



MILÃO | FLORENÇA

BA FASHION MANAGEMENT & BRAND STRATEGIES

A fascinante jornada de criação, desenvolvimento e gestão de uma marca de moda de luxo: **da ideia visionária ao seu lançamento no mercado e distribuição.**

Esta **graduação de 3 anos** prepara os alunos para navegar pelo sistema da moda — desde **start-ups inovadoras** até **grandes nomes do luxo** internacional — garantindo que adquiram as estratégias necessárias para alcançar o sucesso na indústria. A grade curricular oferece uma ampla variedade de disciplinas: como **estratégia** de marca de moda, **gestão** de projetos de moda, **desenvolvimento de negócios e empreendedorismo** — permitindo que os alunos aprofundem tanto os aspectos criativos quanto os de gestão, além de explorar a análise de tendências de mercado, adquirindo assim um conhecimento abrangente da indústria da moda.

Graças à conexão direta do Istituto Marangoni com empresas líderes do setor, os estudantes têm a oportunidade de desenvolver projetos de grande relevância para o seu crescimento profissional. Entre as inúmeras marcas internacionais parceiras estão: **Balenciaga, Balmain, Giorgio Armani, Maison Margiela, Salvatore Ferragamo, Tod's, Vogue, Fendi e Dior.**

POSSÍVEIS CARREIRAS

- Gerente de Marca
- Gerente de E-commerce, Varejo e Atacado
- Comprador
- Gerente de Operações
- Merchandiser
- Gerente de Transformação Digital
- Analista de Negócios

CURRÍCULO

O objetivo do curso é fornecer aos estudantes os conhecimentos e habilidades necessários para atuarem como profissionais de gestão no setor da moda, em especial como gestores e empreendedores. Os alunos passam a compreender os diversos modelos de negócios e segmentos do sistema da moda — ready-to-wear, fast fashion, moda masculina, acessórios, sportswear, entre outros — entendendo o comportamento do consumidor, as operações, as estratégias de marca e as dinâmicas competitivas em nível global. O programa possibilita o desenvolvimento de uma mentalidade estratégica e de competências criativas de resolução de problemas em áreas como marketing de moda, gestão de marcas, economia industrial, análise de negócios, gestão de projetos, finanças, controle de gestão e planejamento empresarial.

Dentro da grade curricular, há especial atenção à gestão da inovação, aprofundando temas ligados à transformação digital, criatividade e estratégias corporativas responsáveis. Os alunos são estimulados a avaliar criticamente o impacto da tecnologia nas empresas de moda, explorando as oportunidades oferecidas por inteligência artificial, big data, espaços imersivos e pela digitalização de toda a cadeia de valor da moda. Além disso, são incentivados a adotar uma visão de design thinking e de design para todos. Aprendem a aplicar métodos de pesquisa e competências de resolução de problemas, típicos dos processos criativos, para enfrentar desafios de negócios e identificar novas soluções.

O curso também orienta os alunos a buscar soluções inovadoras que integrem tecnologia e responsabilidade, perseguindo objetivos de sustentabilidade ambiental e social, bem como de inclusão e diversidade. Ao final, os formados estarão preparados tanto para carreiras de gestão quanto para trajetórias empreendedoras, contando com o conhecimento necessário para desenvolver um plano de negócios para uma nova empresa de moda.

PLANO DE ESTUDOS

Year 1

Year	Semester	Code	Subject	Lesson hours	Study hours	Total hours	Cfa (ects)
i	I	ISSC/01	History of Applied Arts	45	105	150	6
I	I	ISSU/05	Sociology, Anthropology and Psychology of Fashion	45	105	150	6
I	I	ISST/02	Materials Science and Technology	125	125	250	10
I	I+II	ISME/02	Basic Design	125	125	250	10
I	I+II	ISDE/05	Fashion Design	100	100	200	8
I	II	ISDC/07	Multimedia Information Technology	62,5	62,5	125	5
I	II	ISDR/03	Techniques of Visual Communication	30	70	100	4
I	I	ISSE/02	Foreign Language S1			125	5
I	II		Free Study Activities S2				

Year 2

Year	Semester	Code	Subject	Lesson hours	Study hours	Total hours	Cfa (ects)
II	II	ISDC/07	Communication Technologies	60	140	200	8
I	I	ISDE/05	Fashion Trend Forecasting	45	105	150	6
II	I+II	ISSE/03	Fashion Business Organization	100	100	200	8
II	I+II	ISME/01	Design Methods	125	125	250	10
II	I	ISSE/03	Fashion Marketing	75	75	150	6
II	II	ISST/04	Integrated Product Design	75	75	150	6
II	I	ISST/01	Mathematics for Design	30	70	100	4
II	I	ISDC/02	Brand Communication	60	140	200	8
II	I		Free Study Activities S2			100	4

Year 3

Year	Semester	Code	Subject	Lesson hours	Study hours	Total hours	Cfa (ects)
III	I	ISDC/08	Image Semiotics	37,5	87,5	125	5
III	I	ISDE/01	Product Design	125	125	250	10
III	I+II	ISSE/01	Design Management	75	75	150	6
III	I	ISDE/03	Process Innovation	60	140	200	8
III	II	ISDC/05	Corporate Communication	45	105	150	6
III	II	ISDE/04	Product Engineering	60	140	200	8
III	II		Internship			225	9
III	II		Dissertation			200	8