

LONDRES | FLORENÇA | MILÃO

SHORT COURSE FASHION BUSINESS

Posicionamento estratégico de marcas e coleções de moda, desenvolvimento de habilidades de gestão para a construção de um plano de negócios na área de moda, análise de concorrência, estruturação de marcas de luxo e estratégias para potencializar a capacidade de vendas, estes são alguns dos principais pilares abordados neste curso intensivo, pensado para quem deseja atuar de forma estratégica e competitiva no mercado de moda.

FOCO DE APRENDIZAGEM

- Desenvolver e implementar estratégias de marketing e branding voltadas para marcas de luxo e lifestyle;
- Compreender os fatores críticos de sucesso para operar de forma eficiente e competitiva na indústria da moda;
- Entender o funcionamento do negócio de moda de maneira estratégica e integrada;
- Definir conceitos de marketing, reconhecer sua importância no universo fashion e identificar os principais elementos que compõem o processo de marketing;
- Analisar as etapas-chave na construção de estratégias e planos de marketing orientados a resultados.

SEMANA 1

O curso tem início com uma análise aprofundada das tendências econômicas e sociais, explorando como a evolução do comportamento do consumidor impacta diretamente o consumo de moda. Os participantes também conhecem novos mercados e estratégias de expansão, analisando a atuação de marcas emergentes, marcas de luxo e grandes redes de distribuição, além de comparações entre diferentes estilos e posicionamentos.

SEMANA 2

Nesta semana, é apresentado um panorama completo do sistema da moda, abrangendo têxteis, vestuário, acessórios, cosméticos, óculos e joias. Os participantes analisam os fatores críticos de sucesso de grandes marcas italianas como Prada, Gucci e Dolce & Gabbana, além de redes internacionais como Zara, H&M e marcas esportivas como Nike. O módulo também aborda análise de concorrência e posicionamento de produto no mercado global.

SEMANA 3

O foco da terceira semana é a compreensão dos canais de distribuição, com destaque para o e-commerce no mercado de moda. São exploradas práticas essenciais de marketing, como ciclo de vida do produto, definição de preço e posicionamento estratégico. O módulo de comunicação integrada aprofunda conceitos-chave de identidade de marca, imagem, brand equity, licenciamento e branding. Ao final, os participantes aplicam todo o conhecimento adquirido no desenvolvimento de um plano de marketing individual para um designer ou coleção escolhida.