



Estrategias de comunicación y social media management de moda

En este curso se analizarán los canales de comunicación online y offline más efectivos y habituales en la industria de la moda. El estudio de técnicas como las relaciones públicas, la organización de actos, las relaciones con la prensa, la gestión de showroom, el *merchandising* o el patrocinio, facilitarán al alumno un conocimiento general de las estrategias de comunicación que pueden aplicarse en la empresa.

La estrategia online es uno de los pilares básicos de la creación de tendencias. La Web 2.0 es el principal canal de información para la interacción de las empresas con su target. Las redes sociales, los blogs, el microblogging, los foros de internautas y los diferentes servicios multimedia son factores de gran valor para una marca o empresa. Las posibilidades de promoción que ofrece el marketing online permiten obtener resultados sorprendentes a corto, medio y largo plazo.

Objetivos:

- ➔ Analizar las fórmulas de comunicación online y offline más eficaces para promocionar productos y marcas dentro del sector moda.
- ➔ Profundizar en los elementos clave para seleccionar el tipo de estrategia que mejor se adapte a las necesidades de la empresa o marca de moda.
- ➔ Desarrollo y puesta en práctica de un plan de comunicación integral (online y offline).
- ➔ Establecer los criterios de rentabilidad de los presupuestos de comunicación en términos de ROI.
- ➔ Analizar el entorno 2.0 y sus posibilidades.
- ➔ Conocer los diferentes tipos de redes sociales y su funcionamiento.
- ➔ Analizar las diferentes funciones de un Community Manager.

A quien va dirigido:

Estudiantes, licenciados, profesionales del mundo de la moda y de otras áreas, que deseen integrarse en una empresa del sector Textil en las áreas de Comunicación y Marketing (online y/o offline).

Programa de estudios:

El plan estratégico de comunicación de moda.

Agencias de comunicación de moda.

Prensa: Nota, comunicado, rueda de prensa, dossier de prensa y relaciones con los medios.

Showroom.

Product Placement.

RR.PP.

Comunicación corporativa.

Eventos de moda.

Patrocinio.

El posicionamiento y su comunicación.

Valoración de medios.

Plataformas sociales (redes sociales, foros, blogs, microblogging, chats y webs 2.0) y su impacto en el mundo de la moda.

Social media ROI.

Publicaciones online.

Community Management en la industria de moda.

Se obtendrá un certificado de asistencia y aprovechamiento del curso, otorgado por la *Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce*, una vez finalizado el programa de estudios.

Dirección del programa:

Natalia Merino. Licenciada en Periodismo y Humanidades. Experta en comunicación de moda y lifestyle. Ha trabajado gestionando la comunicación para clientes como *Victorio&Lucchino, Rip Curl, Isabel de Pedro, Aire (Rosa Clará), Yolancris, Elite Model Look, The new generation by Francina, Paris Hilton Racing Team,...*

Yago Salvat. Socio y Director Creativo de Globe Comunicación. Propietario de *Salvat and Partners* empresa de Comunicación y Marketing online.

Es licenciado en Periodismo y Política St. Louis Missouri (EEUU). Experto en marketing online, Social Media Management y Coach empresarial.

Fechas y horarios:

La duración del curso es de 30 horas. Las clases se impartirán del 16 al 27 de julio de 2012, de lunes a viernes, de 18.00 a 21.00 horas.

Precio:

Importe total: 700 euros

Forma de pago:

- 50 % al reservar la plaza mediante transferencia bancaria en CatalunyaCaixa (2013-0628-46-0200389420) o bien con tarjeta de crédito o en efectivo en la Escuela Superior de Diseño y Moda Felicidad Duce.
- El 50% restante se abonará 10 días antes del inicio del curso.

Documentación necesaria:

- Fotografía tamaño carné (con nombre y apellidos en el dorso)
- Fotocopia del DNI o Pasaporte
- Domiciliación bancaria