



PARIS | LONDRES

SEMESTER FASHION STYLING & CREATIVE DIRECTION

Reconhecer, reinventar e definir o estilo e a imagem de uma peça, de um produto ou de uma marca. Este curso semestral aprofunda competências em styling e direção criativa, incluindo **design gráfico, fotografia, produção e set design**, além de ampliar horizontes para o crescimento pessoal e o desenvolvimento de carreira. Destinado a estudantes com pelo menos um ano de graduação prévia em fashion styling, comunicação ou áreas afins, este curso intensivo e inspirador incentiva os participantes a desenvolver novas narrativas.

FOCO DE APRENDIZAGEM

Semestre 1

- Market Insight
- Brand Identity
- Digital Marketing
- Entrepreneurship
- Personal Styling
- Fashion, Art and Cultural Context

Semestre 2

- Editorial Styling
- Graphic Design
- Production
- Photography
- Fashion, Art and Cultural Context

Fashion Styling and Creative Direction • Início em outubro

Fashion Branding

A unidade de Fashion Branding oferece aos estudantes uma introdução ao marketing, marketing digital e empreendedorismo. Os alunos realizam pesquisas aprofundadas com o objetivo de desenvolver competências criativas e dar suporte às unidades futuras. Os estudos teóricos de marketing e branding promovem a compreensão do significado de identidade nos mercados contemporâneos da moda e contextualizam como as marcas operam e respondem à inovação, à sustentabilidade, às demandas e às mudanças desses mercados. A aprendizagem interdisciplinar e a colaboração são introduzidas por meio do Projeto Interdisciplinar. Ao final da unidade, os estudantes pesquisam e propõem um novo brand book visual de moda, com foco em uma estratégia de comunicação voltada a um segmento de mercado claramente identificado. A aplicação da teoria ensinada, documentada em formato escrito, sustenta o brand book. O documento final estimula ideias viáveis e impulsiona a inovação. Os estudantes desenvolvem conhecimentos em styling e imagem, bem como em varejo e Visual Merchandising (VM). A identidade pessoal é expandida para uma identidade de marca, fundamentando o resultado de acordo com o percurso escolhido.

Fashion Magazine

Na unidade Fashion Magazine, os estudantes planejam, organizam e desenvolvem uma proposta de revista de moda, desde a ideação do conceito até a edição digital. Os alunos participam das etapas de desenvolvimento conceitual e de produção, realizando o styling de imagens e conceitos de moda, considerando questões éticas e integrando uma abordagem sustentável e inclusiva à prática. Esse processo incentiva a aplicação de estratégias de comunicação baseadas em simulações de cenários reais da indústria, orientadas pela inovação. Os estudantes devem elaborar um research book que dará suporte à proposta final e auxiliará na comunicação de ideias e conceitos.

As áreas de pesquisa são interdisciplinares e baseadas em questões contemporâneas, podendo incluir moda, arte, publicidade, novas mídias, imagem estática e em movimento, arquitetura, design, música, teatro, eventos sociais e culturais e notícias.

Fashion, Art and Cultural Context

A unidade Fashion, Art and Cultural Context introduz os estudantes a uma análise crítica e abrangente da moda entendida como um fenômeno sociocultural global, fornecendo o conhecimento teórico necessário para interpretar práticas de moda em relação aos movimentos artísticos e a outras manifestações culturais. A unidade adota uma abordagem diacrônica para o estudo e a evolução das práticas de moda desde a Revolução Industrial; sempre que pertinente, também utiliza uma abordagem temática, explorando as relações estabelecidas entre moda, arte e o contexto cultural em que se inserem. Ao final da unidade, os estudantes terão desenvolvido uma compreensão da dimensão cultural e global da indústria da moda, bem como da relação complexa e próxima que ela estabelece com a arte, além de uma sensibilidade crítica e fundamentada em relação a esses temas. Realizam pesquisas textuais e iconográficas relacionadas à moda, aos costumes, às tradições e à sociedade moderna, criando vídeos e materiais visuais voltados a estratégias de comunicação eficazes, inovadoras e estratégicas.

Fashion Styling and Creative Direction • Início em janeiro

Fashion Magazine

Na unidade Fashion Magazine, os estudantes planejam, organizam e desenvolvem uma proposta de revista de moda, desde a ideação do conceito até a edição digital. Os alunos participam das etapas de desenvolvimento conceitual e de produção, realizando o styling de imagens e conceitos de moda, considerando questões éticas e integrando uma abordagem sustentável e inclusiva à prática. Esse processo incentiva a aplicação de estratégias de comunicação baseadas em simulações de cenários reais da indústria, orientadas pela inovação.

Os estudantes devem elaborar um research book que dará suporte à proposta final e auxiliará na comunicação de ideias e conceitos. As áreas de pesquisa são interdisciplinares e baseadas em questões contemporâneas, podendo incluir moda, arte, publicidade, novas mídias, imagem estática e em movimento, arquitetura, design, música, teatro, eventos sociais e culturais e notícias.

Fashion Editorial

Na unidade Fashion Editorial, os estudantes finalizam a revista desenvolvida nas unidades anteriores. Os resultados devem ser fundamentados por meio de pesquisas aprofundadas, que auxiliam na comunicação de ideias e conceitos. Os alunos exploram beleza, cabelo e maquiagem ao longo das épocas, considerando perspectivas históricas, práticas contemporâneas e tendências futuras. Adquirem conhecimentos para desenvolver e executar de forma coesa todo o processo de produção, resultando em um projeto editorial de moda em imagem estática ou em movimento.

Durante a conceituação da revista de moda, os estudantes também adquirem conhecimentos sobre a indústria gráfica, com foco específico em sustentabilidade. Além disso, a unidade explora a ética na moda e as transformações (pivots) em curso na indústria da moda.

Fashion, Art and Cultural Context

A unidade Fashion, Art and Cultural Context introduz os estudantes a uma análise crítica e abrangente da moda como um fenômeno sociocultural global, fornecendo o conhecimento teórico necessário para interpretar as práticas de moda em relação aos movimentos artísticos e a outras manifestações culturais. A unidade adota uma abordagem diacrônica para o estudo e a evolução das práticas de moda desde a Revolução Industrial; sempre que pertinente, também utiliza uma abordagem temática, explorando a relação estabelecida entre moda, arte e o contexto cultural em que se inserem. Ao final da unidade, os estudantes terão desenvolvido uma compreensão da dimensão cultural e global da indústria da moda, bem como da relação complexa e próxima que ela mantém com a arte, além de uma sensibilidade crítica e fundamentada sobre esses temas.