

Comunicación de Moda



3 razones para escoger este Máster

1 Profesionales de la moda

Contacto directo con los mejores profesionales de la moda del país

2 Clases prácticas

y teóricas bajo un punto de vista amplio del mundo de la moda y las tendencias sociales

3 Acceso a las últimas tendencias

y las producciones más innovadoras del mundo de la moda y su comunicación



Dirección académica: Dra. Marta Marín
martama@blanquerna.edu

Coordinación: Silvia Sáez
silviass3@blanquerna.edu

calendario: inicio: octubre. final: junio

Horario: de lunes a jueves, de 18 a 21 h.

Créditos: 60 ECTS

Presentación

La moda es creación, pero cuenta también con una dimensión social y sociológica evidente. La información, la publicidad y el entretenimiento basados en esta industria ocupan espacios destacados en los medios de comunicación. Además, las revistas, canales y programas audiovisuales y webs especializadas siguen en aumento. En este programa, la participación de expertos y profesionales de reconocido prestigio garantiza la utilidad y la actualización constante de los contenidos que se imparten. Su amplio programa de prácticas permite perfeccionar y aplicar en las empresas del sector - entre otras, la pasarela 080- los contenidos tratados en el aula.

El vínculo con las industrias de la comunicación y la moda se refuerza con la elaboración de un proyecto profesional orientado a potenciar la inserción laboral de los estudiantes.

Principales objetivos

- Especialización en la comunicación de moda
- Impulso de proyectos profesionales centrados en la promoción de la industria de la moda
- Obtener conocimiento técnico para planificar y organizar eventos en el sector de la moda
- Habilidad para elaborar un proyecto profesional de comunicación adaptado a la industria de la moda

Principales salidas profesionales

- Periodistas de moda
- Responsables de comunicación de empresas de moda
- Ejecutivos y productores en agencias y gabinetes especializados en moda
- Responsables de promoción sectorial en instituciones

Enfoque empresarial

- Impartido por profesionales del sector
- Colaboración con empresas e instituciones
- Prácticas sectoriales
- Fomento del *networking* empresarial e institucional

Una formación excelente

- Programas de especialización profesional
- Inmersión en las materias de mayor demanda en el mercado
- Orientación de carreras profesionales al terminar los estudios
- Con el apoyo de la red Alumni Blanquerna



Estructura del programa

CONTEXTO Y MERCADO. DEFINICIÓN I ACTIVACIÓN (8 ECTS)

- Universo Moda. Atributos Clave que definen el Contexto y el Mercado.
- Inspiración Creativa. Activos y Estrategia.
- Cultura de la Moda. Revisar el Pasado y Proyectar el Futuro.
- Marcas y Líderes de Opinión.
- 10 Mandamientos de la Moda.
- Sociología de la Moda.
- Psicología de la Moda.
- Arquetipos e Identidad de Marca.
- Estilos de Vida. Grupúsculos de la Contemporaneidad.
- Trendfocus: Espacios de Consumo. Análisis y Perspectiva.
- Scouting: Barcelona. Espacios de Consumo.
- Agentes Clave en el Contexto de Mercado. Diseñadores de Moda.

GALAXIA MODA. HIBRIDACIONES CREATIVAS (6 ECTS)

- Moda y Cultura. Mirroring. Marta Marín
- Inmersión Creativa. Francesca Tur
- Fotografía. David Urbano y Ernesto Sampons
- Estilismo. Jaume Vidiella
- Artes Plásticas. Helena Juncosa
- Diseño de Moda. Teresa Helbig
- Diseño de Joyas. Teresa Estapé
- Films & Fashion. Canadá
- Editorial. Folch Studio
- Música, moda y medios musicales. Indiespot by Aleix Ibars
- Trendfocus: Referentes
- Scouting: Soho House Barcelona
- Agentes Clave. Contexto Creativo. Estudios y Agencias.

LA INDÚSTRIA DE LA MODA. ANÁLISIS DE TENDENCIAS E INNOVACIÓN (8 ECTS)

- Macrotendencias. Tendencias Expresivas. Hypes
- Hubs y Hotspots Referenciales
- De la idea a la colección – Calendario y ciclo de la moda. Activaciones.
- Análisis del Consumidor. Segmentaciones.
- Metodologías y Técnicas de Investigación de Mercados.
- Formatos y Soportes. Transmedia
- Tecnología e Innovación
- Ecosistemas digitales de comunicación
- Lab: Tejidos & Wearables y Joyería Contemporánea.
- Trendfocus: Cosmética y Fragancias. Industria y Comunicación.

- Scouting: Value Retail – La Roca
- Agentes Clave en el Contexto Experimental. Lab Café

MARKETING, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS EN LA MODA (8 ECTS)

- Marketing Conceptual. Marketing Estratégico.
- Cartografía de la Moda
- Branding. ADN de Marca y Creación Sistema Visual.
- Comunicación Corporativa
- Retail. The Omnichannel Journey.
- The Client Relation Management.
- Eventización. Prensa y Relaciones Públicas.
- Trendfocus: Luxury 3.0
- Scouting: Feed Dog Festival. Fashion Film.
- Agentes Clave en el Contexto Estratégico. Eventos.

COMUNICACIÓN DE MODA (8 ECTS)

- El Arte de Comunicar
- La era del Relato: Storytelling
- El Plan de Comunicación
- La moda en los medios impresos
- La moda en los medios audiovisuales
- La moda en los medios digitales
- Contenidos de moda en medios generalistas y especializados
- Lab: Estrategias. Ideación y Creación de Cápsulas de Contenido
- Trendfocus: Cultura de Género
- Agentes Clave en el Contexto Comunicativo. Revistas en Papel y Medios Digitales.

PRÁCTICAS (12 ECTS)

El máster ofrece un programa de prácticas que se adecua a los intereses de los estudiantes y de las empresas/agencias colaboradoras, garantizando el mutuo enriquecimiento de los estudiantes y de las organizaciones que tomaran parte.

PROYECTO PROFESIONAL (10 ECTS)

Los estudiantes han de desarrollar un proyecto profesional dentro del sector de la comunicación, concretamente dentro de la especialidad de la moda y las tendencias. El trabajo ha de ser original y viable, y se ha de elaborar a partir de un plan sistemático que responda a las necesidades actuales de la industria de la comunicación centrada en la moda y las tendencias.

Profesores y colaboradores

Alex Agulló. Production manager en XXL Comunicación

Manuel Bolaño. Diseñador de moda

Paco Caro. Director de Equipo Singular

Patrycia Centeno. Asesora de estética y política.

Judith Colell. Directora de Cine. Profesora de la FCRI Blanquerna

Estela Cruz. La Roca Village.

Ariel Deniz-Robaina. Art & Creative Director. Inspiration & Strategy.

Albert Folch y Rafa Martínez. Folch Studio.

Teresa Helbig. Diseñadora de moda

Toni Horneros. Con H Agency.

Carmen Lahoz. Marketing & Communications de SEAT

Albert Majós. Marketing Olfativo (akewele)

Paula Mariscal. Palo Alto Market.

Claudia Medina. PR Fashion project manager en H&M España

Charo Mora. Especialista en Cultura de Moda (ESDI) y directora del Moritz Feed Dog, Festival de Cine Documental de Moda.

Krizia Robustella. Diseñadora de moda

Encarna Ruiz. Jefe de la Unidad de Tendencias e Innovación de ESDI

Laura Sangrà. Periodista de Moda. Ara y betevé.

Berta Segura i Marta Carrasco. DeMentes. Análisis de Tendencias & Planner.

Myriam Serrano. Redactora Jefe de Woman.

Geo Taglietti. Jefe de prensa del Festival Sónar.

Gabriel Torres. Director de Proyectos LCI.

Francesca Tur. Directora creativa de Tendencias.tv

Sílvia Ventosa. Conservadora DHUB Barcelona.

Cristina Ventura. Senior Vice President The Lane Crawford Joyce Gr.

Jaume Vidiella. Editor de moda, director artístico y estilista. Profesor (ESDI)

Raquel Vizcaino. Jefa de Publicidad de Harper's Bazaar.

Lucas Zaragosí. Estudio Savage.