

Moda y Retail: creación y comercialización de marcas de moda

Diplomado

27 de febrero al 31 de julio, 2018

42 sesiones | 126 horas | Martes y jueves de 19 a 22 hrs

Precio \$65,650

Consulta Promociones 2018

¿De qué trata?

Adquiere las herramientas para la realización de proyectos de moda y diseño, a través de análisis teóricos y acercamientos prácticos a los roles profesionales de un negocio. Analiza y comprende la situación actual de la industria de la moda, las tendencias, producto, estilismo y Visual Merchandising. Complementa estos conocimientos con la creación de estrategias de comunicación, mercadotecnia y distribución de productos para Retail Online y Offline.

¿Quién imparte?

Fernanda Lara | Consultora de imagen personal y empresarial y fundadora de la página www.mexicodemoda.com, donde presenta tendencias, noticias y galerías de moda nacionales e internacionales. Fue periodista, estilista y consultora de imagen para el periódico Reforma y las revistas Elle y 15 a 20.

Emiliano González | Director de la firma de relaciones públicas y fashion marketing "Brandelier", reconocida por la revista negocios de PROMEXICO como una de las 50 mejores empresas en México. Ha trabajado con clientes como Kenneth Cole, Etro, Bloom, Rapsodia, Pepe Jeans, Frette, Clarins, Kiehl's Liverpool, Palacio de Hierro y Crate & Barrel.

Fernanda Partida | Directora del área de Visual Merchandising en Store Planning - 360. Diseñadora Integral especialista en Brand Experience, Retail y diseño. Ha colaborado con marcas y programas globales como Burberry, Sicis en Italia y Nespresso.

Luis Manuel García | Director de Store Planning - 360, agencia de diseño de espacios comerciales y Visual Merchandising con experiencia tanto en marcas globales como nacionales. Arquitecto con experiencia en Retail y diseño de espacios comerciales, trabajó en el área de presentación visual y display para Liverpool.

Hilda Loustalot | Consultora especializada en la selección y desarrollo de nuevos productos enfocados de decoración y mobiliario. Cuenta con 17 años de experiencia en Retail, pasando por varias áreas de las empresas, principalmente compras y presentación visual. Gerente de compras de muebles, iluminación, cuadros y artículos decorativos para Palacio de Hierro.

¿A quién va dirigido?

A todas las personas interesadas en integrarse a la industria de la moda o que buscan expandir sus conocimientos sobre la comercialización de marcas de moda.

¿Qué aprenderé?

Módulo 1. Análisis coyuntural de la industria de la moda

- . Los grandes grupos de la moda
- . Situación actual entre lujo vs. Fast Fashion
- . Los nuevos diseñadores y el rol de director creativo
- . Los nuevos modelos de negocio de moda
- . Inteligencia Artificial, Realidad Aumentada y nuevos textiles
- . Nuevas tendencias
- . Los retos que presenta la industria a nivel mundial

Módulo 2. Introducción a las tendencias en producto y procesos de consumo

- . Nuevas decisiones estratégicas y operativas del marketing
- . Conexión marca y público
- . El cliente actual
- . El Director Creativo
- . Decisiones de marketing, branding y comunicación

Módulo 3. Customer Experience y Visual Merchandising

- . Comunicación Visual
- . Visual merchandising y estilismo
- . Planogramas
- . Layout y mobiliario
- . Tipo de espacio
- . Branding emocional
- . Customer journey

Módulo 4. Comunicación y mercadotecnia de la moda

- . Estrategia de marketing
- . Mercados target
- . Tendencias y WGSN

- . Construcción de marca
- . Branding y (Re) Branding
- . Presencia de la marca en el entorno digital
- . Estrategia de posicionamiento

Módulo 5. Herramientas operativas de Retail

- . Categorización y Temporadas
- . Selección de mercancía y Determinación del surtido
- . Pronósticos de ventas y Plan de Presupuesto
- . Análisis de Inventario y Rentabilidad de mercancía
- . Rotación de mercancía y Logística
- . Capacidad de espacios
- . Evolución y tendencias en manejo de operaciones

Módulo 6. Retail y comercialización

- . Bloques generacionales, diversidad étnica y geográfica
- . Nacionalismo y consumo
- . Factores de compra determinantes enfocados a moda
- . Claves del éxito en retail globalizado, Mercados internacionales
- . Evaluación de nuevas oportunidades de negocio y/o tecnologías de soporte en información y comunicación
- . E-commerce
- . Ferias comerciales y eventos líderes