thinking workshops.	4
FASHION PRODUCT DEVELOPMENT: FROM CONCEPTION TO CONSUMER	The rigorous methodology of Project Management is applied to Fashion Product Development and Operations. Adopting a Lean Approach, Students also learn fundamental market research methods to test their business concept.	4
FASHION PROJECT COMMUNICATION	Students are coached by Senior Executives working in Accelerators and Venture Capitals firms to finalize their business plans. They participate to Scenario Analysis workshops and Future Fashion Landscapes seminars to critically evaluate the impact of Technology and emerging trends on the Fashion Industry of the Future.	4
HISTORY OF FASHION	Students discover the evolution of the Fashion System from the late 19 th century to the present day.	3
INNOVATIVE TECHNOLOGIES AND CONSTRUCTION MATERIALS	With a strong orientation towards innovation, the future Entrepreneurs develop the operation plan of their Startup.	3
ORGANIZATION SKILLS AND ENTERPRISE PERFORMANCE MANAGEMENT	A comprehensive subject including focused modules on Contemporary Fashion Start Ups Panorama, Industry Analysis, Fashion Financial System, Finance & Management Control, Financial Planning, Strategies For Raising Capitals & Pitching To Investors, Leadership & Negotiation Techniques.	8
THEORY OF COMMUNICATION	Students apply the fundamental Business Planning tools to identify a business opportunity and develop an innovative business concept. A special attention is paid to the relationship between communication, innovation and technology.	4
INTERNSHIP	Internship.	10
DISSERTATION	Final written thesis.	6