



OBSERVATORIO[™]
DE LA MODA ESPAÑOLA
ASOCIACIÓN CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

Cursos

Comunicación de
marketing y
organización
de eventos de moda



Presentación

La **Asociación Creadores de Moda de España** junto con la **Fundación UNED** y el **Laboratorio de Innovación de Humanidades Digitales** desarrollan este curso para **formar profesionales de la moda** en uno de los apartados más importantes de la industria de la moda, el de la comunicación y el marketing en la industria de la moda. Su finalidad es realizar una panorámica completa sobre qué es la comunicación en moda, cómo se organiza, qué partes la componen, cómo se organiza una estrategia de comunicación en una marca y cómo se mide el retorno de la inversión una marca.



Lugar y fechas

Del 30 de Marzo
al 30 de abril de 2016

Horas lectivas: 20

Dirección:

Asociación Creadores de Moda
de España (ACME)

Profesores:

Fernando Aguilera de la Garza,
consultor de moda. Co-Director
del master en Fashion Management
en BAU Centro Universitario
de Diseño.

Jacob Bendahan, fundador y
director de la agencia de c
omunicación y RRPP Comcepto
Comunicación

Charo Izquierdo, consultora
de moda. Escritora. Exdirectora
y fundadora de YoDona y de
Grazia España

Metodología: 100% online

Precio: 95 €

Plazo de inscripción:

27 de marzo inclusive (formalización
y pago de matrícula)

Duración:

1 mes (30 de marzo -
30 de abril de 2016). 20 horas
de formación certificadas.

Garantía:

La Fundación UNED es un
organismo de gran prestigio,
en España y América Latina,
gracias a su buena labor y
tradicción en la formación online
y a distancia.



Programa

MÓDULO 1

MARKETING DE MODA Y GESTIÓN INTEGRAL CREATIVA

1. Conceptos rectores de marketing para el sistema de la moda.
2. Definición de estrategia y territorio de marca.
3. Del consumidor al cliente y su comportamiento de compra.
4. Planificación de marketing en moda.
5. Mix de marketing integrado
6. Branding y gestión creativa.
7. Análisis de acciones y control

MÓDULO 2

CÓMO ORGANIZAR UN EVENTO DE MODA

1. La agencia de comunicación
2. El cliente de moda: objetivos y presupuestos
3. Creación y programación de un evento
4. Protocolo de la moda
5. Eventos y medios de comunicación
6. Gestión del photocall
7. Planificación y día después

MÓDULO 3

COMUNICACIÓN Y MODA, UNA RELACIÓN DE CONVIVENCIA

1. Comunicación y moda.
2. Breve historia de las revistas de moda en España
3. ¿Cómo organizar una revista de moda?
4. ¿Desaparecerá el papel?
5. ¿Qué se pide a un profesional?
6. ¿Somos todos periodistas de moda?



Curso

La moda es una de las industrias más complejas que existe: no sólo por la velocidad de sus ciclos de vida sino también por la competencia que existe en el sector. Por ello, para distinguirse, para darse a conocer y poder estar en la mente del consumidor la comunicación y el marketing son algunas de las partidas de un presupuesto más altas en el sector.

Pero...

¿Valen todas las maneras de comunicar?

¿Cómo se consigue llegar al consumidor y convertirlo en cliente?

¿Cómo se organiza un evento de moda para que tenga éxito?

¿Cómo se mide realmente ese éxito en moda?

De la mano de tres de los más reputados profesionales del sector, este curso realiza una panorámica 360° por el mundo de la comunicación de moda para tener todas las perspectivas. El primer enfoque será el de la creación de una campaña de comunicación desde el punto de vista del marketing y del retorno de la inversión de la marca. La moda es un negocio y la inversión en comunicación tiene que tener unos beneficios tangibles e intangibles que se puedan medir. El alumno aprenderá cómo se piensa y se crea una campaña, qué hay que tener cuenta a nivel estratégico y cómo se valoran los resultados. El segundo estadio del curso será la organización de la campaña o del evento de moda: cómo se planifica paso a paso, desde el estadio inicial de su creación cuando se piensa la acción hasta todos los estadios de su ejecución: plazos y calendario, nota de prensa, cuánta gente interviene, qué hay que gestionar el día del evento, el photocall, cómo se vive el día de después con los informes para el cliente. Finalmente, el tercer punto de vista del curso está explicado en el módulo 3, en donde tendremos el punto de vista de las revistas y publicaciones que divulgan la información del evento y de las campañas para que el consumidor las reciba.

Un curso para iniciarse en la organización de eventos de moda y aprender todo sobre uno de los sectores más apasionantes del mercado



Profesores

Fernando Aguilera De La Garza

Licenciado en Comunicación con especialización en el sector de la Moda y la Cultura Visual. Co-Director del master en Fashion Management en BAU Centro Universitario de Diseño. Training Associate en la consultora SOFOCO. Profesor invitado en UPF-Barcelona School of Management, Universidad Complutense de Madrid y UIMP Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Con trayectoria en marketing de gran consumo, investigación, periodismo y gestión de proyectos freelance en Revista Grazia, Grupo Editorial Planeta, Tentaciones El País y ACTM Clúster Tèxtil Moda de Catalunya.



DEVOTA & LOMBA,
FOTO: FRANCISCO NOGUEIRA

Jacob Bendahan

Licenciado en Derecho por la Universidad San Pablo-CEU. Ha desarrollado su carrera profesional en el ámbito de la comunicación. Fundador y dueño de la agencia COMCEPTO, agencia de RR-PP y comunicación de marcas como Elisabeth Arden, Audemars Piguet, John Varvatos Juicy Couture, Justin Bieber, Taylor Swift, Belgrave o Dapper. Bendahan es especialista en comunicación corporativa, relaciones públicas, social media, marketing tradicional y digital, e-commerce, organización de eventos, publicidad y diseño gráfico.



AMAYA ARZUAGA, FOTO: ALEJANDRA G. REMÓN

Charo Izquierdo

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Es PDG en IESE y está diplomada en Prácticas de Buen Gobierno por el Instituto de Consejeros y Administradores.

Ha sido fundadora y directora de las revistas Yo Dona y Grazia. Además fundó el primer portal de internet de revista femenina, estarguapa.com, que fue la web de Telva y ha dirigido Elle y la revista Gente y Viajes. Ha sido directora adjunta de Vogue.

En el último año ha escrito la novela Puta no soy, sobre la trata de mujeres con fines de explotación sexual. Es empresaria de su empresa de consultoría de comunicación Charo Izquierdo Acciones de Comunicación. Es miembro del consejo asesor de la empresa de comunicación Atrevia y del family office Wealth Advisory Services.

Es, además, miembro del patronato de Save the Children, del de la Fundación Dexeus y de la Fundación Arco Iris.

Es conferenciante. Y en el último año ha organizado el ciclo de conferencias "La Mujer el camino hacia el éxito", en colaboración con la Comunidad de Madrid. Participa en másters y mesas redondas especialmente en aquellos relacionados con la mujer, el estilo de vida y la moda. Fue fundadora y cocreadora del Máster de Moda y Belleza Telva y Yo Dona.

Habitualmente imparte clases en diversos Másters de Comunicación y Moda. Entre otros, en la universidad Blanquerna en Barcelona, en la Universidad de Sevilla y en la escuela ESCO, en Granada.

Ha recibido varios premios, entre los que destaca el premio 8 de marzo de la Comunidad de Madrid, el premio FEDEPE, el premio Directiva del Año, otorgado por ASEME, el premio Estrategia Directiva, por su contribución a la difusión de la imagen de la mujer, y un reconocimiento del Ministerio de Igualdad por su contribución a la eliminación de la violencia contra las mujeres. En junio de 2012 recibió uno de los premios otorgados por la organización Women Together, en Naciones Unidas, Nueva York. Ese año fue distinguida como una de las 500 personas más influyentes de España y también figura en la lista de las Top 100 Mujeres Líderes en España.

Es miembro del International Forum España, además de socia de Womenalia, de Women CEO y de Women Corporate Directors, además de formar parte del panel de Mujeres Expertas y del Instituto de Consejeros y Administradores.



Destinatarios

Profesionales que busquen complementar su perfil profesional con conocimiento en la moda con especialización en la organización de eventos de moda y comunicación

Periodistas y profesionales del ámbito de la moda que quieran ampliar sus conocimientos en comunicación de moda

Estudiantes que se quieran introducir en el mundo de la moda

Diseñadores que busquen ampliar sus conocimientos para crear estrategias más sólidas de moda

Perfiles de personas interesadas en el mundo de la moda en general que quieran tener más conocimientos sobre la comunicación y el marketing de moda

Objetivos

- Comprender la industria de la moda desde el punto de vista de la comunicación
- Adquirir conocimientos básicos para entender la organización de un evento de moda
- Profundizar en las estrategias de comunicación actuales: sus procesos, su calendario y cómo se organiza un evento de moda
- Obtener herramientas suficientes para que el alumno siga investigando sobre el tema de manera autoformativa
- Reivindicar el papel crucial de la moda española en el ámbito internacional y su influencia en toda la industria actual



Metodología

La metodología de este programa formativo es íntegramente Online.

Los alumnos recibirán sus claves para acceder a la plataforma Online que servirá de soporte para descargar material docente, crear foros de debate, interactuar con otros alumnos, colgar y/o descargar otros materiales relacionados con las materias abordadas a lo largo del curso, etc.

Podrás vivir la experiencia del aprendizaje compartido donde los alumnos, los materiales pedagógicos y tecnológicos crean una sinergia de gran valor para el afianzamiento y ampliación del aprendizaje.

El curso consta de 3 módulos diferentes con materiales adicionales para comprender en profundidad cómo se organiza un evento de moda. Para recibir el certificado, el alumno debería aprobar una prueba de examen preparada para cada uno de los módulos