



DIPLOMADO /

# GESTIÓN DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y MARCAS DE MODA.

Camilia Díaz Petkoff

*Aplica herramientas y técnicas del  
marketing, de comunicación y  
gerencia de una marca*

# **DIPLOMADO / GESTION DE EMPRESAS Y MARCAS DE MODA.**

Coord. Camilia Díaz Petkoff.

La industria de la moda es una industria compleja y muy competitiva. La moda rige grupos sociales y cambia según el contexto histórico en el que vive una sociedad. Se estudiarán los conocimientos sobre la gestión, metodologías y los procesos para la creación y dirección de empresas que comercialicen productos de moda. Considerando que la industria de la moda incluye desde la moda textil, accesorios, moda infantil y moda hogar. Se estudiará el proceso para conceptualizar y construir una marca, hasta su forma de comunicarla en el punto de venta y medios de comunicación. Además, cómo debe la industria de la moda adaptar sus prácticas cada vez más hacia procesos sostenibles con las personas y con el medio ambiente. Los desafíos y retos a los que la industria se enfrenta debido a los drásticos cambios y las situaciones mundiales.

Este diplomado está dirigido a todas aquellas personas apasionadas por la gestión y creación de marcas de moda que buscan emprender en la industria o aquellas que quieren trabajar para empresas establecidas o marcas emergentes. Personas con estudios de Comunicación y Marketing, Diseño de Moda, Administración, Economía, Publicidad.

# DIPLOMADO / GESTION DE EMPRESAS Y MARCAS DE MODA.

competencias.

- Reconoce los procesos históricos y culturales como factores que influyen en la moda
- Conoce la industria de la moda, la historia, su evolución y tendencias actuales de comercialización y comunicación de la moda.
- Conoce los procesos de marketing vinculados a la moda.
- Aplica herramientas y técnicas del marketing, de comunicación y gerencia de una marca.
- Utiliza los nuevos formatos de comunicación para la promoción de una marca.
- Adapta los nuevos hábitos y requerimientos de los consumidores y las tendencias del mercado actual en función del negocio.
- Formula y gestiona un proyecto orientado al desarrollo de una marca y colecciones atendiendo los procesos creativos así como los relativos a marketing, comunicación y promoción vinculados a la moda.



# PROGRAMA DE ESTUDIOS.

## MÓDULO 1. HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA MODA.

horas académicas: 18 hrs.

1- Un recorrido por los momentos clave, las siluetas y piezas icónicas y los personajes memorables de la historia de la moda y su difusión desde la Revolución Industrial hasta el siglo XXI

2- Cómo la moda, el vestido y su evolución se relacionan con grupos sociales y movimientos políticos y culturales del siglo XX.

3- El aspecto cíclico de la moda nos obliga siempre a revisar su historia, no sólo en busca de inspiración, sino también para ayudarnos a leer el presente. La moda, irónicamente, en su búsqueda por renovarse constantemente, está siempre revisando su pasado.

4- La industria de la moda que funciona hoy en día es una estructura erigida a finales del siglo XIX, que ha sido modificada constantemente desde entonces para adaptarse a los tiempos.

## MÓDULO 2. CONSTRUCCIÓN DE MARCA.

horas académicas: 18 hrs.

1- Cómo crear desde cero una marca de moda, dónde y cómo comenzar, qué tomar en cuenta en su construcción:

- Conceptualización de la marca
- Perfil de marca y público objetivo
- Diseño y branding de marca (diferencias entre marketing y branding)

2- Introducción al desarrollo de colecciones/producto

- Fundamentos a tomar en cuenta para el diseño y desarrollo de colecciones.
- Producto Masivo & Producto Lujo
- Ciclo de vida del producto

3- Búsqueda y análisis de tendencias (Trendforecasting):

- Teorías de la búsqueda y análisis de las tendencias
- Tipos de investigación
- Cambios en la adopción de las tendencias
- Tiempos y evolución de una tendencia
- Reporte de tendencias

4- Masterclass invitado por confirmar.

## MÓDULO 3. GESTIÓN DE COMPRAS EN RETAIL

horas académicas: 24 hrs.

1- Los diferentes tipos de puntos de venta al detal (Retail).

2- La importancia y el uso de la multicanalidad combinado con la omnicanalidad.

3- Merchandising / Compras en Moda.

## MÓDULO 4. COMUNICACIÓN, PUBLICIDAD Y MODA.

Phoras académicas: 18 hrs.

1- Introducción a la clase: El mix promocional.

2- Diseñar con experiencias en mente. Cómo comunicar una experiencia.

3- Publicidad de moda. Diferencia entre lookbook, campaña y line sheet.

4- La evolución de la publicidad de moda y los desafíos de los nuevos estándares de la industria. Las expectativas del nuevo consumidor (autenticidad y sustentabilidad).

5- Desfiles de moda: historia del desfile, objetivos, cambios recientes.

6- Capitales de la moda, relevancia, nuevos jugadores  
1.Editoriales y revistas.

7- Invitada especial: Amira Saim, Network Editor en Vogue México & Latinoamérica.

8- Relaciones Públicas para empresas de moda: teoría y mejores prácticas.

7- Manejo de crisis en la era de los "industry watchdogs" y "cancel culture".

8- Invitada especial: Lise Drouilly, Gerente de Relaciones Públicas y Eventos en LVMH.

# PROGRAMA DE ESTUDIOS.

9- Canales BTL: Guerrilla marketing en moda, colaboraciones con otras industrias: gaming, música, arte.

## MÓDULO 5. FUNDAMENTOS DE VISUAL MERCHANDISING.

horas académicas: 18 hrs.

- 1- Introducción al Visual Merchandising. Conceptos básicos.
- 2- Aspectos generales sobre Merchandising, planificación, diseño y decoración.
- 3- Fundamentos de diseño y decoración en piso de venta.
- 4- Mobiliario y elementos.
- 5- Recorrido del espacio comercial.
- 6- Montaje de una presentación visual.
- 7- Técnicas de exhibición y tipo de producto.
- 8- Vitrinismo.
- 9- Últimas tendencias en el diseño de tiendas.
- 10- Caso de estudio/trabajo final.

## MÓDULO 6. MARKETING DIGITAL.

horas académicas: 18 hrs.

- 1- Fundamentos básicos del marketing digital. Posicionamientos SEO y SEM, Algoritmos. (3 horas)

2- Redes sociales y Content Management (Comunicación por RRSS e Influencers) (6 horas).

3- E-commerce. (6 horas).

4- Masterclass invitada.

5- CRM (Customer Relationship Management). (4 horas) Qué es, función y su importancia en el mundo actual para crear estrategias exitosas.

## MÓDULO 7. SOSTENIBILIDAD, RETOS Y DESAFÍOS DE LA INDUSTRIA DE LA MODA.

horas académicas: 16 hrs.

- 1- Sostenibilidad: Qué es la sostenibilidad en Moda. Cómo ser una marca de moda sostenible.
  - Impacto social y ambiental de la industria y cómo mejorar sus prácticas.
  - Economía circular
  - Cadena de suministros sostenibles: Desde materia prima, mano de obra, transporte.
  - Foro caso de éxito marca de moda sostenible
- 2- Cómo ha cambiado la forma de diseñar y comercializar productos de moda, a qué retos y nuevas prácticas se enfrentan las marcas.
- 3- Masterclass con directora de marca sostenible (por confirmar)
- 4- Cambios en los hábitos de consumo de moda (social y económico)
  - Qué esperan los consumidores de las marcas
  - Comprar menos, comprar mejor.
  - El mundo post-Covid19
- 5- Masterclass con invitado externo.

# **DIPLOMADO / GESTIÓN DE EMPRESAS Y MARCAS DE MODA.**

Estrategias didácticas.

- Clases síncronas
- Masterclass
- Foros de discusión
- Análisis de casos
- Revisión bibliográfica
- Vídeos y ejemplos

## **EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE:**

Un trabajo final que contempla la conceptualización y aplicación de todos los módulos y materias impartidas. Se tendrá que presentar y defender en un tiempo de 1h por grupo.

Cumplir con el 75% de asistencia y participación en las actividades para tener derecho a la acreditación.

# DIPLOMADO / GESTIÓN DE EMPRESAS Y MARCAS DE MODA.

**Fecha:**

17 de septiembre de  
2024 al 13 de marzo 2025.

**Inversión:**

800\$ USD financiando  
a 4 cuotas.

**Horas académicas:**

130 horas.

**Horario:**

Módulos I, II, III, V, VI, VII

Martes y jueves.

3:00 pm a 4:30 pm.

Módulos IV

Lunes y miércoles

3:00 pm a 4:30 pm.

**Modalidad:**

Online

