

Programa: Comunicación y Marketing de Moda

- ≡ **Objetivos**
- ≡ **Competencias**
- ≡ **Criterios de participación y aprobación**

TEMARIO

- ≡ **Módulo 1. Actividad de apertura**
- ≡ **Módulo 2. Marketing y moda**
- ≡ **Módulo 3. Moda y branding**
- ≡ **Módulo 4. Comunicación y moda**
- ≡ **Descarga**

Objetivos

El planteo de objetivos permite que tenga una idea acabada de lo que se pretende que alcance al finalizar el proceso de enseñanza y aprendizaje de este curso. Pero el propósito es más fuerte aún: indicamos lo que debe lograr para que estos conocimientos aporten a los objetivos de su formación.

Para alcanzar estos objetivos, debe completar el proceso propuesto en el recorrido de las diferentes etapas del curso que se le presenta.

Entonces, si trabaja de la manera indicada, estará en condiciones de alcanzar los siguientes objetivos:

Objetivo general

Introducir al alumno en la temática específica del marketing demoda, a la actividad y al sector económico.

Objetivos específicos

- Establecer la vinculación de la moda y marketing.
- Determinar necesidades, deseos y demandas para el consumidor de moda.
- Analizar el comportamiento del consumidor de moda.

CONTINUE

Competencias

Las competencias que esperamos usted desarrolle con el recorrido de este curso son:

Competencias genéricas (no cambiar, corresponden a todos los cursos)

- **Trabajo en equipo y colaborativo:** capacidad de integrarse con sus compañeros para lograr los objetivos compartidos y la sinergia de un grupo de alta performance
- **Capacidad de análisis y reflexión:** capacidad de examinar metódicamente los distintos aspectos de una realidad o situación y asumir una valoración frente a ellos
- **Creatividad y soluciones innovadoras basadas en el conocimiento:** capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal

Competencia específica

▪ **Manejo de conocimiento teórico sobre cómo comprender el mercado y proponer mejoras, tanto a nivel de marketing, como de comunicación de producto.**

CONTINUE

Criterios de participación y aprobación

Criterios de participación

Durante el mes de cursado, se espera que el alumno:

- Recorra los contenidos multimediales de cada uno de los módulos que integran el curso.
- Realice las actividades propuestas.
- Realice la evaluación final.

Criterios de aprobación

Se recomienda que el alumno realice las cuatro (4) actividades propuestas y luego resuelva el examen final.

Para aprobar el cursado, el alumno deberá obtener un puntaje de al menos 60% en el examen.

[CONTINUAR](#)

Módulo 1. Actividad de apertura

Unidad 1: Planteo de la situación problemática

CONTINUE

Módulo 2. Marketing y moda

Unidad 1: Bases del marketing

2.1.1 Necesidades

2.1.2 Deseos

2.1.3 Mercado

2.1.4 Demanda

Unidad 2: El mercado y los actores de la moda

2.2.1 El mercado de la moda

2.2.2 Los actores de la moda

2.2.3 Influencia de la competencia

2.2.4 Tendencias del mercado y el sector

CONTINUE



Módulo 3. Moda y branding

Unidad 1: Segmentación en moda

3.1.1 Criterios de segmentación en moda

3.1.2 ¿Cómo se comporta el consumidor en moda?

3.1.3 Proceso de compra

3.1.4 La compra por impulso vs la compra por necesidad

Unidad 2: Investigación para el diseño de moda y marketing

3.2.1 Marketing como promoción

3.2.2 Investigación y planificación

3.2.3 Branding

3.2.4 Promoción en moda

CONTINUE



Módulo 4. Comunicación y moda

Unidad 1: Comunicación y moda

4.1.1 Marca y comunicación de la misma

4.1.2 Construcción de la marca y gestión de la misma

4.1.3 Publicidad y redes sociales

4.1.4 Objetivos de comunicación

Unidad 2: Moda como discurso

4.2.1 Importancia del valor simbólico en la moda

4.2.2 Signo, significado y sentido en moda

4.2.3 Denotación y connotación

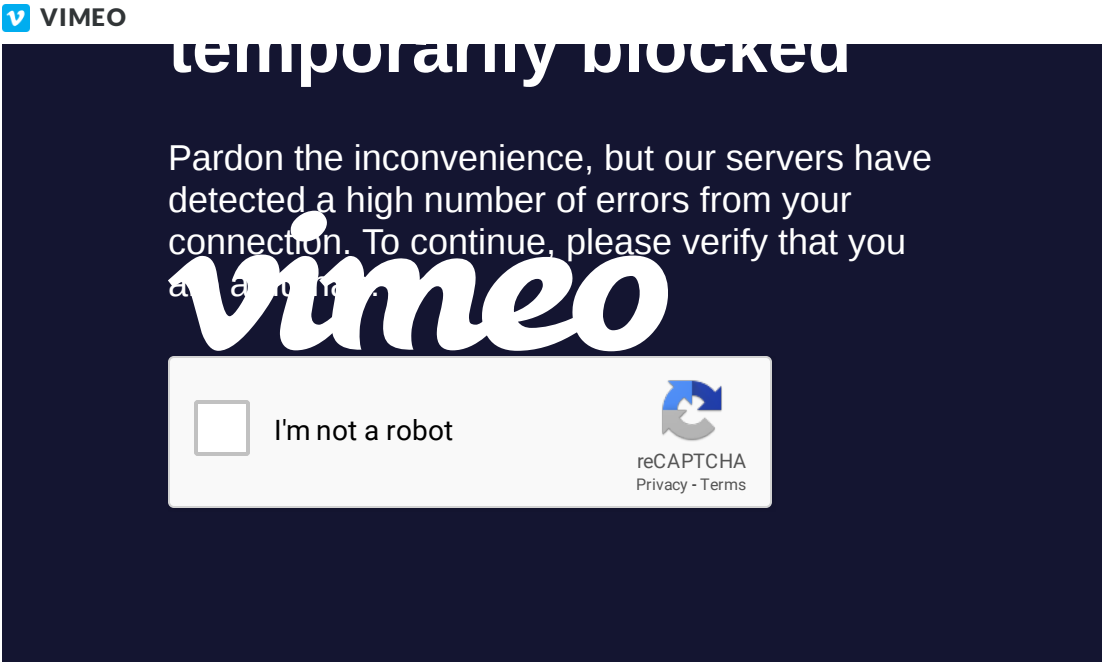
4.2.4 El discurso de la moda

CONTINUE



Descarga

Video conceptual:



VIMEO

temporarily blocked

Pardon the inconvenience, but our servers have detected a high number of errors from your connection. To continue, please verify that you are a human.

vimeo

I'm not a robot

reCAPTCHA
Privacy - Terms

Collecting the World: Inside the Smithsonian

The Smithsonian National Museum of Natural History has over 144 million different objects in its collections. A sample of these collections are on display to the public, but 99 percent of the Smithsonian's treasures remain behind the scenes.

VER EN VIMEO >



File Attachment Block

No file added