



Máster en
Marketing de Moda

Máster en Marketing de Moda

Índice

Presentación	pág. 3
Objetivos	pág. 3
Por qué UNIR recomienda este Programa	pág. 4
Datos clave	pág. 4
Por qué elegirnos	pág. 5
Claustro	pág. 7
Programa	pág. 9
■ Módulo 1. Ecosistema y negocio del sector de la moda	
■ Módulo 2. El cliente de moda	
■ Módulo 3. Estrategia y plan de marketing en el sector de la moda	
■ Módulo 4. De la multi a la omnicanalidad. La gestión de los canales en moda	
■ Módulo 5. Comunicación y branding de moda	
■ Módulo 6. Técnicas y herramientas de marketing digital	
■ Módulo 7. Proyecto Corporativo	

Presentación

“**Desarrolla tu carrera profesional en el sector de la moda**”

El **Sector de la Moda** está viviendo todo un proceso de **cambio**. La adaptación a los nuevos **perfiles de clientes**, la **digitalización** y la incorporación de nuevas **tecnologías son imprescindibles**. Y urge encontrar soluciones que permitan la continuidad del negocio en el actual **entorno incierto**.

En un momento en el que **garantizar la competitividad** es todo un reto, el **Marketing y Comunicación** son **críticos** para **impulsar la reinención que la industria necesita**.

“**Conviértete en el especialista que necesitan las empresas de moda**”

El Máster en **Marketing de Moda** te prepara para ser el **profesional de marketing y comunicación** que las organizaciones **actuales** demandan. Obtendrás toda la formación imprescindible para desarrollar tu carrera profesional en este sector.

- El **negocio**, los **mercados** y los **departamentos** como punto de partida de la estrategia y plan de marketing
- El **cliente** y la **tecnología** al servicio para conocerle
- La **estrategia** y el plan de **marketing**
- La **gestión omnicanal** de los canales de venta: **online** y **tienda física**
- La **comunicación**, el **branding** y las principales herramientas para desarrollarlos
- Las técnicas y herramientas más utilizadas en **marketing digital**

Objetivos

- Obtener un **conocimiento global de la industria** de la moda y explorar su interacción con la sociedad y el negocio.
- Identificar las principales variables que intervienen en la **estrategia** y el **plan de marketing**, así como aprender a trabajar con ellas para **tomar decisiones** en diferentes ámbitos de la realidad profesional.
- Conocer los principales conceptos de **branding**, las principales herramientas de **comunicación** y cómo **llegar al público objetivo** con las particularidades del ecosistema de la moda.
- Entender que es la **omnicanalidad** y conocer las palancas de marketing y comunicación en **tienda física**, **canales digitales**, **e-commerce** y **social e-commerce**.
- Conocer las **técnicas digitales** más importantes del mercado y **cómo llevarlas a cabo** con las herramientas adecuadas para la consecución del objetivo de una marca de moda.
- Conocer las **herramientas**, tanto internas como externas, que están al alcance de las empresas **para conocer al cliente** y las diferentes **metodologías** para profundizar en ese conocimiento y **diseñar** la mejor **experiencia de cliente**.

PRACTICA EL MARKETING Y COMUNICACIÓN DE MODA ENCONTRANDO LA MEJOR SOLUCIÓN AL DESAFÍO PROPUESTO POR:

- PEPE JEANS
- VERBENA

Por qué UNIR recomienda este Máster

El único **Master en Marketing de Moda** online que te ofrece:

- Un abordaje del **Marketing de Moda desde una perspectiva global**, abordando los mercados relacionados, como Lifestyle, e incluyendo conocimientos de **Diseño, Proceso creativo, Coste industrial, Retail, Logística & Distribución y Sostenibilidad**
- Las claves para desarrollar una marca de moda desde el punto de vista del **Branding** y las principales herramientas para comunicarla: **medios, relaciones públicas y eventos**
- El conocimiento práctico necesario para utilizar los principales canales digitales: **RRSS** actuales, **Web/Blog** y **publicidad y posicionamiento buscadores**. Y, además, aprenderás las claves del **Influencer Marketing** y las últimas tendencias de **contenido viral** como los **memes** y la **Realidad Aumentada**
- El análisis de nuevas herramientas, técnicas y sistemas para una comunicación directa y bidireccional con el cliente: **CRM, Big Data, Inteligencia Artificial** y **Marketing Sensorial**
- **Ejemplos reales** para que entiendas las **funciones del responsable de marketing** en sus diferentes roles de **estrategia, planificación y ejecución** de campañas
- Profesores **profesionales**, responsables de las estrategias de marketing y comunicación en **empresas punteras del sector de moda** que ofrecerán una visión actual y práctica. ¡Una oportunidad única para **enriquecerte de su experiencia!**
- La resolución de un **reto real en equipos**. Te adentrarás en la realidad del marketing y la moda resolviendo un proyecto corporativo de una marca de moda.

Datos Clave

DURACIÓN: 9 MESES / 45 ECTS

100% ONLINE Y MUCHO MÁS

- Clases en directo
- Desarrollo de un proyecto
- Tutor personal

DIRIGIDO A

- Graduados en Marketing, Comunicación, Publicidad y ADE interesados en incorporarse al mundo de la moda
- Profesionales del marketing y la comunicación que deseen dar el salto a empresas de moda
- Profesionales del marketing y la comunicación de empresas de moda que necesiten actualizar sus conocimientos
- Periodistas del sector de moda interesados en desarrollar su carrera profesional en el mundo del marketing
- Emprendedores y profesionales de startup que deseen ampliar sus conocimientos en marketing y comunicación en moda, para aplicarlos en la comercialización de su marca de moda o e-commerce

CONSULTA A TU ASESOR POR EL PRECIO Y LOS DESCUENTOS POR INSCRIPCIÓN ANTICIPADA

infotitulospropios@unir.net

Teléfono: +34 917 909 731



SESIONES ONLINE EN DIRECTO

Podrás seguir e intervenir en las sesiones estés donde estés, sin necesidad de desplazamientos. Y si por algún motivo no pudieras asistir, podrás ver el material grabado en cualquier momento



TUTOR PERSONAL

En UNIR, cada alumno cuenta con un tutor personal desde el primer día, siempre disponible por teléfono o email. Los tutores ofrecen una atención personalizada haciendo un seguimiento constante



NETWORKING INTERNACIONAL

Podrás conocer al resto de participantes de España y Latinoamérica. Te pondremos en contacto con ellos de forma presencial y/o virtual a lo largo del curso



LEARNING BY DOING

Aplicarás todos los conocimientos gracias al aprendizaje adquirido en sesiones prácticas. Trabajarás en grupos dirigidos por especialistas, donde podrás fomentar el Networking e intercambiar experiencias



FLEXTIME, SIN BARRERAS

Sin barreras geográficas, en cualquier momento y en cualquier lugar. Nos adaptamos a tu disponibilidad horaria permitiéndote acceder y participar en directo a las sesiones online



RECURSOS DIDÁCTICOS

En el Campus Virtual encontrarás una gran variedad de contenidos con los que preparar cada asignatura. Organizados de tal de manera que facilitan un aprendizaje ágil y eficaz

Por qué elegirnos

Porque ponemos a tu disposición todo lo que necesitas para mejorar tu carrera profesional, **sin necesidad de desplazarte**, tan solo requieres de conexión a internet y un dispositivo (PC, Tablet o incluso un Móvil) para seguir el programa.

Porque con nuestro modelo pedagógico, pionero en el mercado, participarás en **clases online en directo impartidas por los mejores profesionales** de cualquier parte del mundo. Además, podrás verlas **en**

cualquier momento y desde cualquier lugar, ideal para compatibilizarlo con tu agenda personal y profesional.

Porque fomentamos el **NETWORKING**, clave en tu desarrollo profesional, poniéndote en contacto con ponentes y participantes de alto nivel, con los que compartirás trabajo y experiencias a través de la plataforma.

Un nuevo concepto de Universidad online

La Universidad Internacional de La Rioja, universidad con docencia 100% online, se ha consolidado como solución educativa adaptada a los nuevos tiempos y a la sociedad actual. El **innovador modelo pedagógico de UNIR** ha conseguido crear un nuevo concepto de universidad en el que se integran aspectos tecnológicos de última generación al servicio de una enseñanza cercana y de calidad. La **metodología 100% online** permite a los alumnos estudiar estén donde estén, interactuando, relacionándose y compartiendo experiencias con sus compañeros y profesores. Actualmente UNIR cuenta con:

- Más de **41.000 alumnos**
- Más de **10.000 alumnos internacionales**
- Presencia en **90 países de los 5 continentes**
- Más de **130 títulos de Grado y Postgrado**
- Más de **4.000 convenios de colaboración** firmados para dar cobertura de prácticas a nuestros estudiantes
- Además UNIR es una **universidad responsable con la cultura, la economía y la sociedad**. Este compromiso se materializa a través de la Fundación UNIR.



DIRECTOR DEL PROGRAMA

ANDREA DE JUAN SUÁREZ
Directora de Marketing y
Comunicación
SUAREZ

Directora de Marketing y Comunicación de Suarez, participó en la creación y lanzamiento de Aristocrazy siendo Directora de Comunicación. Comenzó su carrera en el departamento de cuentas de Grupo Bassat & Ogilvy gestionando marcas como Terra, Telefónica Data y Guerlain.

Ponente y profesora en varias escuelas de negocio en programas de marketing y comunicación de moda y lujo. Es una apasionada de la estrategia y de la comunicación y basa su trabajo en la búsqueda constante de la diferenciación. Formada en Publicidad y RRPP con Master en Dirección Comercial y Marketing lleva más de 15 años trabajando en la creación estratégica y gestión integral de la comunicación y marketing de marcas de moda y lujo y desarrolla trabajos esporádicos de consultoría estratégica para proyectos de emprendimiento de diferentes ámbitos.

Claustro



Ilaria Mosca

*Retail Merchandising & Marketing
Manager Iberia*
ESCADA

Consolidada experiencia en Retail y Wholesale como Merchandising & Marketing Manager, adquirida en Escada, La Perla, Tous, Goldenlady Company, Iguzzini & Pirelli, desempeñando roles globales y locales, liderando equipos y proyectos innovadores.



Inmaculada Reinoso

*Product & Digital Marketing
Manager*
TEMPE GRUPO INDITEX

Ha trabajado en Google y el Corte Inglés. Ha sido responsable de +25 mercados. Actualmente, se dedica a la estrategia de expansión y crecimiento de producto en varios mercados, tanto en canal online como tienda física.



Juan Vicente García-Almonacid

*Director Marketing Intelligence
& CRM*
GRUPO TENDAM

Ha desarrollado toda su carrera profesional en el ámbito del Marketing Intelligence & CRM, los últimos 17 años dentro de Tendam (**Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield, Women'secret y Fifty Outlet**) gestionando la estrategia de fidelidad.



Alejandra De La Riva

*Marketing & Communication
Manager*
C&A

Ha formado parte de empresas Luxenter o Market place. En sus últimos 10 en grandes empresas de retail como Uterqüe (Inditex) y lanzó el departamento de Comunicación de Primark Iberia hace 6 años. Docente e Comunicación de moda y lujo en MSMK y Comunicación estratégica en ESIC.

Claustro



MJ Vílchez Collado
Global Social Media Manager
AWWG
(Pepe Jeans London, Hackett London & Façonnable)

Profesional de Comunicación y Marketing Digital en retail y lujo, actualmente en AWWG, trabajó en Suárez. Emprendedora, puso en marcha Casa La Bonita. Formación en moda en Londres, Milán y Nueva York. Especialista en estrategias globales en Social Media e Influencer Marketing.



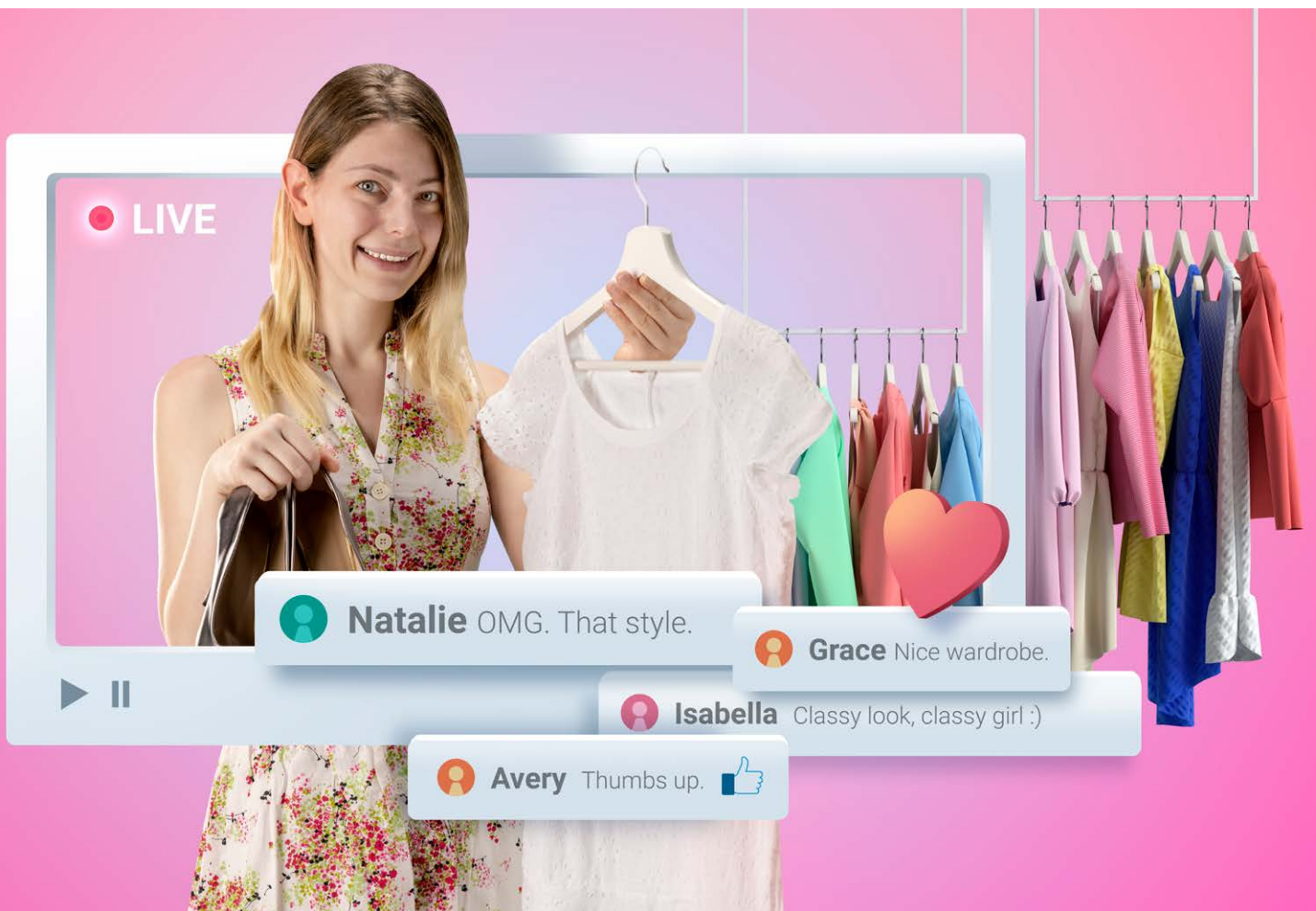
Carmen García Pérez
Fundadora
VERBENA MADRID

Más de 10 años trabajando en comunicación y marketing de marcas de moda y lujo para empresas externas y lanzando la suya propia: Verbena Madrid. Licenciada en Publicidad y RRPP con Master en Comunicación y Gestión de Empresas de Moda.



Maribel Vidal
Partner & Marketing & Sales Director
THE ALMOND CONNECTION

Experta en Omnicanalidad y Digitalización de marcas de moda. Fue Global Head de Retail Marketing y Retail Operations en **Desigual** y desarrollado puestos en las áreas de marketing y ventas en **Mondelez, Cadbury, Coty**.



Programa

MÓDULO I

Ecosistema y negocio del sector de la moda

- Análisis de la historia y evolución de la moda y el diseño en las bases de la moda contemporáneos. Del propietario como marca hasta la marca y el director creativo como protagonistas
- Elementos y funcionamiento del mercado de la moda
- Nuevos modelos y tendencias de negocio: startups de moda y belleza, Fashion Tech, BeautyTech, Fast Fashion, Slow Fashion, sostenibilidad, economía circular. Cómo se están reinventado las marcas de moda tras COVID-19
- Mercados relacionados I: cosmética, joyería, tecnologías y automóviles
- Mercados relacionados II: la evolución al Lifestyle
- Diseño de moda y proceso creativo I: desarrollo de producto, identidad estilística y desarrollo de colección
- Diseño de moda y proceso creativo II: el rol del Fashion Designer
- Producción y coste industrial en el sector de la moda
- Gestión del retail/compra, precios campañas
- Logística & Distribución

MÓDULO II

El cliente de moda

- Análisis del consumidor, perfiles de cliente y usuario de moda I. Definiciones
- Análisis del consumidor, perfiles de cliente y usuario de moda II. Metodologías y herramientas
- Segmentación de clientes en moda. El buyer persona.

- Customer Experience & Customer Centricity. La experiencia de adquisición del producto
- Digitalización marca-cliente
- Customer Journey. Analizando el cliente en los diferentes momentos de relación con la marca.
- Elementos que considerar para trabajar la conexión con el cliente, la adaptación de colecciones y la selección de canales
- CRM en moda
- Big Data e Inteligencia Artificial aplicado al conocimiento del cliente. Del marketing masivo al one-to-one utilizando herramientas de Marketing Automation
- Marketing Sensorial. Definiciones. La gestión de las emociones, sensaciones y percepciones del cliente

MÓDULO III

Estrategia y plan de marketing en el sector de la moda

- Fundamentos de marketing aplicados a la industria de la Moda
- Fases en la creación de la estrategia de marketing en el sector de la moda
- Plan de marketing. Definición y establecimiento de objetivos
- Análisis de la competencia y benchmarking
- Estrategia de producto I: definición, necesidades, categorías y tipos de producto
- Estrategia de producto II: tendencias, ciclo de vida, diversificación y lanzamiento
- Estrategia de precios: definición y establecimiento
- Promoción: tipología, objetivos y herramientas
- Planificación de costes y presupuestos
- KPIs para medir la efectividad del plan

MÓDULO IV

De la multi a la omnicanalidad. La gestión de los canales en moda

- Estrategia omnicanal. De la tienda a la compra online y viceversa
- Merchandasing y marketing
- El nuevo concepto de tienda física. Redimensionando y transformando el modelo. Nuevos formatos. Digitalización del punto de venta
- Marketing en el punto de venta I: retail marketing, visual merchandasing y escaparates
- Marketing en el punto de venta II: comunicación con la red de tiendas y formación del staff
- Tiendas propias vs franquicias. Estrategia de comunicación y de marketing para franquiciados
- E-commerce: definición y tipos
- Funcionamiento del e-commerce
- Merchandising digital
- Social E-commerce

MÓDULO V

Comunicación y branding de moda

- Branding. Creación de marca de moda
- Branding. Gestión de marca de moda
- Comunicación I: construcción del mensaje. Nuevas generaciones y cambios de códigos de comunicación
- Comunicación II: a marca como medio central de la comunicación
- Relación con los medios I: medios tradicionales y marketing de influencers
- Relación con los medios II: publicidad. Planificación de medios
- PR. Relaciones Públicas
- PR. Acciones diferenciadoras para conectar con el cliente. Nuevos espacios. Product Placement

- Producción de eventos I: producción y creación de eventos
- Producción de eventos II: tipos. Gestión del showroom

MÓDULO VI

Técnicas y herramientas de marketing digital

- Posicionamiento Online: SEO-ASO
- Social Media Marketing.
- Social Media Channels I: Instagram y Facebook
- Social Media Channels II: Twitter, Pinterest, Youtube y Tik Tok
- Influencer Marketing
- Inbound Marketing
- Marketing de Contenidos 2.0
- Captación y fidelización. E-mail Marketing. Mobile Marketing
- Publicidad Digital. Social Media Ads. SEM. Display Ads. Programática
- Marketing analítico

MÓDULO VII

Proyecto Corporativo

¡Practica el marketing y la comunicación de moda!

Formaremos equipos de trabajo con un objetivo: **encontrar la mejor solución al desafío planteado por una marca de moda.**

Varias empresas de moda presentarán un **reto real** en los ámbitos del **marketing y/o la comunicación:**

- **Pepe Jeans**
- **Verbena**

Los **alumnos** tendrán que **encontrar y presentar su propuesta** para **resolver el desafío** que les planteen las empresas retadoras

Tendrás que poner en práctica los conocimientos adquiridos en el máster y dar una respuesta innovadora y **que realmente pueda implantarse en la compañía.**



Programas relacionados

OTRAS TITULACIONES DE INTERÉS

- Programa Avanzado Inbound Marketing & Copywriting
- Programa Avanzado en CRO, UX & Analytics
- Programa Avanzado en Marketing Automation
- Programa Avanzado en Comunicación Estratégica Corporativa
- Máster en Marketing Analytics
- Máster en Marketing Deportivo
- Experto Universitario en Digital Marketing 360

Consulta con tu asesor los descuentos por inscripción a varios programas - 941 209 743

info@unir.net | www.unir.net

UNIR, mucho más que una universidad

Headhunting Club



Viveros online de Empleo



Inside the company



Feria Virtual de Empleo



Programa Shadowing



Prácticas de Excelencia

CONVIÉRTETE EN EL PROFESIONAL QUE LAS EMPRESAS NECESITAN

A través de nuestro **Dpto. de Salidas Profesionales y Empleabilidad**, podrás encontrar multitud de oportunidades, programas de apoyo y contacto con las mejores empresas de tu sector. Estas empresas ya forman parte de nuestra Red de Partners UNIR y te están buscando.

accenture

indra

Deloitte.

Hewlett Packard Enterprise

Telefónica

CEPSA

Microsoft

GARRIGUES

Heineken

Baker McKenzie.

IBM

EY

gasNatural fenosa

AIRBUS

CONVERSE

ferrovial

FCC

pwc

MELIÁ HOTELS & RESORTS

zeppelin

Sacyr

Más información - 941 209 743
empleoypracticas.unir.net | info@unir.net



RECTORADO

Avenida de la Paz, 137
26004 Logroño
España

+34 941 210 211

DELEGACIÓN MADRID

C/ Almansa, 101
28040 Madrid
España

+34 915 674 391

DELEGACIÓN COLOMBIA

Calle 100 # 19 – 61
Edificio Centro Empresarial 100.
Oficina 801

+571 5169659

DELEGACIÓN MÉXICO

Av. Extremadura, 8.
Col Insurgentes Mixcoac.
Del. Benito Juárez 03920, México D.F.
01800 681 5818

DELEGACIÓN ECUADOR

Av. República E7-123 y Martín
Carrión (esquina).
Edificio Pucará
(+593) 3931480

DELEGACIÓN PERÚ

Gabriel Chariarse, 415
San Antonio, Miraflores
Perú, Lima
(01) 496 – 8095

