

PARIS | LONDRES | MILÃO

MASTER FASHION PROMOTION, COMMUNICATIO & DIGITAL MEDIA

Promover o que é **tendência** e **tornar** produtos **desejáveis** em um ambiente digital e consciente de sustentabilidade é o trabalho do especialista em promoção e comunicação de moda. Profissionais de comunicação digital em moda definem e implementam **campanhas publicitárias** e organizam **atividades promocionais** por meio dos canais de comunicação mais adequados, refletindo e representando a imagem de uma marca ou de um produto de luxo. Eles organizam e gerenciam apresentações, eventos, planos editoriais para redes sociais, desfiles de moda, exposições, atividades de relações públicas, além de desenvolver estratégias de influencer e content marketing.

O impacto das **tecnologias digitais** transformou a comunicação, e este curso busca encontrar o equilíbrio certo entre diferentes atividades estratégicas e táticas, utilizando ferramentas e mídias como plataformas virais, blogs online, revistas e redes sociais, além de colaborações com influenciadores e o uso de vídeo para engajar consumidores finais e intermediários.

Além disso, o curso oferece conexões diretas com empresas de moda, projetos em parceria com a indústria e palestras de convidados, proporcionando uma visão detalhada das realidades e oportunidades da promoção e comunicação de moda.

Este curso é destinado a participantes que já tenham **formação universitária prévia** ou experiência profissional comprovada. Ao final, eles estarão aptos a aplicar suas competências em mídia e promoção para os setores de moda e luxo, utilizando teorias e canais-chave da comunicação de moda em campanhas visuais e escritas.

POSSÍVEIS CARREIRAS

- Criar ou transformar o próprio negócio
- Especialista em Mídias Sociais e Criador de Conteúdo
- Jornalista de Moda
- Editor(a) de Revista
- Jornalista para revistas online/offline
- Especialista em Eventos
- Especialista em Comunicação
- Executivo(a) de Relações Públicas e RP Digital
- Assessor(a) de Imprensa

FOCO DE APRENDIZAGEM

- Redação Jornalística e Técnicas
- Semiótica
- Direção Criativa
- Gestão de Marca e Inovação
- Editoriais e Styling de Moda
- Tecnologias Digitais / Marketing Digital
- Comunicação Sustentável
- Relações Públicas e Gestão de Eventos
- Métodos de Pesquisa

CURRÍCULO

Ao longo do programa, você aprenderá a antecipar e responder a desenvolvimentos e tendências na mídia e na comunicação, tanto em canais online quanto offline. Irá explorar as teorias e debates que dominam a cultura e a comunicação da moda de luxo, que servem de base para o entendimento de tendências e práticas do setor. Por meio da prática e da experimentação em Direção Criativa, avaliará diferentes técnicas aplicáveis à criação e compreensão do papel da “imagem” na moda, além de analisar e interpretar referências históricas e contemporâneas.

A experiência com processos de escrita criativa e estilos e técnicas do jornalismo de moda, além do entendimento sobre direção editorial e criativa em mídias e revistas, permitirá escrever para múltiplas plataformas e compreender o impacto das tecnologias digitais na comunicação contemporânea.

O curso busca encontrar o equilíbrio ideal entre atividades estratégicas e táticas, utilizando ferramentas e mídias como plataformas virais, blogs, revistas e redes sociais, além do trabalho com influenciadores, colaborações e o uso de vídeo para engajar consumidores finais e intermediários.

Uma ênfase especial é dada às relações públicas digitais dentro das casas de moda: desde a gestão de clientes até a identificação de players-chave da indústria e celebridades; da organização de desfiles à coordenação de press days e eventos digitais. Ao observar publicidade de moda, direção editorial e criativa em mídia, comunicação e promoção, os participantes avaliam e analisam tendências em styling, fotografia e jornalismo. Também desenvolvem um conhecimento avançado dos processos de escrita criativa, incentivando sua própria visão e preparação profissional para diferentes papéis na indústria da moda — promovendo inovação, pensamento empreendedor e capacidade de resolução de problemas.

Através da inovação criativa, do empreendedorismo e do desenvolvimento profissional, você será incentivado(a) a explorar sua própria visão e preparação para diferentes papéis na indústria da moda — fomentando inovação, pensamento crítico e capacidade de resolução de problemas. Uma atenção especial será dada ao debate sobre como as marcas de moda estão assumindo um papel ativo ao influenciar consumidores a agir de forma responsável e engajá-los em práticas ambientais e sociais por meio de sua comunicação sustentável.

Além do estudo de estilos e culturas passadas e da análise de tendências atuais e previsões relacionadas ao “futuro da moda”, você poderá questionar como expressões estéticas e interpretações de tendências sociais e culturais influenciam o posicionamento e a imagem de marca.

PLANO DE ESTUDOS

PARIS | LONDRES

Term 1	Term 2	Term 3	Term 4	Term 5
Fashion Promotion and Communication 20 Credits Fashion Promotion & PR Creative Writing & Journalistic Techniques Digital Multimedia Communication	Creative Direction 20 Credits Art Direction Editorial and Creative Direction Fashion Visualisation	Strategic Fashion Management 20 Credits Fashion Branding Strategic Management Digital Multimedia Communication	Professional Development 15 Credits	Dissertation/Final Major project 40 credits
Luxury, Fashion and Culture 15 Luxury Fashion Industry Fashion Sociology Mapping Culture	Digital Narratives 15 Credits The Digital Marketplace Digital Content Creation	Innovation and Enterprise 15 credits Enterprise Innovation		
	Research Methods 20 Credits Research Methods Term 2 Research Methods Term 3			

MILÃO

SUBJECT	DESCRIPTION	ECTS
MARKETING	This subject introduces the core principles of marketing, focusing on brand strategy, consumer behaviour, market analysis, and communication planning, with particular attention to the premium and luxury sectors.	3
HISTORY OF FASHION COMMUNICATION	It explores the evolution of fashion media and imagery, offering cultural and historical context for contemporary fashion storytelling.	3
COMMUNICATION STRATEGIES	It focuses on brand storytelling, creative direction and industry project execution, guiding students in the development of integrated communication concepts.	8
GRAPHIC DESIGN	It covers visual layout, magazine design and graphic production, supporting the creation of professional editorial and digital assets.	4
WRITING FOR MEDIA	It trains students in editorial writing, copywriting, SEO/SEM techniques and tone-of-voice development for both magazines and digital platforms.	4
IMAGE SEMIOTICS	It introduces advanced visual culture, AI-driven editing, digital twins, avatars and metaverse applications, expanding the boundaries of contemporary fashion image-making.	4
CORPORATE ORGANIZATION	The subject equips students with quantitative and analytical skills to support data-driven decision-making. Through practical exercises and case studies, students learn how to interpret data, build dashboards, and apply Business Intelligence tools to luxury brand management.	3
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.	3
FASHION PROJECT COMMUNICATION	It develops skills in media planning, PR, event management and omnichannel engagement, enabling students to design communication strategies across physical and digital touchpoints.	4
ORGANIZATION SKILLS AND ENTERPRISE PERFORMANCE MANAGEMENT	A deep dive from the essential principles to advanced practices that underpin successful management.	8
INTERNSHIP	Internship.	10
DISSERTATION	Final written thesis.	6