

Educación
CONTINUA

UVM

DIPLOMADO

Fashion Marketing, Estrategias y Gestión de Marcas de Moda

En Línea | 6 meses

Objetivo

- Desarrollar estrategias para la creación, comercialización y gestión de marcas de moda tomando en cuenta los ejes centrales del marketing y el mundo digital.

¿A quién va dirigido este curso?

- Profesionistas que estén interesados en adentrarse en el mundo moda.
- Profesionales de mercadotecnia deseen integrarse en el proceso de estrategias para la industria de la moda.
- Líderes de iniciativas que estén planeando un proceso de lanzamiento de un nuevo producto y/o marca, que necesitan desarrollar sus competencias para las exigencias de este reto.
- Emprendedores que deseen participar en la industria de la moda.
- Profesionales que desean diseñar e implantar estrategias de lanzamiento de un nuevo producto y/o marca en la industria de la moda.

¿Qué aprenderás?

- Los elementos base del sistema moda, sus integrantes y lenguaje particular que lo convierten en una cultura y punto de referencia de otras industrias.
- Visualizar el impacto cultural, social y económico de la industria de la moda y sus componentes para convertirse en una de las economías más poderosas del planeta.
- Aprender la estructura base de una empresa de moda.
- Conocer el proceso de creación de una colección de moda, los participantes y sus filtros para llegar al cliente final.
- Conocer los elementos necesarios en el desarrollo, lanzamiento y posicionamiento de una marca de moda en el contexto de las estrategias mercadológicas de una organización, diseñando modelos que permitirán su anticipación en el surgimiento de segmentos de mercado.
- Aprender técnicas de captación, desarrollo y fidelización del mercado al promover y posicionar una marca; para llegar directamente al target definido como potencial mercado.
- Analizar conceptualmente todas las variables que incluyen un plan estratégico de mercadotecnia para comercializar un producto y/o una marca de manera tradicional y en el mundo digital, así como el valor agregado que puede diferenciarlo dentro de un mercado determinado.
- Gestionar, construir y moderar las comunidades que se generan alrededor de una marca de moda y estilo de vida online con la habilidad necesaria para manejar un plan estratégico de social media.

Al finalizar...

- Tendrás una visión integral de las implicaciones que tiene el proceso de Marketing para un producto y/o marca en la industria de la moda y serás capaz de definir planes de acción que acompañen su desarrollo en el logro de los objetivos de negocio.

MÓDULOS

01 Marketing de Moda

El participante obtendrá los conceptos y particularidades del marketing para aplicarlo en desarrollar estrategias en los negocios de la moda, analizará el Buyer persona utilizando el conocimiento del comportamiento del consumidor, así como comprender cómo se elabora la mercadotecnia experiencial y esté en capacidad de formular propuestas para generar ventajas y diferenciadores en la industria de la moda.

- | | | | |
|----|-----------------------------|-----|-------------------------------------|
| 1. | Marketing en el sector moda | 6. | Promoción y saldos |
| 2. | Buyer persona | 7. | El negocio de las experiencias |
| 3. | El plan de marketing | 8. | Marketing experiencial |
| 4. | Estrategias de marketing | 9. | Showrooms y puntos de venta |
| 5. | Posicionamiento de marca | 10. | El impacto del visual merchandising |

02 Evolución y referentes del mundo de la moda

El participante obtendrá una visión general de la industria de la moda a través de su historia, los diseñadores referentes, personajes que han marcado un antecedente, así como el entendimiento de la belleza, estereotipos y su influencia en los estilos de vida.

- | | | | |
|----|--|----|---|
| 1. | El surgimiento de la moda y su historia | 5. | Estilo, moda, tendencias y tribus urbanas |
| 2. | Comprensión y modificación corporal | 6. | Quién es quien en el mundo de la moda |
| 3. | Estereotipos de belleza: modelos del siglo XXI | 7. | Grandes fotógrafos de moda |
| 4. | Diseñadores del siglo XX | 8. | Moda en el cine |
| 5. | Estilo, moda, tendencias y tribus urbanas | | |

MÓDULOS

03 Empresas de moda: colección y diseño

Conocer la estructura de negocio de la industria de la moda y cómo se desprenden las necesidades de los mercados, para poder establecer la naturaleza del producto, diseño de colecciones y estrategias de actuación en la misma.

- | | | | |
|----|--|-----|---|
| 1. | La moda como medio de expresión | 8. | Diseño textil, historia y desarrollo |
| 2. | Los grandes sectores de la moda | 9. | Materiales, tecnología, innovación y proceso en la industria de la moda |
| 3. | Las marcas de lujo, precio, calidad e innovación | 10. | Sostenibilidad en la industria de la moda |
| 4. | Pronósticos de tendencias, ferias de moda y fashion weeks | 11. | La industria y la cultura del mundo de la moda |
| 5. | Como se definen las tendencias de moda | 12. | Cómo se configura una empresa de moda |
| 6. | Planeación y desarrollo de temporadas | | |
| 7. | Como se conforma una colección de moda por temporada y su proceso de desarrollo y producción | | |

04 Fashion

Conocer lo que es necesario desarrollar para definir y difundir una marca a través de acciones de Comunicación (planteadas previamente en una estrategia), comprendiendo los ingredientes concretos que ayudan a reforzar la marca.

- | | | | |
|----|---|--------|---|
| 1. | Identidad de marca
1.1.Naming e identidad visual
1.2.Mensaje de marca | 5.2. | Globalización y democratización de la moda |
| 2. | Posicionamiento
2.1.Público y objetivo | 6. | Comunicación 360° |
| 3. | Relaciones e interacción de las marcas | 7. | Campañas y acciones de marca
7.1.Levantar pasiones
7.2.Crear y comunicar experiencias |
| 4. | Interacción entre marcas y clientes | 7.2.1. | Concepto de campaña |
| 5. | Medios impresos y digitales
5.1.Revolución digital | 7.2.2. | Stylist y shooting |
| | | 8. | Branding: su uso para crear marcas y moda. |

MÓDULOS

05 Creación de contenido y experiencias de moda

Capacitar al alumno para el diseño y construcción de mensajes y experiencias poderosas del mundo de la moda partiendo del mundo digital como eje clave.

- | | | | |
|----|--|-----|---|
| 1. | El valor de las historias | 8. | Manejo editorial y fashion film |
| 2. | Briefing | 9. | Pasarelas |
| 3. | Cultura de moda y estilo de vida | 10. | Introducción a la generación viral: el auge de las redes sociales |
| 4. | Introducción al fenómeno influencer y su evolución | 11. | La propiedad intelectual en la era digital |
| 5. | Las alianzas entre 'content creators' y marcas | 12. | Fashion publicity |
| 6. | Redacción y creación de contenidos en los nuevos canales | | |
| 7. | La dirección creativa y el branded content | | |

06 Plan de marketing digital y manejo de presupuesto

El participante desarrollará estrategias comerciales digitales medibles que logren posicionamiento, reconocimiento y rentabilidad en el mundo de la moda.

- | | | | |
|----|---|-----|--|
| 1. | Potencializadores para el posicionamiento de marca | 7. | E-commerce |
| 2. | Personalización y empaques | 8. | Medir el éxito: KPI's de un e-commerce y en redes sociales |
| 3. | Identidad y proyección de marca en el mundo digital | 9. | Estrategia de precios |
| 4. | Estrategias de un plan de marketing digital de moda | 10. | Factibilidad comercial: Métricas y retorno de inversión |
| 5. | Desarrollo de anuncios digitales: byers y keywords | 11. | Inversionistas |
| 6. | Publicidad y creación de contenido multiplataformas | | |
| | Business intelligence & data analytics | | |

PROFESORES

Marisa Camacho

Diseñadora T xtil

GRADOS ACADÉMICOS

- Licenciatura en Diseño Textil Escuela de Diseño del INBA Curso de Administración de proyectos Universidad Liverpool

COLABORACIÓN CON EMPRESAS

- Diseñadora Freelance enero 2021 – a la fecha
- Grupo Comercial Control –Jefe de diseño– marzo 2017 – octubre 2020
- Gestion  la formación del departamento de diseño para la compa a creando estrategias de desarrollo, definición del flujo de trabajo.
- Servicios Liverpool –Coordinadora de diseño– mayo 2011 – julio 2015
- Particip  en la definición del ADN de la marca propia Mon Caramel, así como en el diseño del mismo, definición de tendencias, planeación y desarrollo de colecciones, desarrollo de proveedores, compra de colecciones en Londres Inglaterra dos veces por año y desarrollo de muestras de producción en Tailandia, China y Hong Kong dos veces por año.

Luis Felipe Díaz Muñoz

Maestría en Dirección de Negocio

GRADOS ACADÉMICOS

- Es Licenciado es licenciado en mercadotecnia, estudio una Maestría en Dirección de Negocio, tiene una Certificación en Below the line por la University of San Diego, cuenta con un Diplomado en Espacios Comerciales y un Diplomado en Innovate Marketing, ambos en el Tecnológico de Monterrey, tienen las siguientes especialidades Neuromarketing, Interiorismo, Branding y marketing de experiencia. Actualmente esta estudiando un doctorado en innovación y educación. Pertenece a la Global Marketing Association
- Es Docente de la carrera de mercadotecnia de la Escuela Bancaria y Comercial del Campus Tlalnepantla, donde imparte cátedra en la licenciatura de mercadotecnia, y en otras carreras, también imparte cátedra en la Maestría de Alta Dirección y posgrados de la EBC

Rocío Vargas Juárez

Maestría en Imagen Pública

GRADOS ACADÉMICOS

- Maestría en Marketing y Comunicación de Moda, por el Instituto Europeo de Diseño y la Universidad de Barcelona.
- Certificada en Psicología positiva por el Tec Milenio y como Consultora en gestión de la felicidad por el Instituto del desarrollo óptimo. Diplomada en Coaching ejecutivo por el Tec.

COLABORACIÓN CON EMPRESAS

- Experiencia docente a nivel licenciatura y educación continua en diversas universidades como Universidad Iberoamericana (ciudad de México), ITESM ccm., Universidad Anahuac del Sur, Universidad la Salle, Universidad de la Comunicación, Universidad CENTRO, etc.
- Ha desarrollado proyectos integrales, conferencias, asesorías y capacitación con diversas personalidades importantes y empresas a nivel nacional como: FMF, Universidad Virtual Liverpool, Michelin S.A, etc.

Victor Estegan Nieto

Comunic logo

GRADOS ACADÉMICOS

- Facebook Certified Media Planner Professional 2021
- Google Ads Certified 2016
- Google Analytics Certified 2016

COLABORACIÓN CON EMPRESAS

- Gerente de Marketing Digital en Grupo Comercial Control, Mexico.
- Content Manager en Prowell Media, Mexico

Alejandra Ofelia Ríos Ramos

Maestra en Educación y Nuevas Tecnologías

- 33 años como docente, a nivel universitario impartiendo materias como imagen corporativa, mercadotecnia digital, campañas digitales, ventas, gestión de estrategias en la EBC Tlalnepantla, Tecmilenio Ferrería y Unitec.
- 30 años trabajo laboral corporativo Cinemex Gerente de Operaciones de entretenimiento de
- Realizadora curricular por dos años EBC y Grupo Talis.

Beneficios de estudiar un diplomado



Temas actualizados y de vanguardia

Con gran capacidad de actualización y reinención al ser de una duración más corta que otros posgrados, un diplomado te ofrece una capacitación enfocada en temas relevantes y de alta demanda para el mercado laboral.



Capitaliza lo aprendido

El alto enfoque práctico y estratégico de un Diplomado hace que cada módulo sea aplicable desde el primer día 1 en tus actividades profesionales y desarrollo personal.



Mejora tus oportunidades laborales

Enriquece tu CV especializándote y posíciónate como el mejor candidato.



Networking

No solo compartirás salón de clases con buenos compañeros, también con excelentes profesionistas con los que podrás compartir puntos de vista, tips e incluso oportunidades de negocio.



Profesores con más 15 años en experiencia profesional

Toma clases de la mano de expertos en su disciplina con amplia experiencia compartiendo su conocimiento y trabajando en las mejores empresas nacionales e internacionales.



Duración

La duración promedio de un Diplomado o Certificación es de 4 a 6 meses, así podrás aplicar lo aprendido muy rápidamente y seguir creciendo profesionalmente.



Diploma

Todos nuestros Diplomados y Certificaciones tienen validez curricular.



Beneficios de la modalidad en línea

- Cada módulo tiene:
Clases grabadas y clases en vivo + actividades interactivas + Caso Práctico.
Tendrás acceso a infogramas, ligas de acceso a sitios de interés u otros materiales en formato PDF.
- Sesiones grabadas y en tiempo real
Estudia a tu ritmo, puedes consultar todas las sesiones en el horario que más te convenga.
- Contenido siempre disponible:
Podrás consultar y / o descargar el material desde plataforma en cualquier momento del día.
Además, nuestra plataforma es multidispositivo, podrás estudiar en cualquier computadora de escritorio, laptop, tableta o Smartphone.
- Soporte técnico:
El equipo de soporte técnico estará tu disposición en todo momento para ayudarte a resolver cualquier situación.
- Asesoría y acompañamiento:
Cuentas con un tutor a través de la plataforma en enlaces en vivo, chat o Whatsapp a distancia en tiempo real, para resolver tus dudas y dar retroalimentación.
- Entrega de proyectos y evaluación

**Educación
CONTINUA** | **UVM**

uvm.mx