



MÁSTER  
MARKETING  
DE MODA

PROGRAMA

2017-2018

ELLE



MINDWAY



# 1. ESCUELA MODA ELLE

## LA UNIÓN PERFECTA

ELLE

Es la revista de moda y belleza más vendida del mundo, presente en 46 países. Esto la convierte en el medio de moda con más expansión, aportando al Máster el lado más profesional.



Fundada en 1822, es la universidad pública más grande de España, y una de las universidades con más prestigio a nivel nacional e internacional, añadiendo a al Máster la parte más académica.

7 ediciones

+ 6.000 alumnos

1 Máster

3 Diplomas de Moda

ESCUELA MODA  
ELLE

## 2. MÁSTER

A partir de nuestra experiencia, creemos que ha llegado el momento de dar un paso más que nos permita seguir formando a capital humano en el sector moda, por eso este próximo noviembre comenzará el **Máster en Marketing de Moda**, en línea con las necesidades de las empresas del sector, y con la demanda de nuestros alumnos.

Este Máster Propio de la UCM, organizado junto con ELLE y Mindway, ofrecerá una **visión 360° sobre el sector**, con el rigor académico y el prestigio que respalda a nuestros Diplomas actualmente. El Máster se **estructura de forma modular**, integrando tres módulos: Marketing y Comunicación de Moda y Lujo, Marketing Digital de Moda y finalmente Estrategia Empresarial, ofreciendo así una formación completa.

Esta estructura permite a los estudiantes que hayan cursado anteriormente cualquiera de los dos bloques que corresponden a los diplomas existentes continuar su formación y seguir desarrollándose tanto académica como profesionalmente, pudiendo convalidar parte del Máster.



# MÁSTER MARKETING DE MODA

BLOQUE  
ML | MARKETING Y  
COMUNICACIÓN  
DE MODA Y LUJO

+

BLOQUE  
DM | MARKETING  
DIGITAL DE MODA

+

BLOQUE  
EE | ESTRATEGIA  
EMPRESARIAL

# MARKETING Y COMUNICACIÓN DE MODA Y LUJO

En este bloque ofrecemos los conocimientos necesarios para desarrollar estrategias de Marketing y Comunicación dentro del sector de la Moda y el Lujo. Asimismo, los alumnos aprenderán a interpretar la moda desde un punto de vista histórico, conocerán la importancia de la comunicación, las relaciones públicas en este sector y de la prensa especializada, así como la planificación de eventos de moda.



## CONTENIDO DEL BLOQUE:

### 1 HISTORIA DE LA MODA

Historia del Lujo.  
Historia de la Moda.  
Relaciones entre Moda y Lujo.  
Análisis del Lujo en la actualidad.  
Moda y Lujo en la actualidad.  
Estructura empresarial.

### 2 EL CONSUMIDOR

Tipología de consumidores de Moda y Lujo.  
Factores externos e internos del comportamiento del consumidor.  
Proceso de decisión de compra.  
Segmentación y posicionamiento según el consumidor.

### 3 MARKETING EN EMPRESAS DE MODA Y LUJO

Marketing Mix de Moda y Lujo.  
Estrategias de Marketing de Moda.  
Marketing Digital de Moda.

### 4 COMUNICACIÓN

Estrategias de Comunicación de Moda.  
Herramientas de Comunicación Digital en la Moda.

### 5 LAS RR.PP. Y LA PRENSA ESPECIALIZADA

Las RR.PP. en el sector de la Moda y el Lujo.  
La prensa especializada.

### 6 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MODA

Eventos de Moda.  
Planificación Estratégica de un Evento.  
Comunicación del Evento de Moda.  
Protocolo.

# MARKETING DIGITAL DE MODA

Daremos respuesta a la necesidad cada vez más demandada por empresas del sector de la moda, de perfiles especializados en el sector digital. Formaremos a los alumnos en áreas como la gestión de comunidades online, la planificación de proyectos webs, e-commerce, herramientas de mobile marketing y en definitiva a desarrollar las estrategias de marketing digital específicas del mundo de la moda.



## CONTENIDO DEL BLOQUE:

### 1 INTRODUCCIÓN AL MARKETING DIGITAL DE MODA

Introducción al Marketing Digital en el sector de la Moda.  
El website de las marcas de Moda.

### 2 POSICIONAMIENTO E INVESTIGACIÓN

Posicionamiento en buscadores.  
La investigación de Marketing Digital.

### 3 MARKETING DIGITAL DE MODA

Producto, Precio y Distribución en Internet.  
Comunicación de Marketing Digital en la Moda.

### 4 SOCIAL MEDIA MODA

Las Redes Sociales en la Moda.  
Blogs de Moda.

### 5 PUBLICIDAD

E-Mail Marketing.  
Publicidad Online en el sector de la Moda.

### 6 MARKETING MOBILE, MARKETING VIRAL Y NUEVAS APP'S

Marketing Mobile.  
Marketing Viral.  
Nuevas APP'S Multimedia para marketing digital.

### 7 E-COMMERCE Y GESTIÓN COMERCIAL

E-Commerce en el sector de la Moda.  
Gestión eficaz de la relación con los clientes.

### 8 ANÁLISIS Y PLAN DE MARKETING

El plan de Marketing Digital en Moda.  
Métricas de Marketing Digital.

# ESTRATEGIA EMPRESARIAL

Todos los estudiantes podrán adquirir los conocimientos necesarios para generar valor en el universo de las marcas de moda y diseñando el modelo y plan de negocio para las mismas, concediéndose también la debida relevancia al conocimiento de todas las herramientas disponibles para llevar a cabo un control y seguimiento de la estrategia puesta en marcha.



## CONTENIDO DEL BLOQUE:

### 1 GENERACIÓN DE VALOR

- Plataforma de Marca
- Definición de la Marca
- Proceso de Creación de Marca
- La marca como Valor estratégico

### 2 MODELO Y PLAN DE NEGOCIO

- Resumen Ejecutivo
- Visión y Objetivos
- Mercado y Competidores
- Plan de Implementación

### 3 CONTROL

- Finanzas

### 3 MODALIDAD

En la **modalidad Semipresencial**, los alumnos compaginan el trabajo a través del **Campus Online**, con la **asistencia a las sesiones presenciales**, establecidas en el calendario académico. Las clases tendrán lugar en Madrid, los viernes en horario de tarde y sábados en horario de mañana, en la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM, donde los alumnos tendrán la oportunidad de conocer en primera persona el sector de la moda a través de una comunicación directa con los profesionales más destacados de la industria a nivel nacional e internacional.

Hay un total de 17 fines de semana presenciales, 14 de los cuales serán compartidos con los alumnos de los Diplomas Universitarios de Marketing y Comunicación de Moda y Lujo y de Marketing Digital de Moda (estos fines de semana podrán ser convalidados a aquellos alumnos que ya hayan superado estos Diplomas en años anteriores). Los últimos tres fines de semanas, correspondientes al Bloque 3 de Estrategia, serán exclusivos para los alumnos del Máster.

La **modalidad Online** permite a los estudiantes realizar el Máster dónde y cuándo quieran. Los programas en esta modalidad se realizan a través de un intuitivo **Campus Online** en el que dispondrán de todas las herramientas para poder realizarlo satisfactoriamente: documentación bibliográfica, material audiovisual, ver clases presenciales en video, etc.

El alumno podrá elegir la metodología que mejor se adapte a su disponibilidad, pudiendo compaginar así la formación académica con la inmersión laboral en el sector de la moda. Además la metodología se ha visto enriquecida por la aplicación del método de **estudio de casos** de **Harvard Business School**.



\*La fechas de las clases presenciales indicadas dentro de los círculos pueden sufrir modificaciones por motivos ajenos a la organización.

## SEMIPRESENCIAL

- 17 fines de semana de clases presenciales en la Facultad de Comercio y Turismo de la UCM.
- Campus Online.
- Clases prácticas.
- Ponentes y profesionales del sector.

## ONLINE

- 100% Online, podrás estudiar desde cualquier lugar.
- Campus Online.
- Trabajos desde casa.
- Video - Ponencias.

1 Convocatoria: De noviembre a septiembre // Semipresencial y Online

536 horas

# 4.

# METODOLOGÍA



## TUTORÍA

Tendrás a tu disposición un tutor que guiará tus pasos y seguirá tu evolución a lo largo del programa. Podrás estar en contacto con él, a través de diferentes herramientas.



## EN CONSTANTE COMUNICACIÓN

Podrás estar en contacto con tus compañeros a través del foro ubicado en el Campus Online, donde pondrás debatir temas de interés y compartir tu día a día durante la realización del programa.



## ALUMNOS

## MÉTODO DE TRABAJO

En el Campus Online encontrarás el material necesario para realizar y superar el programa: apuntes, documentación y los vídeos de las clases presenciales.

La evaluación se basará en la realización de ejercicios tipo test y ejercicios prácticos de entrega obligatoria, en el que se pondrán a prueba los conocimientos adquiridos.

## ATENCIÓN PERSONALIZADA

El equipo de coordinación estará a tu disposición para todo lo que puedas necesitar y te asistirá durante la realización del programa, dudas con el Campus Online, suscripción a la revista, etc.



## 5. PROFESORES

En Escuela Moda creemos en la excelencia de la profesionalidad, por lo que seleccionamos a un equipo docente formado por reconocidos profesionales con gran experiencia en el sector, que transmiten a los estudiantes las necesidades y la realidad de la industria.

Durante la formación académica apostamos por mantener un equilibrio entre **profesionales** con una amplia y reconocida **experiencia en el sector de la moda**, y con el rigor académico de los **docentes** de la **Universidad Complutense de Madrid**, consiguiendo así un aprendizaje completo. De esta manera, logramos un balance entre formación académica y profesional, apoyado por la sinergia con la revista ELLE, que sin duda constituye una ventaja competitiva, y contribuye en gran medida al éxito de nuestros programas.



**CARLOS DELSO**

Director General de Joyerías Suárez



**BENEDETTA POLETTI**

Directora de la revista ELLE



**FRANCISCO LÓPEZ NAVARRETE**

CEO de Mindway y  
Codirector del Curso



**ISABEL ZANCAJO**

Jefa de Prensa y RRPP Yves Saint  
Laurent y Biotherm en L'Oréal



**NORA RECIO**

Directora de publicidad digital en  
Hearst Magazines



**PEDRO JOSÉ MORA**

Branded Content & Social Media  
Manager en L'Oréal



**LEO GUIÑAZU**

Director General Globally



**MARIANO A. HERNÁNDEZ**

Business Development Management  
de Apple



**MARIA DE LOS LLANOS**

Directora de contenidos de Weblogs



**JORGE VÁZQUEZ**

Diseñador de moda



**CARLA SOBRINI**

Creative Visual Merchandiser of  
Brand Image Group en Mulberry



**JAVIER PLAZAS**

Coolhunting de Moda y Lujo



**MAR MORÓN**

Product Controller Iberia en Primark



**CONCEPCIÓN GARCÍA GÓMEZ**

Profesora de la Universidad  
Complutense de Madrid

## 8. ADMISIÓN

### REQUISITOS PARA ACCEDER AL MÁSTER

Para poder acceder al Máster Propio de Marketing de Moda según la normativa de la Universidad Complutense de Madrid, será necesario cumplir al menos uno de estos requisitos:

- Estar en posesión de un **Título Universitario Oficial Español** u otro expedido por una **Institución de Educación Superior del Espacio Europeo de Educación Superior**, que faculten en el país expedidor del Título, para el acceso a enseñanzas de Máster.
- Los titulados **conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior**, sin necesidad de la homologación de sus Títulos, previa Autorización de la Universidad, una vez comprobado que los mismos acreditan un nivel de formación equivalente a los correspondientes Títulos Universitarios Oficiales españoles y que facultan en el país expedidor del Título para el acceso a enseñanzas de Posgrado.
- Si se está realizando el **último curso de la titulación** que da acceso al título propio solicitado en universidades españolas. El estudiante podrá realizar la preinscripción acreditando, mediante declaración jurada, que se encuentra matriculado de la totalidad de las asignaturas que le quedan para finalizar sus estudios. Si resultara admitido, en el momento de la formalización de la matrícula, deberá demostrar que ha finalizado sus estudios o presentar certificación académica oficial en la que conste los créditos pendientes.
- Mediante la acreditación de una **notable experiencia profesional** en el campo de actividades propias del curso que será valorada por la Comisión de Títulos Propios y siempre que la titulación presentada sea como mínimo la de Acceso a la Universidad, previa Autorización de la Universidad Complutense.

La UCM estudiará el caso particular de cada alumno a través del proceso de preinscripción que tendrá un coste adicional al precio de matrícula de 40€ (no reembolsable en el caso de no ser admitido).

## 12. ¿POR QUÉ ESTUDIAR CON NOSOTROS?

1

El equipo docente está formado por **reconocidos profesionales** con gran experiencia en el sector, que transmiten a los estudiantes las necesidades y realidad de la industria.

2

Nuestra **metodología basada en casos prácticos** y diseñada específicamente para el Máster Propio de Marketing de Moda.

3

Al finalizar y superar el programa, obtendrás el correspondiente **Título de Máster Propio emitido por la Universidad Complutense de Madrid**, una de las instituciones académicas públicas con mayor trayectoria y amplio reconocimiento social.

4

Podrás elegir entre modalidad online o semipresencial para cursar tus estudios y formar parte de la **Bolsa de Prácticas** desde el primer día. **Flexibilidad y formación 360°** forman parte de nuestro ADN.

5

Experiencias fuera del aula. **Los 30 primeros alumnos matriculados** tienen la oportunidad de vivir la moda desde otra perspectiva, a través de las **numerosas actividades** que se organizan desde la coordinación de cada programa; visitas a la revista ELLE, showrooms, asistencia a desfiles y opendays, entre otros.