



PARIS

SHORT COURSE FASHION IMAGE & BUSINESS

Este curso dinâmico de curta duração foca na imagem e no desenvolvimento do estilo na moda, juntamente com práticas de negócios essenciais que, em conjunto, impulsionam o sucesso das marcas de luxo.

Ao compreender o papel e a influência do **fashion stylist** dentro de um ambiente empresarial, os participantes adquirem uma visão única sobre o verdadeiro **impacto e o “poder” da imagem** na indústria da moda.

Os alunos aprendem a avaliar, valorizar e complementar características físicas para desenvolver um estilo individual e compor um **“look completo”**. A partir de suas próprias ideias de styling, são introduzidos ao negócio: **identidade e imagem de marca, posicionamento de coleção, análise de concorrência e merchandising** são alguns dos temas abordados.

FOCO DE APRENDIZAGEM

- Compreender o sistema da moda contemporânea e suas principais práticas de negócios.
- Analisar o imaginário criativo da moda e da arte contemporâneas.
- Elaborar um plano completo de marketing e distribuição para uma marca de moda.
- Produzir diferentes imagens de moda contemporânea que ilustrem uma marca.
- Compreender e aplicar a História da Moda e do Luxo em um contexto contemporâneo.

SEMANA 1

A primeira semana começa com uma visão geral das tendências econômicas e sociais. Compreender a evolução econômica e social e como isso influencia o consumo de moda é uma parte importante deste curso. Os participantes estudam e exploram períodos-chave da história que representam estilos passados e presentes, tendências futuras e os elementos que os caracterizam e influenciam. Além disso, para entender o papel do stylist, os participantes recebem orientação para buscar e reunir informações em ferramentas de pesquisa como livros, revistas de moda e domínios virtuais específicos relevantes para moda e luxo.

SEMANA 2

Esta semana começa com uma visão geral das indústrias da moda e do luxo, incluindo, por exemplo: têxteis, vestuário, acessórios, cosméticos, óculos e joias. Os participantes analisam fatores críticos que definem o sucesso de algumas das principais marcas italianas e internacionais, bem como sua imagem de marca. Neste ponto do curso, os participantes também começam a reunir suas pesquisas da semana anterior para definir um estilo individual específico, além de realizar pesquisas iconográficas e compreender noções fundamentais de planejamento e narrativa de ensaios fotográficos.

SEMANA 3

Na última semana, os participantes exploram práticas fundamentais de marketing e comunicação de imagem e estilo, bem como componentes essenciais da distribuição, ciclo de vida do produto e definição de preços. Eles avaliam o impacto do estilo na atividade do consumidor, no merchandising e nas vendas, tanto offline quanto online, aplicando seus conhecimentos para desenvolver um plano básico de marketing ilustrado. Os participantes também reúnem suas pesquisas de estilo (a importância da cor, silhueta, acessórios e suas combinações) e apresentam um conceito de estilo individual vinculado à sua proposta de marketing, compilando todo o trabalho para apresentação em um stylebook individual.