



“Curso Superior de Marketing y Comunicación de Moda y Lujo” Semi-presencial.

Noviembre 2011-junio 2012

Fundamentación

Hoy día vivimos inmersos en un mundo en el que se han limitado las barreras en todos los sentidos. Las empresas nacen y se transnacionalizan, los medios de comunicación avanzan, y con la llegada y configuración de las nuevas tecnologías, toda la información fluye con total rapidez.

En este panorama conviven miles de empresas y, en los últimos años, las empresas del sector del lujo y la moda han tenido que modernizarse, y saber adaptarse mediante diferentes estrategias al cambio del mercado.

En España el sector de la moda y el lujo ha alcanzado un gran auge desde el año 2002, y cada vez son más las firmas nacionales de todos los sectores (moda, mobiliario, automoción, accesorios, etc.) que deciden abrir sus puertas en nuestro territorio. En este sentido, la demanda de profesionales cualificados y con preparación específica es algo latente que se incrementa a pasos agigantados.

Objetivos

Con este curso de especialización pretendemos introducir a los alumnos en el panorama de las empresas de lujo analizando sus características y el desarrollo de las mismas en nuestro país para estudiar con detenimiento los elementos imprescindibles para el buen funcionamiento de las mismas. Durante este curso se capacitará a los asistentes para trabajar en empresas del sector de la moda y lujo.

Los profesores, con una dilatada experiencia laboral en el sector, aportarán al curso una visión teórico-práctica para que el alumno adquiera las herramientas necesarias para desempeñarse con éxito en este entorno profesional.



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid

Área de Formación

Perfil del alumno

Dirigido principalmente a estudiantes, de Ciencias Económicas y Ciencias de la Comunicación, así como a todos aquellos profesionales de dicho sector, que encontrarán en este curso una ampliación de sus conocimientos sobre la materia.

Programa

Módulo I: Introducción al Mundo del Lujo y la Moda.

- Historia del lujo.
- Historia de la moda.
- Relaciones entre moda y lujo.
- Análisis del lujo.

Módulo II: El Consumidor.

- Tipos de consumidor.
- Factores externos e Internos del comportamiento del consumidor.
- Proceso de decisión de compra.
- Segmentación y posicionamiento según el consumidor.

Módulo III: Marketing de Moda y Lujo.

- Marketing Mix.
- Estrategias de Marketing.
- Marketing on-line.
- Plan de Marketing: Concepto y elaboración.
- Estructura Empresarial.

Módulo IV: Comunicación y RRPP.

- Stakeholder.
- El valor de la imagen.
- Configuración de la imagen corporativa de la marca.
- Plan de Comunicación interna y externa.
- Nuevos Canales de comunicación.
- Las RRPP en el sector de la moda y lujo.

Módulo V: La Prensa Especializada y su papel en el Posicionamiento de la Marca.

- Relación con los medios.
- Tipos de Medios.
- Gestión de la información con los diferentes tipos de medios.

Módulo VI: Organización de Eventos de Moda.

- Introducción.
- El evento como generador de notoriedad y prestigio de la marca.
- Los factores claves en el desarrollo del evento.
- La repercusión mediática del evento.

Director

Francisco Javier López Navarrete



Profesorado

José Manuel Ponzoa, UCM.
Amparo Carrasco Pradas, UCM.
Víctor Molero, UCM.
Lola Chicón, UCM.
Pilar Bringas, UCM.

Y profesionales del sector pendientes de confirmar.

Sistema de evaluación

Se realizará un tipo test mediante el campus virtual de la UCM al finalizar cada módulo, y el alumno también tendrá que realizar un trabajo final.

Créditos

» Créditos de Libre Elección UCM:

En trámite.

» Créditos ECTS UCM:

En trámite.

Fecha, horario, duración y lugar de celebración

» Fecha:

Del 18 de noviembre de 2011 al 30 de junio de 2012

18 y 19 de noviembre de 2011
16 y 17 de diciembre de 2011
20 y 21 de enero de 2012
17 y 18 de febrero de 2012
16 y 17 de marzo de 2012
13 y 14 de abril de 2012
18 y 19 de mayo de 2012
8 y 9 de junio de 2012

»Horario:

Viernes de 17:00 a 20:30 horas.
Sábados de 10:00 a 14:30 horas.



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid Área de Formación

» Duración del curso:

200 horas (65 horas semi presenciales y 135 on-line)

» Lugar de celebración:

Escuela Universitaria de Empresariales de la UCM.
Avd. Filipinas, nº3
28015 Madrid

Nº de plazas

200.

Importe

1800 € modalidad semi-presencial.

Plazo de inscripción

Del 30 de mayo hasta el 15 de noviembre de 2011.

Matriculación

» [Matricula on-line](#)

Para más información:

Sobre el proceso de matriculación

matriculafgucm@rect.ucm.es

Para información académica

secretariadealumnos@rect.ucm.es

Tlf: 913946392 / 913946410

» Formas de pago:

- Tarjeta bancaria, si realiza el pago total del curso.
- Transferencia bancaria, si se realiza el pago total o en plazos.



Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid Área de Formación

El pago se puede realizar de tres formas:

1. Pago completo del importe de matrícula 1.800 euros.
2. Pago en dos plazos:
 - Primer plazo de 900 euros, al realizar la matrícula.
 - Segundo plazo de 900 euros, antes del 10 de noviembre de 2011.

Si no se realiza el segundo pago de la matrícula se detraerá el 20% del importe.

3. Pago en un año:

Más información en cualquier oficina de la Caixa.

Ingreso o transferencia bancaria en:

Caja de Madrid 2038 1735 92 6000401664

I.B.A.N. (Internacional Band Account Number)

ES69 2038 1735 92 6000401664

BIC (Bank Identifier Code) de Caja Madrid

CAHMESMMXXX

» Documentación:

La documentación que deberá adjuntar en el momento de hacer la matrícula es la siguiente:

- Titulación académica (solo para los alumnos UCM que soliciten créditos).
- Copia del ingreso o transferencia bancaria, si procede.

» Devoluciones de matrícula:

La Fundación General de la UCM detraerá el 10% del importe de la matrícula, en concepto de gastos de administración y gestión, cuando la baja de un alumno en un curso se efectúe con anterioridad a la fecha de inicio del curso. No procederá devolución alguna del importe de la matrícula cuando la baja se realice una vez iniciado el curso.