

MARKETING E EMPREENDEDORISMO DE MODA

**COMUNICAÇÃO
E DESIGN**



OBJETIVOS DO CURSO



A moda é uma das maiores indústrias brasileiras e possui características próprias. O especialista em Marketing e Gestão de Moda destaca-se como uma das profissões de futuro pelo seu envolvimento em ambientes criativos e inovadores. É um profissional cuja formação e ampliação da área de atuação originaram um crescente campo de trabalho.

As competências desenvolvidas durante o curso ajudarão os profissionais a:

- » Empreender e trabalhar em todas as etapas da cadeia de criação de valor da moda.
- » Oferecer consultorias nas mais diversas áreas da moda: comunicação, marketing e empreendedorismo.
- » Perceber de forma global, local e atualizada os negócios envolvendo o “mundo da moda”.
- » Desenvolver habilidades para a execução de trabalhos individuais ou em equipe envolvendo empreendedorismo e marketing de moda.
- » Ter capacidade para criar e executar modelos de negócios e projetos de comunicação de moda para designers autorais, marcas e agências de comunicação.
- » Desenvolvimento do potencial criativo e de gestão de projetos.

O curso tem aulas ao vivo (de maneira remota), com professores atuantes no mercado, e pode ser concluído em 10 meses. O enfoque é prático, por meio de atividades de visitação a empresas, instituições, eventos e agências de moda, seminários temáticos envolvendo empreendedorismo e marketing de moda, trazendo interação com todos os profissionais envolvidos na área – network.

PÚBLICO-ALVO

Graduados nas mais diversas áreas do conhecimento (não é preciso formação anterior em Moda), atuando em consultorias, agências de comunicação, escolas, cursos, marcas de moda, e projetos independentes.

INSCRIÇÃO E MATRÍCULA

15/11/ 2020 a 30/04/2021

DURAÇÃO

De 4 de maio de 2021 a março de 2022

UNIDADES

Santos Andrade

INVESTIMENTO

18 parcelas de R\$ 389,00

COORDENAÇÃO

JUNIOR GABARDO
juniorgabardo@up.edu.br

CARLA SIQUEIRA

DIAS E HORÁRIOS

Adotaremos um calendário que mescla aulas quinzenais e semanais

DIA 1

TERÇA-FEIRA
19h às 22h

DIA 2

QUINTA-FEIRA
19H às 22h

MATRIZ CURRICULAR

360 horas



PROGRAMA DO CURSO

Remoto TEORIA DA MODA: CONCEITOS CONTEMPORÂNEOS - 20H

Estudo da indústria da moda contemporânea, as principais fontes teóricas que informam o crescente campo dos Estudos de Moda/Teoria da Moda. Objetiva estabelecer debates sobre a indústria da moda atual e suas significâncias, com base no desenvolvimento do pensamento crítico e orientado para o contexto da produção de moda e a comunicação no contexto contemporâneo.

Remoto PERCURSOS HISTÓRICOS: MODA, CULTURA E MEMÓRIA - 20H

Introdução à construção da imagem e à produção do estilo ao longo da história. Principais aspectos da evolução da construção de imagem e do estilo ao longo da história da moda. A análise dos períodos sob o trabalho dos principais designers e marcas. Como e onde surgiram os processos atuais de concepção de estilo e comunicação de moda e quais são os desígnios para o futuro.

Remoto ANÁLISE DE TENDÊNCIAS E COMPORTAMENTO DE CONSUMO - 20H

Análise dos princípios da pesquisa de tendência na área de produção, comunicação e styling. Principais influenciadores e dinâmicas de análise de sinais de tendências. Identificação de sinais de tendências na contemporaneidade. Elaboração da pesquisa e projetos de apresentação práticos de conteúdos gerados.

Remoto MERCADO DE MODA - MARKETING, VALOR, MARCA, IDENTIDADE E IMAGEM DE MODA - 20H

Análise do Fashion Brand. Caracterização da imagem como proposta de construção de valor. A disciplina descreve os conceitos básicos de marketing relacionados com a moda, o processo de criação de imagem e posicionamento de marcas de moda no mercado. A escolha da identidade, construção de imagem e manutenção. A geração de valor sob a ótica da imagem.

Remoto DESENVOLVIMENTO, LIDERANÇA PESSOAL E DE EQUIPE - 20H

Conceito e evolução da gestão de pessoas e equipes. Liderança e direção de tomada de decisão. Análise de desempenho. Desenvolvimento pessoal. Reputação institucional. Comunicação interna. Gerenciando mudanças. Planejamento e gestão estratégica de pessoas.

Remoto ESTRATÉGIAS DE VAREJO: VISUAL MERCHANDISING - 20H

Definições e entendimento de Visual Merchandising. Conceituação de vitrinismo. Processo criativo, técnicas de exposição e displays. Estratégias de varejo e ambientação. Coordenação de cores. Tipos de vitrine. Pontos focais. Soluções visuais criativas. Planejamento e execução de projetos.

GESTÃO DE MODA E EMPREENDEDORISMO: DO MIX DE PRODUTO À PRECIFICAÇÃO - 20H

Remoto

Contextualização sobre gestão de moda. Empreendedorismo criativo. Novos modelos de negócios. Planejamento e interface de mix de produto. Análise de ranking e gestão de informações comerciais.

CONSULTORIA DE IMAGEM - FUNDAMENTOS E PRÁTICAS PARA GÊNEROS CONTEMPORÂNEOS - 20H

Remoto

Conceitos e fundamentos da prática de consultoria e gestão de imagem pessoal e profissional. Morfologia corporal. Harmonia das cores, psicologia das cores e coloração pessoal. Estilos universais e contemporâneos. Elementos de design.

GESTÃO ESTRATÉGICA DE VENDAS - 40H

EAD

Integração da força de vendas com os objetivos da empresa. Planejamento estratégico de vendas. Dimensionamento do mercado. Orçamento de vendas. Planejamento e previsões. Dimensionamento da força de vendas. Análise do processo de compra do cliente. Gestão da equipe de vendas. Recrutamento e seleção de equipe de vendas, treinamento de equipe de vendas. Motivação e liderança da força de vendas.

EAD MARKETING DIGITAL E REDES SOCIAIS - 40H

Marketing tradicional vs. Marketing digital: semelhanças e diferenças entre o mercado tradicional e o mercado digital. Os 4 Pilares do Marketing Digital: Encontrabilidade e a importância dos mecanismos de busca, das redes sociais e da otimização de sites; Usabilidade e a necessidade de avaliar o nível de retenção e retorno no site.

EAD MARKETING DE SERVIÇOS ORIENTADO AO CLIENTE - 40H

A economia da prestação de serviços. Análise do ambiente do mercado de serviços. Segmentação do mercado. Componentes da integração de serviços. Distribuição de serviços. Plataformas de “marketplace” de serviços e a economia de “serviços colaborativos”. Promoção de serviços. Estratégias de precificação. Os diferentes contextos socioeconômicos e culturais e os objetivos do consumidor.

Remoto PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS - 16H

Aborda questões relacionadas às práticas sustentáveis em suas dimensões ambientais, econômicas e sociais com enfoque interdisciplinar e transversal. Evolução do Pensamento Sustentável. Conflitos Ecosocioeconômicos e Políticas/Estratégias para o Desenvolvimento

Sustentável. Qualidade de Vida. Responsabilidade Social, Ética e Cultura

Remoto PROJETO DE APLICAÇÃO - 40H

Projeto de aplicação prática a ser desenvolvido junto ao mercado de trabalho com orientação da coordenação/professor do curso.

Remoto VISITAS TÉCNICAS/SEMINÁRIOS - 24H

Possibilita a aproximação dos conceitos abordados em aula com a prática da profissão. Proporciona o aprofundamento de estudos de temas escolhidos pelos alunos e debatidos com profissionais de mercado. Evolve pesquisa, debate e ensaio acadêmico.

METODOLOGIA



Aprenda com
TEORIA + PRÁTICA

Exposições conceituadas com exercícios práticos e estudos de casos e você ainda tem simulação de ambientes competitivos orientados para objetivos específicos de cada disciplina.

DOCENTES

CLIQUE E CONHEÇA

o corpo docente



Clique e



Matricule-se

Clique e fale com
nossos especialistas



Fale conosco

ou pelo e-mail:

queroseralunopos@up.edu.br