

Moda y Retail: creación y comercialización de marcas de moda Diplomado

¿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.

¿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