



## Máster de Formación Permanente en Marketing de Moda



# Máster de Formación Permanente en Marketing de Moda

## Índice

Presentación	pág. 3
Objetivos	pág. 3
Por qué UNIR recomienda este Programa	pág. 4
Datos clave	pág. 4
Por qué elegirnos	pág. 5
Claustro	pág. 7
Programa	pág. 12
Empleabilidad	pág. 14

# Presentación

“ **Desarrolla tu carrera profesional en el sector de la moda y forma parte activa en su transformación hacia un futuro más consciente** ”

El **Sector de la moda** está viviendo todo un proceso de **cambio y transformación** hacia un futuro **más sostenible** donde los clientes cada vez más exigen prácticas responsables a las empresas de moda. Las marcas se están adaptando a esta demanda, incorporando materiales reciclados y políticas eco-sostenibles. Además, el **influencer marketing** se ha convertido en una estrategia clave en el sector de la moda brindando a las empresas una forma de poder llegar a **nuevas audiencias y aumentar su visibilidad** en un mundo cada vez más competitivo. Por último, el uso de la **Inteligencia Artificial** en la moda permite mejorar la creatividad y el diseño, fomentar la sostenibilidad y mejorar la experiencia de cliente.

En este **entorno** altamente **competitivo**, el **marketing y la comunicación** juegan un papel fundamental para **impulsar la reinversión que la industria necesita**. Las marcas deben destacar su **compromiso con la sostenibilidad y difundir su mensaje** de manera efectiva para ganarse la confianza de los consumidores y mantener su relevancia en el mercado.

“ **Conviértete en el especialista que necesitan las empresas de moda** ”

El Máster en **Marketing de Moda** te prepara para ser el **profesional de marketing y comunicación** que las organizaciones **actuales** demandan. Obtendrás toda la formación imprescindible para desarrollar tu carrera profesional en este sector.

- El **negocio**, los **mercados** y los **departamentos** como punto de partida de las estrategia y plan de marketing.
- El **cliente** y la **tecnología** al servicio para conocerle.
- La **estrategia** y el plan de **marketing**.
- La **gestión omnicanal** de los canales de venta: **online y tienda física**.
- La **comunicación**, el **branding** y las principales herramientas para desarrollarlos.
- Las técnicas y herramientas más utilizadas en **marketing digital**.
- Cómo hacer el **marketing sostenible** que nuestros clientes demandan.
- Cómo aplicar la **Inteligencia Artificial** en el sector de la moda.
- Las estrategias, métricas y regulaciones para llevar a cabo estrategias de **influencer marketing** con éxito.



# Objetivos

- Obtener un **conocimiento global de la industria** de la moda y explorar su interacción con la sociedad y el negocio.
- Identificar las principales variables que intervienen en la **estrategia** y el **plan de marketing**, así como aprender a trabajar con ellas para **tomar decisiones** en diferentes ámbitos de la realidad profesional.
- Conocer los principales conceptos de **branding**, las principales herramientas de **comunicación** y cómo **llegar al público objetivo** con las particularidades del ecosistema de la moda.
- Entender que es la **omnicanalidad** y conocer las palancas de marketing y comunicación en **tienda física, canales digitales, e-commerce** y **social e-commerce**.
- Conocer las **técnicas digitales** más importantes del mercado y **cómo llevarlas a cabo** con las herramientas adecuadas para la consecución del objetivo de una marca de moda.
- Conocer las **herramientas**, tanto internas como externas, que están al alcance de las empresas **para conocer al cliente** y las diferentes **metodologías** para profundizar en ese conocimiento y **diseñar** la mejor **experiencia** de **cliente**.
- Conocer las últimas **políticas** entorno a **sostenibilidad** y acciones que se pueden realizar en el sector de la moda.
- Conocer la gestión del **marketing de influencia** y cómo adaptarlo al sector de la moda.



**PRACTICA EL MARKETING Y COMUNICACIÓN DE MODA ENCONTRANDO LA MEJOR SOLUCIÓN AL DESAFÍO PROPUESTO POR:**

- ALMA EN PENA
- VERBENA
- THE LAB TALENTS
- MALABABA



# Por qué UNIR recomienda este Máster

El único **Master en Marketing de Moda** online que te ofrece:

- Un abordaje del **Marketing de Moda desde una perspectiva global**, abordando los mercados relacionados, como Lifestyle, e incluyendo conocimientos de **Diseño, Proceso creativo, Coste industrial, Retail, Logística & Distribución y Sostenibilidad**
- Las claves para desarrollar una marca de moda desde el punto de vista del **Branding** y las principales herramientas para comunicarla: **medios, relaciones públicas y eventos**
- El conocimiento práctico necesario para utilizar los principales canales digitales: **RRSS** actuales, **Web/Blog y publicidad y posicionamiento buscadores**. Y, además, aprenderás las claves del **Influencer Marketing** y las últimas tendencias de **contenido viral** como los **memes** y la **Realidad Aumentada**
- El análisis de nuevas herramientas, técnicas y sistemas para una comunicación directa y bidireccional con el cliente: **CRM, Big Data, Inteligencia Artificial y Marketing Sensorial**
- **Ejemplos reales** para que entiendas las **funciones del responsable de marketing** en sus diferentes roles de **estrategia, planificación y ejecución** de campañas
- Profesores **profesionales**, responsables de las estrategias de marketing y comunicación en **empresas punteras del sector de moda** que ofrecerán una visión actual y práctica. ¡Una oportunidad única para **enriquecerte de su experiencia!**
- La resolución de un **reto real en equipos**. Te adentrarás en la realidad del marketing y la moda resolviendo un proyecto corporativo de una marca de moda.

## Datos Clave

**DURACIÓN: 9 MESES / 60 ECTS**

**100% ONLINE Y MUCHO MÁS**

- Clases en directo
- Desarrollo de un reto corporativo real en ALMA EN PENA, MALABABA, VERBENA o THE LAB TALENTS
- Tutor personal

**DIRIGIDO A**

- Graduados en Marketing, Comunicación, Publicidad y ADE interesados en incorporarse al mundo de la moda
- Profesionales del marketing y la comunicación que deseen dar el salto a empresas de moda
- Profesionales del marketing y la comunicación de empresas de moda que necesiten actualizar sus conocimientos
- Periodistas del sector de moda interesados en desarrollar su carrera profesional en el mundo del marketing
- Emprendedores y profesionales de startup que deseen ampliar sus conocimientos en marketing y comunicación en moda, para aplicarlos en la comercialización de su marca de moda o e-commerce

**CONSULTA A TU ASESOR POR EL PRECIO Y LOS DESCUENTOS POR INSCRIPCIÓN ANTICIPADA**

infotitulospropios@unir.net

Teléfono: +34 917 909 731



### SESIONES ONLINE EN DIRECTO

Podrás seguir e intervenir en las sesiones estés donde estés, sin necesidad de desplazamientos. Y si por algún motivo no pudieras asistir, podrás ver el material grabado en cualquier momento



### TUTOR PERSONAL

En UNIR, cada alumno cuenta con un tutor personal desde el primer día, siempre disponible por teléfono o email. Los tutores ofrecen una atención personalizada haciendo un seguimiento constante



### NETWORKING INTERNACIONAL

Podrás conocer al resto de participantes de España y Latinoamérica. Te pondremos en contacto con ellos de forma presencial y/o virtual a lo largo del curso



### LEARNING BY DOING

Aplicarás todos los conocimientos gracias al aprendizaje adquirido en sesiones prácticas. Trabajarás en grupos dirigidos por especialistas, donde podrás fomentar el Networking e intercambiar experiencias



### FLEXTIME, SIN BARRERAS

Sin barreras geográficas, en cualquier momento y en cualquier lugar. Nos adaptamos a tu disponibilidad horaria permitiéndote acceder y participar en directo a las sesiones online



### RECURSOS DIDÁCTICOS

En el Campus Virtual encontrarás una gran variedad de contenidos con los que preparar cada asignatura. Organizados de tal de manera que facilitan un aprendizaje ágil y eficaz

## Por qué elegirnos

Porque ponemos a tu disposición todo lo que necesitas para mejorar tu carrera profesional, **sin necesidad de desplazarte**, tan solo requieres de conexión a internet y un dispositivo (PC, Tablet o incluso un Móvil) para seguir el programa.

Porque con nuestro modelo pedagógico, pionero en el mercado, participarás en **clases online en directo impartidas por los mejores profesionales** de cualquier parte del mundo. Además, podrás verlas **en**

**cualquier momento y desde cualquier lugar**, ideal para compatibilizarlo con tu agenda personal y profesional.

Porque fomentamos el **NETWORKING**, clave en tu desarrollo profesional, poniéndote en contacto con ponentes y participantes de alto nivel, con los que compartirás trabajo y experiencias a través de la plataforma.



## Un nuevo concepto de Universidad online

La Universidad Internacional de La Rioja, universidad con docencia 100% online, se ha consolidado como solución educativa adaptada a los nuevos tiempos y a la sociedad actual. El **innovador modelo pedagógico de UNIR** ha conseguido crear un nuevo concepto de universidad en el que se integran aspectos tecnológicos de última generación al servicio de una enseñanza cercana y de calidad. La **metodología 100% online** permite a los alumnos estudiar estén donde estén, interactuando, relacionándose y compartiendo experiencias con sus compañeros y profesores. Actualmente UNIR cuenta con:

- Más de **41.000 alumnos**
- Más de **10.000 alumnos internacionales**
- Presencia en **90 países de los 5 continentes**
- Más de **130 títulos de Grado y Postgrado**
- Más de **4.000 convenios de colaboración** firmados para dar cobertura de prácticas a nuestros estudiantes
- Además UNIR es una **universidad responsable con la cultura, la economía y la sociedad**. Este compromiso se materializa a través de la Fundación UNIR.



DIRECTOR DEL PROGRAMA

### ANDREA DE JUAN SUÁREZ

Chief Marketing Officer en Silbon. Ha sido durante más de 15 años Directora de Marketing y Comunicación de Suarez



Directora de Marketing y Comunicación de Suarez, participó en la creación y lanzamiento de Aristocrazy siendo Directora de Comunicación. Comenzó su carrera en el departamento de cuentas de Grupo Bassat & Ogilvy gestionando marcas como Terra, Telefónica Data y Guerlain.

Ponente y profesora en varias escuelas de negocio en programas de marketing y comunicación de moda y lujo. Es una apasionada de la estrategia y de la comunicación y basa su trabajo en la búsqueda constante de la diferenciación. Formada en Publicidad y RRPP con Master en Dirección Comercial y Marketing lleva más de 15 años trabajando en la creación estratégica y gestión integral de la comunicación y marketing de marcas de moda y lujo y desarrolla trabajos esporádicos de consultoría estratégica para proyectos de emprendimiento de diferentes ámbitos.

## Claustro



### Ilaria Mosca

Merchandising Manager en The Bicester Village Shopping Collection.



Consolidada experiencia en Retail y Wholesale como Merchandising & Marketing Manager, adquirida en Escada, La **Perla, Tous, Goldenlady Company, Iguzzini & Pirelli**, desempeñando roles globales y locales, liderando equipos y proyectos innovadores.



### Inmaculada Reinoso

Directora de Marketing



Ha desarrollado su carrera en empresas como Google, Inditex y El Corte Inglés, trabajando con empresas de la lista Fortune 500 y mercados como UK, Italia, Nórdicos y Benelux. Actualmente lidera la estrategia de marketing y comunicación en Glent Shoes.



### Juan Vicente García-Almonacid

Dir. Marketing Intelligence & CRM



Ha desarrollado toda su carrera profesional en el ámbito del Marketing Intelligence & CRM, los últimos 17 años dentro de Tendam (**Cortefiel, Pedro del Hierro, Springfield, Women'secret y Fifty Outlet**) gestionando la estrategia de fidelidad.



**MJ Vélchez Collado**

Digital Communications Manager en AWWG (All We Wear Group) de las marcas Pepe Jeans London, Hackett London y Façonnable



Profesional de Comunicación y Marketing Digital en retail y lujo, actualmente en AWWG, trabajó en Suárez. Emprendedora, puso en marcha Casa La Bonita. Formación en moda en Londres, Milán y Nueva York. Especialista en estrategias globales en Social Media e Influencer Marketing.

**Nayra Iglesias**

CEO



Experta en diseño experiencial en el sector lujo con más de 200 proyectos realizados por todo el mundo especialmente en retail. Ha llevado a cabo proyectos con empresas como Manolo Blahnik, Camper, Swatch Group y Aristocrazy.

**Carmen García Pérez**

Fundadora



Más de 10 años trabajando en comunicación y marketing de marcas de moda y lujo para empresas externas y lanzando la suya propia: Verbena Madrid. Licenciada en Publicidad y RRPP con Master en Comunicación y Gestión de Empresas de Moda.

**Lola Tartiere**

Dir. de Marketing y Comunicación

**ALMA EN PENA**

Estudió en International Business y Marketing en Regent's University London. PDD 2019 en el IESE. Ex directora de Marketing de Deportes, Belleza y Accesorios de moda en El Corte Inglés. Más de 10 años de experiencia en Retail Marketing. Actualmente es Directora de Marketing y Comunicación en Alma en Pena.

**Natalia Presas**

The Lab Talents

**THE LAB TALENTS**

Periodista especializada en Comunicación de Moda y talent manager, ha desarrollado una destacada carrera en el fashion business. Formada en la Universidad Complutense de Madrid y el Instituto Europeo di Design, impartió masterclass en diversas instituciones.

**Charo Izquierdo**

CEO

**TORNADO ACCIONES DE COMUNICACIÓN**

Periodista, con formación de negocios. Ha lanzado y dirigido publicaciones, como Yo Dona. Ha sido directora general de revistas en Prensa Ibérica. Ha dirigido la pasarela madrileña MBFW Madrid y las ferias lifestyle en Ifema. Escritora y conferenciante.



**Beatriz López-Schummer**  
*Product Manager en Shiseido*



Desde 2014 forma parte del grupo Shiseido como Product Manager de la marca líder en fragancias Issey Miyake Parfums. Responsable del lanzamiento de las fragancias de Zadig & Voltaire. Desde 2019 está al frente del lanzamiento en España de la marca número 1 en cosmética en Japón, Clé de Peau Beauté, la máxima expresión del lujo en tratamiento y maquillaje.



**Diego Gómez**  
*3D Creative Director*

Destacado 3D Creative Director con 11 años de experiencia en diseño de moda y producto.

Además de su trabajo como profesor en IED Madrid y UNIR, ha dejado su huella en proyectos para Inditex, deLaCour Watches y Telefónica. Con una sólida formación en Bellas Artes y un Master en Modelado Orgánico de CICE Madrid, Diego es un experto en el mundo de la moda y diseño 3D.



**Alejandra Sánchez**  
*Fundadora*



Con más de 20 años de experiencia, es la fundadora, CEO y Directora Creativa de Bonnet à Pompon, referente de moda infantil de lujo en España. Galardonada con premios al emprendimiento y liderazgo. Trayectoria destacada en Grupo Cortefiel e Inditex. Experta en transformación digital y diseño de moda. Formación en UC3M e IE Business School.



**Mónica Muriel**  
*Fundadora*



15 años de experiencia en moda y negocios de impacto, desde Shanghai al mundo. MBA Ejecutivo de HULT Business School y Doble Grado en Derecho y Administración de Empresas de la Universidad Autónoma de Madrid. CEO y Fundadora de Zurita Madrid y NEST Solutions, marcas comprometidas con la sostenibilidad certificadas como Bcorp. Experta en cadenas de suministro de moda en Asia, trazabilidad, sostenibilidad y uso de blockchain. Creación de estrategias sostenibles y modelos de negocio innovadores aplicados en el desafiante mercado chino. Habilidad para coordinar equipos y solucionar problemas complejos mediante cooperación y emprendimiento.



**Lucía Josefina Molinero**  
*Experta en Comunicación de Moda*



Tras acabar la carrera, trabajó 4 años en una agencia de comunicación. Más tarde, apostó por la moda y empezó a formarse y trabajar con marcas como Encinar, con quien continúa a día de hoy, o Smalaffaire.



Y con la colaboración de:



DISEÑADOR DE MODA

PABLO GALÁN CUBERO

## PERTEGAZ

Diseñador de moda con experiencia laboral como diseñador en las marcas Angel Schlessler (2007-2011), Jorge Vazquez (2011-actualidad) y Pertegaz (2019-actualidad). Cofundador de la firma Waffliewear. Premio joven diseñador 2008 y Gillette 2010.



# Programa

## MÓDULO I

### Ecosistema y negocio del sector de la moda

- Análisis de la historia y evolución de la moda y el diseño en las bases de la moda contemporáneos. Del propietario como marca hasta la marca y el director creativo como protagonistas
- Elementos y funcionamiento del mercado de la moda
- Nuevos modelos y tendencias de negocio
- Mercados relacionados I
- Mercados relacionados II
- Diseño de moda y proceso creativo I
- Diseño de moda y proceso creativo II
- Producción y coste industrial en el sector de la moda
- Gestión del retail/compra, precios campañas
- Logística y Distribución

## MÓDULO II

### El cliente de moda

- Análisis del consumidor, perfiles de cliente y usuario de moda I: definiciones
- Análisis del consumidor, perfiles de cliente y usuario de moda II: metodologías y herramientas
- Segmentación de clientes en moda. El buyer persona
- Customer experience, customer centricity y la experiencia de adquisición del producto
- Digitalización marca-cliente
- Inbound & Outbound Marketing
- Customer journey: analizando el cliente en los diferentes momentos de relación con la marca
- CRM en moda

- Big Data e Inteligencia Artificial aplicada al conocimiento del cliente: del marketing masivo al one-to-one utilizando herramientas de marketing automation
- Big Data e Inteligencia Artificial aplicada al conocimiento del cliente

## MÓDULO III

### Estrategia y plan de marketing en el sector de la moda

- Fundamentos del marketing aplicados a la industria de la moda
- Fases en la creación de la estrategia de marketing en el sector de la moda
- Plan de Marketing. Definición y establecimiento de objetivos
- Análisis de la competencia y Benchmarking
- Estrategia de producto I y II
- Estrategia de precios
- Promoción
- Planificación de costes y presupuestos
- KPI para medir la efectividad del plan

## MÓDULO IV

### De la multi a la omnicanalidad. La gestión de los canales en moda

- Estrategia Omnicanal. De la tienda a la compra online y viceversa
- El nuevo concepto de tienda física, redimensionando y transformando el modelo
- Marketing en el punto de venta I
- Merchandising físico
- Marketing en el punto de venta II
- Tiendas propias vs franquicias. Estrategia de comunicación y marketing para franquiciados
- E-commerce. La nueva experiencia de tienda online



- Funcionamiento de un e-commerce
- Merchandising digital
- Social E-commerce

## MÓDULO V

### Comunicación y branding de moda

- Branding: creación de una marca de moda
- Branding: gestión de marcas de moda
- Comunicación I
- Comunicación II
- Relación con los medios I
- Relación con los medios II
- PR. Relaciones Públicas en moda
- Acciones diferenciadoras para conectar con tu cliente
- Producción de eventos I
- Producción de eventos II

## MÓDULO VI

### Técnicas y herramientas de marketing digital

- Posicionamiento online
- Social media marketing: Instagram, Pinterest, TikTok, YouTube, otras
- Canales de social media
- Inbound marketing
- Marketing de contenidos
- Captación y fidelización
- Publicidad digital
- Marketing analítico
- IA en moda

## MÓDULO VII

### Sostenibilidad en el sector de la moda

- Elementos claves: Sostenibilidad, Circularidad y Regeneración
- Qué quiere saber nuestro cliente sobre sostenibilidad: product, people, planet
- Los 7 pecados del greenwashing y los nuevos límites legales
- Trazabilidad y transparencia: como apoyarnos en la tecnología para validar nuestras comunicaciones
- Marketing sostenible: siempre en camino

## MÓDULO VIII

### Influencer Marketing en Moda

- Introducción al marketing de influencia
- Características del marketing de influencia en cada red social
- Métricas. El entorno de la medición en el marketing de Influencers
- Regulación legal dentro del marketing de influencia: cómo son los contratos entre las marcas y los influencers

## MÓDULO IX

### Proyecto Corporativo

¡Practica el marketing y la comunicación de moda!

Formaremos equipos de trabajo con un objetivo: **encontrar la mejor solución al desafío planteado por una marca de moda.**

Varias empresas de moda presentarán un **reto real** en los ámbitos del **marketing y/o la comunicación:**

- **Alma en Pena**
- **Verbena**
- **The Lab Talents**
- **Malababa**

Los **alumnos** tendrán que **encontrar y presentar su propuesta** para **resolver el desafío** que les planteen las empresas retadoras, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante el máster.

# Empleabilidad

DESCUBRE DONDE HAN EMPEZADO A HACER PRÁCTICAS NUESTROS ALUMNOS DEL MÁSTER EN MARKETING DE MODA DE UNIR.



ANA ROMERO ANADON



PAULA SORIANO BASTIDA



MARÍA MARTÍN ALONSO



ANDREA MATILLAS



ANTÍA CARBALLEIRA RIVERA



AINHOA ARMAÑANZAS ECHART



## Testimonios

FloraQueen

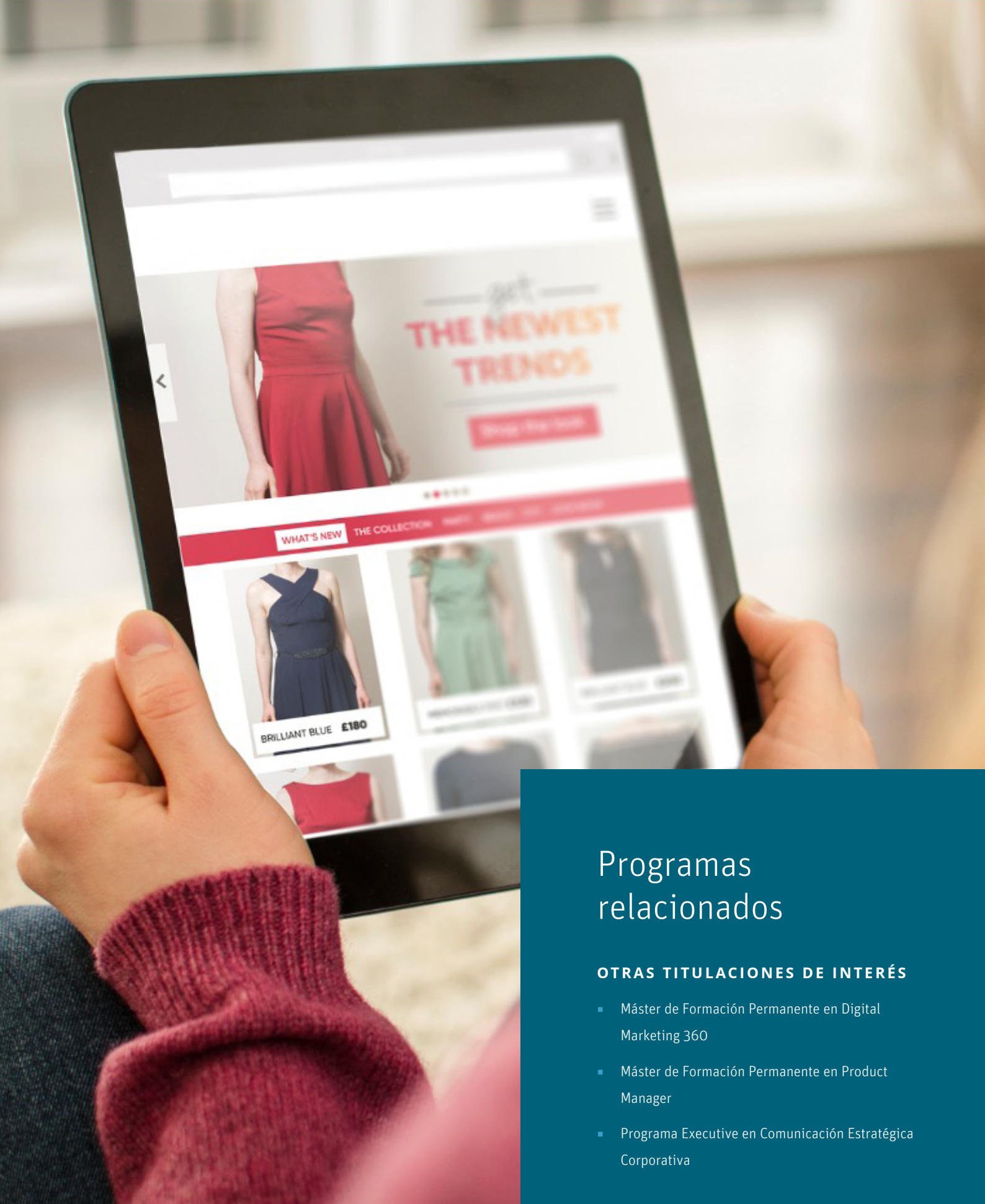


**Andrea Llobregat**

Alumna del Máster de Marketing de Moda  
Brand & Communications Manager en FloraQueen

*“Cuentan con un claustro de profesores de primer nivel que te plantean retos prácticos y reales, te preparan para afrontar nuevos retos profesionales en el sector de la moda. Un máster muy completo que me ha permitido crear una valiosa red de networking e impulsar la empleabilidad.”*





## Programas relacionados

### OTRAS TITULACIONES DE INTERÉS

- Máster de Formación Permanente en Digital Marketing 360
- Máster de Formación Permanente en Product Manager
- Programa Executive en Comunicación Estratégica Corporativa

Consulta con tu asesor los descuentos por inscripción a varios programas - 941 209 743

info@unir.net | www.unir.net

## UNIR, mucho más que una universidad

Headhunting  
Club



Viveros online  
de Empleo



Inside the  
company



Feria Virtual  
de Empleo



Programa  
Shadowing



Prácticas de  
Excelencia

A través de nuestro **Dpto. de Salidas Profesionales y Empleabilidad**, podrás encontrar multitud de oportunidades, programas de apoyo y contacto con las mejores empresas de tu sector. Estas empresas ya forman parte de nuestra Red de Partners UNIR y te están buscando.

accenture

indra

Deloitte.

Hewlett Packard  
Enterprise

Telefónica

CEPSA

Microsoft

GARRIGUES

Heineken

Baker  
McKenzie.

IBM

EY

gasNatural  
fenosa

AIRBUS

CONVERSE

ferrovial

FCC

pwc

MELIÁ  
HOTELS & RESORTS

zeppelin

Sacyr

Más información - 941 209 743  
empleoypracticas.unir.net | info@unir.net



#### **RECTORADO LOGROÑO**

Avenida de la Paz, 137  
26006. La Rioja  
España  
+34 941 210 211

#### **DELEGACIÓN MADRID**

Calle de García Martín, 21  
28224. Pozuelo de Alarcón  
España  
+34 915 674 391

#### **DELEGACIÓN BOGOTÁ**

Calle 100 # 19-61. Edificio Centro  
Empresarial 100. Oficina 801. 11001  
Colombia  
+571 5169659

#### **DELEGACIÓN CD. DE MÉXICO**

Avenida Universidad 472,  
Narvarte Poniente. 03600  
México  
+52 (55) 3683 3800

#### **DELEGACIÓN QUITO**

Avenida República E7-123 y Martín  
Carrión (esquina). Edificio Pucará  
Ecuador  
(+593) 3931480

#### **DELEGACIÓN LIMA**

José Gabriel Chariarse, 415  
San Antonio. Miraflores  
Perú  
(01) 496 – 8095

[unir.net](http://unir.net) | +34 941 209 743

