

The background features a collage of fashion-related images. At the top, there are large, faint letters spelling 'VOGUE'. Below this, there are several fashion magazine covers. One cover on the left has the word 'DEUTSCH' visible. Another cover on the right shows a woman's face. At the bottom, there is a large, stylized 'VOGUE' logo in yellow and white, with a woman's face partially visible behind it.

MÁSTER UNIVERSITARIO EN MARKETING Y COMUNICACIÓN DE MODA ONLINE



**Universidad
Europea Online**



Índice

1. Introducción
2. Aspectos diferenciales
3. Metodología online
4. ¿A quién se dirige?
5. Plan de estudios

INTRODUCCIÓN

La **Universidad Europea e IADE**, Escuela de Diseño con más de 60 años de experiencia en el campo del diseño, se unen para ofrecerte el único **Máster oficial en Comunicación de Moda online del mercado**.

Si tu objetivo es potenciarte como profesional dentro de la industria de la moda o liderar la creación de una campaña de comunicación para una marca de lujo, sin duda este es tu máster. Alineado con las nuevas necesidades del mercado, consumidor y empresas, en el **Máster Oficial en Marketing y Comunicación de Moda Online**, se diseña un sólido programa en el que comprenderás el **funcionamiento de los nuevos ecosistemas y negocios de la moda**: Lujo silencioso, Moda Digital, Moda Sostenible, Segunda Mano y belleza.

Recibirás una **formación integral de la mano de destacados profesionales en la industria**: brand managers de renombradas empresas a nivel internacional, directores creativos con experiencia y emprendedores exitosos que han fundado sus propias marcas. Estos expertos compartirán contigo su **perspectiva práctica del sector**, facilitándote la **construcción de una red de contactos sólida** que se traducirá en **valiosas oportunidades profesionales**.

ASPECTOS DIFERENCIALES

- **Pioneros**

Somos la primera y única universidad en combinar la flexibilidad del estudio online con Grados y Másteres Oficiales de moda e interiores, creando el primer Máster Universitario en Marketing y Comunicación de Moda online.

- **Conexión empresarial**

El Máster te conecta con profesionales de la moda y la comunicación a nivel global. Nuestra red de contactos te proporcionará oportunidades únicas, desde eventos exclusivos hasta colaboraciones con marcas de renombre.

- **Innovación y tecnología**

El impulso de soluciones innovadoras y tecnológicas relacionadas con el Marketing y la Comunicación en Moda, uno de los pilares fundamentales del programa.

- **Fusiona creatividad y estrategia**

Sumérgete en un entorno que fomenta la expresión artística mientras adquieres habilidades sólidas en gestión y comunicación. Nuestro programa equilibra la pasión por la moda con la visión estratégica necesaria para destacar en la industria.

METODOLOGÍA ONLINE



La metodología online de la Universidad Europea se centra en el estudiante y en garantizar un aprendizaje eficaz y personalizado, acompañándolo en todo momento para que logre sus objetivos. La tecnología y la innovación nos permiten ofrecer un entorno dinámico y motivador, con la flexibilidad que necesita y las herramientas que aseguran la calidad formativa.

El sistema de aprendizaje de la Universidad Europea Online se basa en un aprendizaje experiencial, con el que aprenderás de una forma fácil y dinámica, a través de casos prácticos, recursos formativos, participación en debates, asistencia a clases virtuales y trabajo individual y colaborativo, lo que favorece el

Durante tu proceso de aprendizaje, contarás con varios recursos que te facilitarán el proceso: aprendizaje. clases virtuales, que te permitirán participar y realizar tus propias aportaciones como si estuvieses en una clase presencial, cuyo contenido queda grabado para que puedas acceder a él; claustro formado por expertos que te guiarán y apoyarán durante todo tu aprendizaje, junto con los asistentes de programa y de experiencia al estudiante. Además, contarás con un sistema de evaluación continua, con un seguimiento por parte de los profesores, y un Campus Virtual que te permite acceder en todo momento a los materiales.



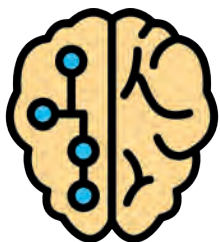
Evaluación Continua

Sistema de evaluación del estudio que permite al estudiante asimilar los contenidos de forma progresiva y eficaz según avanza el curso.



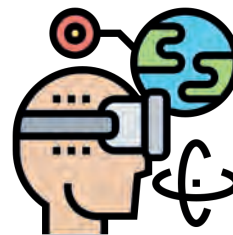
Personalización

Centrada en garantizar en todo momento un aprendizaje eficaz, flexible y adaptado en forma y contenido a las necesidades del estudiante.



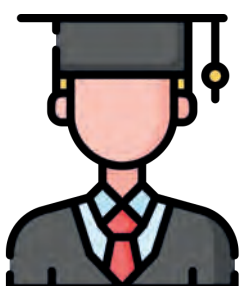
Tecnología e Innovación

Campus virtual basado en una plataforma ágil, que favorece el aprendizaje colaborativo y las herramientas que aseguran la calidad formativa.



Contenido Interactivo

Recursos dinámicos para facilitar la comprensión del contenido y motivar al estudiante a ampliar sus conocimientos: clases magistrales, seminarios y tutorías semanales virtuales.



Apoyo Docente

3 figuras especializadas en la modalidad online: claustro docente, asistentes de programa y equipo de experiencia al estudiante. Su objetivo es apoyar el mejor desarrollo del alumno y resolver todas sus dudas.



Networking

Los estudiantes online tendrán acceso a la red Alumni, profesores y empresas. Se incrementa el valor de mercado de los perfiles de los alumnos, creando profesionales altamente atractivos en el mercado laboral.

¿A QUIÉN SE DIRIGE?

PERFIL DEL ALUMNO

El Máster Universitario en Marketing y Comunicación Online, está pensado para aquellas personas que quieran obtener un aprendizaje que responde a los principales desafíos del sector de la Comunicación y el Marketing en la moda. Esta aproximación contemporánea de la industria, impulsada por docentes en activo dentro del ámbito profesional de la moda y la comunicación, es un aspecto distintivo de la formación. Este Máster es perfecto para...

- Licenciados/Graduados/Diplomados con experiencia laboral/profesional acreditada en el ámbito del Marketing, Comunicación, Diseño y Periodismo. La experiencia demostrable será de no menos de 1 año realizando las mismas tareas en el mismo ámbito de conocimiento.
- Además, se considerarán aceptables otros títulos expedidos por una institución de educación superior que faculten en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de postgrado y que se encuentren relacionados con el ámbito de conocimiento de este título.

SALIDAS PROFESIONALES

Marketing y comunicación

- Brand Manager.
- Director de Comunicación
- Director de Marketing (CMO).
- Director de Relaciones Públicas.
- Community Manager.
- Director de Estrategia de Marca.

Arte y diseño

- Dirección de Arte.
- Diseño de Estrategias.
- Director de Visual Merchandising.

PLAN DE ESTUDIOS

Módulo 1. Ecosistema y negocio de la moda (6 ECTS)

Visión panorámica de la historia de la moda y la influencia de las tribus urbanas; así como el aprendizaje del ecosistema de la moda y del funcionamiento de las nuevas estructuras de negocio: Lujo Silencioso, Moda Digital, Moda Sostenible y Segunda Mano.

- Historia de la moda. Siglo XX, Siglo XXI.
- Historia de las marcas de moda. Siglo XX, Siglo XXI.
- Pasarelas y las marcas de moda. Siglo XX y Siglo XXI.
- Tribus urbanas. Influencia en las marcas de moda y social.
- Estructuras del ecosistema de la moda: Mass Market, Prêt-à Porter, Prêt-à-Couture, Couture, Haute Couture.
- Nuevas estructuras en el ecosistema de la moda: Lujo silencioso, Moda Digital, Moda Sostenible, Segunda Mano.

Módulo 2. Comportamiento del consumidor moda (6 ECTS)

Estudio de los diferentes arquetipos de consumidores en el Mercado de la Moda Offline/ Online y la comprensión de cada una de sus necesidades; así como el aprendizaje de herramientas y metodologías para definir nuestro target.

- Arquetipos de consumidores en el Mercado de la Moda, Off line y Online.
- Necesidades del comprador de Moda Online y Offline.
- Estratégica de figuras offline relacionadas con el proceso de compra.
- Estratégica de figuras online relacionada con el proceso de compras.
- Neuromarketing y comportamiento del consumidor.
- Definición del target: Segmentación, Storytelling y Moodboard.

Módulo 3. Producto en las diferentes estructuras del mercado de la moda (6 ECTS)

Aprendizaje sólido del ciclo de vida de un producto así como las innovaciones relacionadas con el producto que se producen en el ámbito de la producción, diseño, cadena de valor, distribución, así como el control y seguimiento del stock.

- Necesidades de un producto de moda: diseño, calidad, novedad, utilidad, precio y marca.
- Ciclo de vida de un producto: novedad, tendencia y moda.
- Clasificación estratégica y comercial de una colección de moda.
- Pensamiento estratégico de producto. Pasarelas. Marcas individuales. Marcas Comerciales. Grupo Empresarial.
- Compras, técnicas, metodologías y gestión del surtido.
- Transformación digital producto: producción, diseño, cadena de valor, distribución, así como el control y seguimiento del stock.

PLAN DE ESTUDIOS

Módulo 4. Empresa y moda (6 ECTS)

Trabajo con softwares de edición, de retoque digital y de diseño vectorial, necesarios para representar y comunicar la imagen de moda. Visión y comprensión de la gestión de todos los modelos empresariales y formatos comerciales que intervienen en el mercado de la moda (pyme, filial, pop up, Atelier...) y la importancia de la sostenibilidad y RSC.

- Modelos empresariales en el mercado de la moda.
- Filial, Franquicia, Flagship, Centro Comercial. Concept Store, Pop Up Store, Atelier...
- Marketplace digitales, Guideshop, espacios virtuales etc.
- RSC, Beneficios, legislación, desarrollo e implantación empresarial.
- Ética profesional y empresarial.
- Sostenibilidad: pensamiento sostenible y modelos empresariales.

Módulo 5. Fashion Branding (6 ECTS)

Contextualización completa del posicionamiento de marca y la estrategia de branding, a través del abordaje de aspectos conceptuales, estratégicos e imagen de la marca. Además, en este módulo el alumno abordará los fundamentos técnicos y teóricos del estilismo.

- Marca Comercial. Matriz de Porter.
- Grupo empresarial. Modelos de arquitectura de marca.
- Branding, metodología estratégica, conceptual y de imagen.
- Rebranding, metodología estratégica, conceptual y de imagen. Auditoria de marca.
- Estilismo: fundamentos técnicos, psicología del color, léxico de prendas, análisis de formas y color.
- Dirección artística marcas de moda: lenguaje de las marcas y semiótica. Editoriales, producción y portfolio.

Módulo 6. Comunicación y gestión canales de moda (6 ECTS)

Visión completa del diseño de una estrategia creativa de comunicación (offline y online) y de los diferentes canales de comunicación que existen para llevarla a cabo. También abordará todo lo relacionado con la gestión de eventos y RRPP.

- Estrategia de comunicación.
- Canales de comunicación: revistas, pasarelas, Showroom, TV, cine...
- Análisis de campañas de publicidad en moda.
- Periodismo y editorial de moda. Branded Content. Tendencias nuevos formatos.
- Eventos Y RRPP. Plan de Organización de eventos y RRPP. Protocolo, Wedding Planner.
- RRSS Plan RRSS, Influencers, Personal Branding, contenidos, herramientas de análisis, gestión y seguimiento RRSS. Tendencias.

PLAN DE ESTUDIOS

Módulo 7. Fashion Retail (6 ECTS)

Comprensión sólida de la ejecución práctica de sus creaciones en la industria de la moda: maquinaria utilizada en la confección, los procesos de corte y ensamblaje de tejidos, la gestión de la producción y la viabilidad técnica de los diseños. Explora los pilares y fundamentos del comercio de moda, desde su origen hasta las últimas tendencias. Se abordará el visual merchandising y todas las técnicas y estrategias de neurobranding que se utilizan para la presentación de productos.

- Pilares y fundamentos del Fashion Retail Origen e historia.
- Visual Merchandising de presentación. Zonificación, distribución del mobiliario, colección y cartelería.
- Visual Merchandising de seducción. Fachada, escaparate, semiótica comercial, distribución estratégica de producto y cartelería.
- Visual de gestión KPI's, Gestión del surtido en tienda. Estudios de mercado dirigido al punto de venta.
- Neurobranding aplicado al punto de venta. Iluminación, sonido, tacto, gusto y vista.
- Técnicas de venta. Experiencia de cliente en el punto de venta.

Módulo 8. Marketing y moda digital (6 ECTS)

Inmersión integral en las dinámicas contemporáneas que impulsan la industria de la moda hacia el ámbito digital. Abarca áreas clave como Marketing y Publicidad Digital, destacando estrategias especializadas como Mobile & Email Marketing, Omnicanalidad, Social Media Ads, SEM, Display y Ads.

- Marketing y Publicidad Digital Mobile & Email Marketing, Omnicanalidad.
- Social Media Ads. SEM, Display Ads. Territorios y plataformas de venta online.
- Moda Digital Digicouture, Moda 3D, Moda ITC, Metaverso, Influencers Digitales.
- Coolhunting: conceptos, tipologías, herramientas, creación de una tendencia, metodologías, informe de Coolhunting.
- Inteligencia de cliente concepto, Big Data. IA, IAG, metodologías. Tecnología en la moda.
- Transformación Digital, tendencias tecnológicas en producto, logística, comunicación y puntos de venta.

Módulo 9. Prácticas (6 ECTS)

Desarrollo de las habilidades personales mediante la realización de proyectos dentro de un equipo multidisciplinar en alguna de las empresas con las que Creative Campus y la universidad europea tiene acuerdos de colaboración favoreciendo así las habilidades de comunicación profesionales.

Módulo 10. Trabajo de Fin de Máster (6 ECTS)

Realización de un trabajo original e individual en el que se integren y reflejen los conocimientos adquiridos en el Máster.



Universidad
Europea Online