



**ISABEL
CANTISTA**
coordenação

**ESPAÇOS
DE MODA
GEOGRÁFICOS,
FÍSICOS
E VIRTUAIS**

Resumo de Espaços de Moda. Geográficos, Físicos e Virtuais

Sendo uma obra coletiva com contributos diversificados, este livro destina-se a empreendedores, gestores e profissionais do mundo da moda. Uma das dimensões mais visíveis e importantes deste negócio é o tempo, cujo ritmo se gere a partir da sucessão contínua de coleções e propostas.

A dimensão espacial do universo da moda assume, neste sentido, um relevo particular, uma vez que é nos espaços físicos e geográficos que se apresentam ao mercado as coleções, as propostas e as grandes inovações.

Na concepção de um negócio desta natureza há espaços distintos que são considerados pelo empresário ou gestor e, a partir daí, decorrem decisões fundamentais sobre a sua localização em determinadas zonas geográficas, a criação de conceitos, de layouts de lojas e de sites, bem como formas de estar nas redes sociais.

Este livro recolhe, assim, algumas reflexões sobre espaços de moda físicos e geográficos, ilustrando as tendências atuais de um negócio sempre em franca expansão.

[Acesse aqui a versão completa deste livro](#)