

EDUCACIÓN CONTINUA
CICLO 2018

**CURSO DE POSGRADO
EN MARKETING DE
LA MODA**

INTRODUCCIÓN

El negocio de la moda requiere permanente innovación y creatividad. La toma de decisiones empresarias se enriquece con ideas y herramientas del marketing tradicional, surgido del consumo masivo y de servicios. Diferenciación, segmentación, estrategias de comunicación son algunos de los conceptos fundamentales del Marketing que se aplican al mercado de la moda, nutriendo propuestas estilísticas y dando respuestas a sus problemáticas. Este programa profesional tiene como objetivo brindar herramientas concretas y aportar nuevas miradas que faciliten los procesos de decisión de las personas que se desempeñan en el mundo de la moda, superando con éxito los obstáculos cotidianos propios del sector.

DESTINATARIOS

Responsables de las áreas de Marketing, Comercialización, Producción, Compras, Desarrollo de Producto, Diseñadores, Ejecutivos de Cuentas, Emprendedores y a todos aquellos que busquen capacitación para trabajar en el mercado de la moda.

OBJETIVOS

- ✓ Incorporar conceptos y herramientas de Marketing y sus aplicaciones al Mercado de la Moda.
- ✓ Contribuir al desarrollo del mercado gracias al aporte de profesionales de la Moda y a la resolución de casos concretos. Permitir la competitividad de las empresas argentinas gracias a las nuevas estrategias y a una mejor capacitación de sus ejecutivos en las diferentes áreas de las empresas de la Moda.

PROGRAMA

Módulo 1: Introducción al Marketing. Plan de Marketing

El Marketing: conceptos claves. Necesidades, deseos y demanda. Valor y satisfacción. Enfoque hacia el Marketing. El consumidor: segmentación, diferenciación y posicionamiento. Entorno. Plan de Marketing. Objetivo. Contenidos.

Módulo 2: Inteligencia comercial. Investigación de Mercados.

Usos del sistema. Tipos de investigación. Encuestas. Métodos de captación de prospectos. Análisis de clientes. Estadísticas y análisis de ventas. Información y métricas del Mercado.

Módulo 3: Marketing en el sector de ropa, calzado y accesorio

Moda y Marketing. El consumidor de Moda: factores que influyen su comportamiento. Producto: Alta costura. Pret -a-porter, masivos. Categorías, etapas, lugares, tipos y estilo de productos. Ciclo de vida. Tendencias. Fast-fashion. Casos.

Módulo 4: Marketing Estratégico

La importancia de la marca en el mundo de la Moda. Posicionamiento. Estrategia de marca. Integración horizontal y vertical. Plan de Negocios y Planes Estratégicos. Cambios estratégicos en indumentaria. Análisis FODA. Casos exitosos en el mundo de la Moda.

Módulo 5: Segmentación. Posicionamiento.

Segmentación. Concepto. Patrones de segmentación. Selección del segmento objetivo. Diferenciación. Concepto. Estrategias. Posicionamiento. Concepto. Estrategias. Errores de posicionamiento.

Módulo 6: Formatos de negocios. Franquicias.

Canales comerciales. Características. Desarrollo. Estrategias de crecimiento. Productividad comercial. Franquicias: concepto. Tipos de franquicias. Cómo venderlas. Perfil del Franquiciado.

Módulo 7: Precios. Costos.

Diferencia entre gasto y costo. Cómo calcularlo. Métodos de costeo. Estrategia de fijación de precios. Posicionamiento de precios.

Módulo 8: Gestión comercial

Organización de la fuerza de ventas. Tipo de clientes. Principios del arte de vender. Perfil del representante de ventas. Su capacitación e incentivos. Conducta posterior a la compra.

Módulo 9: Identidad de Marca. Competencia.

Identidad de Marca. Concepto. Elementos que la conforman. Diferencia entre identidad e imagen. Competencia. Análisis. Estrategia. Competidor directo e indirecto.

Módulo 10: Impulsión

Mix de impulsión. Publicidad. Promoción. Prensa y difusión. Conceptos y Usos. Estrategia.

Módulo 11: Diseñador invitado

Módulo 12: Gerenciamiento de Producto.

Proceso de Colección. Política de producto. Planning de temporada. Plan de Colección.

Módulo 13: Visual Merchandising

Concepto. Objetivos. Tipos de acciones de Merchandising. Visual Merchandising: circulación, recorridos, puntos focales.

Módulo 14: Tendencias

Análisis de tendencias. Cool Hunting. Trend setters. Micro y macrotendencias que afectan al sector.

Módulo 15: Imagen / Comunicación /Medios.

Comunicación: objetivos. Estrategias de imagen. Medios de comunicación. Ferias y eventos sectoriales. Análisis de diferentes estrategias y campañas.

DIRECTOR ACADÉMICO

ALEJANDRO GHELLINAZA

Licenciado en Administración con una Especialización en Dirección y gestión de Marketing y estrategia competitiva. Es responsable de la consultora Fusiones Creativas especializada en Marketing de la moda.

COORDINADORA ACADÉMICA

FRANCINA CATALDO

Diseñadora de indumentaria y textil, Productora de Moda. Docente en Universidad de Palermo. Es responsable de desarrollo de producto en empresa nacional.

Estudios de Posgrado

Los módulos podrán ser dictados por todos o algunos de los docentes mencionados en forma indistinta. La Universidad se reserva el derecho de realizar cambios en el cuerpo docente que considere pertinentes.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

10 de Mayo

FINALIZACIÓN

23 de Agosto

DURACION

El curso tiene una duración de 48 horas reloj (4 meses), desarrolladas en encuentros semanales presenciales de 3h.

MODALIDAD

Miércoles de 19 a 22 h

SEDE DE DICTADO

Zabala 1837, CABA.

ASISTENCIA MÍNIMA:

75 % de las clases.

METODOLOGÍA

Cada clase aporta el contenido teórico necesario para sistematizar procesos y conceptos, así como el análisis de casos para su debate y discusión. Participan numerosos profesionales del ámbito de la Moda aportando su experiencia en las diferentes áreas del Marketing. Es requisito desarrollar un trabajo práctico cuyo objetivo es la aplicación directa de las herramientas aprendidas a lo largo del curso en un caso de desarrollo de producto, ampliación de línea, apertura de negocio, lanzamiento de una marca, etc., elegido por el alumno.

CERTIFICACIÓN:

El Departamento de Estudios de Posgrado y Educación Continua de la Universidad de Belgrano, extenderá el respectivo Certificado, a quienes aprueben el trabajo práctico solicitado y cumplan con la asistencia mínima requerida. El diploma para los profesionales universitarios indicará "**Curso de Posgrado en Marketing de la Moda**", mientras que para los que no tengan título universitario de grado, el diploma dirá "**Curso de Actualización Profesional en Marketing de la Moda**".

Todos nuestros programas deberán contar con un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. En caso de no reunir el número indicado al cierre de inscripción, la Universidad se reserva el derecho de posponer o suspender el inicio de la actividad.