

SUMÁRIO

- 8** **Capítulo 1**
INDÚSTRIA E CONTEXTO
- 10 Construção de uma marca
16 O cenário das comunicações em transformação
22 Mudanças no mercado global
24 O novo consumidor de moda
28 Estudo de caso: Hall Ohara
30 Entrevista: José Neves
34 Exercício: Moda global
- 36** **Capítulo 2**
MARKETING
- 38 Pesquisa e tendências
46 Desenvolvimento do conceito de marca
52 Marketing multicanal
60 Estudo de caso: Loja pop-up da Mary Kay
62 Entrevista: Julia Kasper
66 Exercício: Criação de um conceito de marca
- 68** **Capítulo 3**
MÍDIA E RP
- 70 RP de moda
76 Construção de relacionamentos com a mídia
82 Criação de conteúdo para distribuição
86 Estudo de caso: Desfile de moda
88 Entrevista: Rebecca Gray
92 Exercício: Criação de conteúdo para uma marca

94	Capítulo 4 CRIAÇÃO DA VISÃO	166	Conclusão
96	Fotografia e estilo	168	Glossário
102	Ilustração e imagens gráficas	170	Créditos das imagens
106	Vídeo	171	Sites úteis
110	Recursos visuais do webdesign	172	Índice
114	Estudo de caso: Poppy Roberts	176	Agradecimentos
116	Entrevista: Jayne Pierson	177	A ética profissional
120	Exercício: Criação de uma ilustração		
122	Capítulo 5 MODA DIGITAL		
124	Uma indústria em constante transformação		
130	O uso de mídias sociais para entrar em contato com clientes		
134	Blogs e jornalismo cidadão		
138	O futuro		
140	Estudo de caso: What Katie Wore		
142	Entrevista: Harriet Williams		
146	Exercício: Análise de blogs de moda		
148	Capítulo 6 COLABORAÇÃO E CONEXÃO		
150	Trabalho com outros setores		
154	Endosso das celebridades		
158	Estudo de caso: DONT WALK		
160	Entrevista: Emma Griffiths		
164	Exercício: Consciência corporativa		