



MÁSTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN EN MODA

ANA037



Certificación universitaria internacional

Escuela asociada a:





DESTINATARIOS

El **Máster en Marketing y Comunicación de Moda** va dirigido a todas aquellas personas que quieran ampliar sus conocimientos en el ámbito del marketing en relación con la moda. A lo largo de la formación, el alumno aprenderá a desarrollar un plan de marketing empresarial. Además, profundizará en la política de producto, de precios, comunicación y distribución. Así, conocerá el concepto de gama y línea de productos, los métodos de determinación de los precios y la elaboración del briefing de productos, servicios o marcas. Por otro lado, el estudiante descubrirá cómo ha evolucionado la moda desde la edad antigua hasta la actualidad, así como los principales iconos del diseño de moda. El concepto de estilismo, las tendencias, la promoción de la moda o el consumidor de este tipo de producto son otras fuentes de aprendizaje de esta titulación. Una vez finalizado el Máster, el alumno será capaz de desarrollar proyectos creativos y estratégicos relacionados con el sector de la moda.



MODALIDAD

Puedes elegir entre:

- **A DISTANCIA:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu domicilio el pack formativo que consta de los manuales de estudio y del cuaderno de ejercicios.
- **ON LINE:** una vez recibida tu matrícula, enviaremos a tu correo electrónico las claves de acceso a nuestro Campus Virtual donde encontrarás todo el material de estudio.

En ambas modalidades el alumno recibirá acceso a un curso inicial donde encontrará información sobre la metodología de aprendizaje, la titulación que recibirá, el funcionamiento del Campus Virtual, qué hacer una vez el alumno haya finalizado e información sobre Grupo Inenka Formación. Además, el alumno dispondrá de un servicio de **clases en directo**.

El alumno puede solicitar **PRÁCTICAS GARANTIZADAS** en empresas. Mediante este proceso se suman las habilidades prácticas a los conceptos teóricos adquiridos en el curso. Las prácticas serán presenciales, de 3 meses aproximadamente, en una empresa cercana al domicilio del alumno.



DURACIÓN

La duración del curso es de 600h, reconocidas con 24 ECTS.



IMPORTE

Importe Original: ~~1240€~~

Importe Actual: 620€



CERTIFICACIÓN OBTENIDA

Una vez finalizados los estudios y superadas las pruebas de evaluación, el alumno recibirá un diploma que certifica el "MÁSTER EN MARKETING Y COMUNICACIÓN EN MODA", de la escuela SAN ANASTASIO INTERNATIONAL SCHOOL, avalado por nuestra condición de socios de la CECAP, máxima institución española en formación y de calidad.

Los diplomas, además, llevan el sello de Notario Europeo, que da fe de la validez de los contenidos y autenticidad del título a nivel nacional e internacional.

El alumno tiene la opción de solicitar junto a su diploma un Carné Acreditativo de la formación firmado y sellado por la escuela, válido para demostrar los contenidos adquiridos.

Además, podrá solicitar una Certificación Universitaria Internacional de la Universidad Católica de Cuyo-DQ con un reconocimiento de 24 ECTS.



PARTE 1. PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

UNIDAD FORMATIVA 1. PLAN DE MARKETING EMPRESARIAL

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PLANIFICACIÓN DE MARKETING.

- Concepto y contenido del marketing:
 - Función del marketing en la gestión de la empresa: la orientación al cliente.
 - Marketing estratégico y operativo.
- Estrategias y tipos de marketing.
- Marketing mix:
 - Planificación integral del marketing.
 - Elementos que integran el marketing mix e interrelación entre ellos.
- Elaboración del plan de marketing:
 - Estructura y funcionalidad.
 - Políticas de marketing en la empresa.
 - Presupuesto del plan de marketing.
- Análisis DAFO y estrategias de marketing:
 - Estudios de mercado.
 - Segmentación y posicionamiento y detección de oportunidades de mercado.
 - Elaboración de informes de oportunidades de mercado.

UNIDAD DIDÁCTICA 2. POLÍTICA DE PRODUCTO.

- Definición de la política de producto.
- Atributos y características de productos y servicios de la empresa.
 - Clasificación de productos.
 - Diferenciación de los productos.
- Concepto de gama y línea de productos.
 - La cartera de productos.
- La teoría del ciclo de vida del producto (CVP) y su aplicación al marketing.
 - Estrategias según el CVP.
 - Servicios añadidos.
- Mapas de posicionamiento.
 - Concepto de posicionamiento de producto.
 - La elección de los ejes de posicionamiento.
- Matriz BCG y creación de nuevos productos.
- Análisis del envase y de la marca como elementos diferenciadores.
 - Concepto y finalidad de la marca.
 - Tipología de las marcas.
 - Estrategia de marca.
 - Elementos fundamentales del envase.
- Elaboración de informes sobre producto.

UNIDAD DIDÁCTICA 3. POLÍTICA DE PRECIOS.

- Definición de la política de precios.
 - El concepto de precio.
 - El precio como instrumento de marketing.
- Características y variables de decisión.
- Concepto de elasticidad de precio.
 - Elasticidad cruzada.
- Normativa vigente en materia de precios.
 - Relaciones con los distribuidores.
- Métodos para la determinación de los precios:
 - Métodos basados en el coste.
 - Métodos basados en la competencia.
 - Métodos basados en el mercado o demanda.
- Cálculo del punto muerto.
- Estrategias comerciales en la política de precios.
 - Estrategias diferenciales.
 - Estrategias competitivas.
 - Estrategias para líneas de productos.
 - Estrategias para productos nuevos.
- Elaboración de informes sobre precios.

UNIDAD DIDÁCTICA 4. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

- Definición de la política de distribución.
- Canales y fórmulas de distribución.
 - Elección de los canales.
 - Relación entre miembros del canal de distribución.
 - Comercio mayorista.
 - Comercio minorista.
- Estrategias en la política de distribución.
- Relaciones con la red y puntos de ventas.
 - Determinación del número de puntos de venta.
 - Selección del lugar de emplazamiento.
- Marketing en la distribución.
 - Merchandising.
- Comercialización «on line» de productos y servicios.
 - Las relaciones comerciales B2B y B2C.
- Elaboración de informes sobre distribución.

UNIDAD DIDÁCTICA 5. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.

- Definición de la política de comunicación en la empresa.
- Tipos de comunicación en la empresa.
 - Comunicación interna.
 - Comunicación externa en la empresa.
 - La comunicación personal.
 - Otros tipos de comunicación.
- El mix de comunicación: tipos y formas.
 - Publicidad.
 - Promoción de ventas.
 - Relaciones públicas.
 - Marketing directo.

- Marketing relacional.
 - Marketing «online».
- Medios de comunicación.
 - Medios convencionales.
 - Medios no convencionales.
 - Elaboración del briefing de productos, servicios o marcas:
 - Objetivos y finalidad del briefing.
 - Estructura y elementos del briefing.
 - Aplicaciones de presentación del briefing.

PARTE 2. DISEÑO DE MODA Y COMPLEMENTOS

MÓDULO 1. HISTORIA DE LA INDUMENTARIA Y LA MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. PREHISTORIA Y EDAD ANTIGUA

- Prehistoria
- Mesopotamia: sumerios, babilonios y asirios, persas y medos
 - Sumerios
 - Babilonios y asirios
 - Persas
 - Medos
- Egipto
 - Vestuario popular y de la nobleza
 - Indumentaria femenina
 - Indumentaria masculina
 - El calzado
 - Maquillaje y peinado
 - Joyas
- Creta: civilización minoica
 - Indumentaria femenina
 - Indumentaria masculina
 - Joyería, belleza y cuidados
- Grecia
 - Indumentaria femenina
 - Indumentaria masculina
 - Calzado
- Etruria
 - Indumentaria femenina
 - Indumentaria masculina
 - Calzado y sombrero
- Roma
 - Indumentaria femenina
 - Indumentaria masculina
 - Calzado
- Imperio Bizantino
 - Indumentaria femenina
 - Indumentaria masculina

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EDAD MEDIA Y RENACIMIENTO. BARROCO Y ROCOCÓ

- Edad Media y Renacimiento
 - Edad Media
 - Indumentaria en la Edad Media
 - Renacimiento
 - Indumentaria en el Renacimiento
- Barroco y Rococó
 - Barroco: siglo XVII
 - Rococó: siglo XVIII

UNIDAD DIDÁCTICA 3. SIGLO XIX Y SIGLO XX

- Siglo XIX
 - Indumentaria femenina
 - Indumentaria masculina
- Introducción al siglo XX
 - Período de 1900 a 1950
 - Período de 1950 a 2000
 - El Siglo XXI

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ICONOS DE LA MODA Y DISEÑADORES DEL SIGLO XX

- Iconos de la moda del siglo XX
 - Iconos de la moda del mundo del cine
 - Iconos de la moda del mundo de la sociedad
 - Iconos de la moda del mundo de la música
- Diseñadores de Moda del Siglo XX
 - Mariano Fortuny (1871-1949)
 - Jeanne Lanvin (1876-1946)
 - Jeanne Paquin (1869-1936)
 - Edward Molyneux (1891-1974)
 - Jean Patou (1880-1936)
 - Coco Chanel (1883-1971)
 - Elsa Schiaparelli (1890-1973)
 - Nina Ricci (1883-1970)
 - Alix Grès (1899-1993)
 - Maggy Rouff (1896-1971)
 - Marcel Rochas (1902-1955)
 - Mainbocher (1890-1976)
 - Augustabernard (1886-1946)
 - Louiseboulanger (1878-1950)
 - Cristóbal Balenciaga (1895-1972)
 - Pierre Balmain (1914-1982)
 - Valentino (1932)
 - Yves Saint-Laurent (1936-2008)

UNIDAD DIDÁCTICA 5. HISTORIA DE LA MODA

- Teoría de la moda
- El diseñador y las tendencias
- La moda internacional
- La moda española
- Revistas y prensa especializada

MÓDULO 2. EMBELLECIMIENTO PERSONAL Y ESTILISMO EN EL VESTIR Y LA MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. CUIDADOS Y TÉCNICAS DE EMBELLECIMIENTO PERSONAL

1. Nociones básicas de nutrición y dietética
 - Concepto de nutrición
 - Concepto de dietética
 - Concepto de salud y enfermedad
2. Pirámide Nutricional
3. Clasificación de los alimentos
 - Según su descripción
 - Según su función
4. Alteraciones y trastornos de la alimentación
 - Historia de los trastornos de la conducta alimentaria
 - Clasificación actual de los trastornos de la conducta alimentaria

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INDUMENTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN PERSONAL

1. Canon de belleza: concepto y evolución
2. Proporciones idealizadas de la figura humana
3. Medidas antropométricas
 - Protocolo para tomar medidas antropométricas
4. Medidas antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
 - Peso corporal
 - Estatura
 - Talla Sentada
 - Envergadura
 - Perímetros
 - Pliegues cutáneos
5. Automedición de las proporciones corporales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTILISMO EN EL VESTIR

1. Concepto de estilismo
2. Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
 - Estilos de vestuario
 - La Alta Costura
 - Moda Prêt-à-porter
 - Fondo de armario o vestuario básico
3. Materiales y tejidos
 - Tipos de fibras textiles
 - Principales tejidos
 - Simbología del etiquetado
 - Conservación de las prendas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTILISMO Y TENDENCIAS EN LA MODA

1. Introducción a las tendencias
2. Música: artistas que marcan estilo
3. Arte: principales inspiraciones y ejemplos

4. El fenómeno blogger
5. El cine como generador de estilo
6. Webs de referencia
7. Cómo analizar los desfiles
8. Cómo buscar en las redes sociales
9. Libros de tendencias
10. Siluetas destacadas
11. Calendario de la moda
12. Conocimiento de los ciclos en la moda
13. Fotografía

MÓDULO 3. DISEÑO DE MODA Y COMPLEMENTOS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. DISEÑO DE MODA

1. Dibujo de moda. Dibujo de figurín
 - Las líneas de construcción de la figura humana
 - Los cánones de proporción humana
 - Análisis geométrico de la figura
 - El equilibrio y movimiento
 - La perspectiva y el escorzo
 - La cabeza
 - Anatomía artística
 - Dibujo artístico
 - Tejidos y colores
 - Diseño de moda por ordenador
2. Marketing en la moda
 - El mercado de la moda y su entorno
 - La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda
 - El consumidor del producto moda
 - El producto de moda y marca
 - Los precios
 - Comunicación y promoción en la moda
 - La distribución
 - Marketing estratégico en la moda. La planificación estratégica

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PREPARACIÓN Y DISEÑO DE COLECCIONES

1. Introducción al proceso de creación
2. Fase de ideación
3. Fase de creación técnica
4. Patronaje
 - Creación, diseño y patronaje
 - Industrialización de los modelos
 - El patrón base
 - Prototipos
5. Corte y confección
 - Corte
 - Puntadas
 - Confección de diferentes prendas de vestir
 - Planchado y acabado
6. Presentación y difusión de la colección

UNIDAD DIDÁCTICA 3. DISEÑO DE COMPLEMENTOS

1. Conocimiento de los complementos y su importancia en la moda
2. Complementos femeninos y masculinos
 - Complementos masculinos
 - Complementos femeninos
3. Diseño de calzado
 - Calzado masculino
 - Calzado femenino
4. Diseño de bolsos
5. Diseño de sombreros
6. Diseño de pequeños accesorios
7. Diseño de joyería y bisutería