



A PESQUISA DE MODA ENQUANTO FERRAMENTA ESTRATÉGICA DE DIFERENCIAÇÃO E INSERÇÃO DE VALOR A PRODUTOS E COLEÇÕES DE LUXO.

TUÃO, Denise Cristine Vieira

RESUMO

Este artigo denota a relação entre o conteúdo de pesquisa histórico-social sobre moda com o desenvolvimento de produtos e coleções de luxo como fator de diferenciação de marca, assim como perpassa eventos relevantes ao surgimento do sistema de moda e acontecimentos históricos-sociais que propiciaram a valorização do produto e mercado de luxo. E por fim, compreende a aplicação de tais preceitos em uma mini-coleção.

PALAVRAS-CHAVE: moda; produto; luxo; marca.