

Programas de Postgrado
y Desarrollo Profesional
con Estructura Modular

Curso académico 2014-2015

Márketing y Comunicación de Moda

del 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015 (fechas según módulos)

Características: material multimedia, página web, curso virtual y guía didáctica.

Departamento

Análisis Económico I

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PROGRAMA DE POSTGRADO

Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto

Curso 2014/2015

La UNED ofrece también cursos con estructura modular en los que se ofrecen al alumno itinerarios desarrollados en módulos que conducen a diferentes titulaciones de diferentes niveles.

Máster: mínimo de 60 ECTS

Diploma de Especialización: mínimo de 30 ECTS.

Diploma de Experto: mínimo de 15 ECTS.

Requisitos de acceso:

Estar en posesión de un título de grado, licenciado, diplomado, ingeniero técnico o arquitecto técnico. El director del curso podrá proponer que se establezcan requisitos adicionales de formación previa específica en algunas disciplinas.

Asimismo, de forma excepcional y previo informe favorable del director del curso, el Rectorado podrá eximir del requisito previo de la titulación en los cursos conducentes al Diploma de Experto Universitario. Los estudiantes deberán presentar un curriculum vitae de experiencias profesionales que avalen su capacidad para poder seguir el curso con aprovechamiento y disponer de acceso a la universidad según la normativa vigente.

El estudiante que desee matricularse en algún curso del Programa de Postgrado sin reunir los requisitos de acceso podrá hacerlo aunque, en el supuesto de superarlo, no tendrá derecho al Título propio, sino a un Certificado de aprovechamiento.

Destinatarios

El curso va dirigido a todas aquellas personas interesadas en el mundo de la moda no solo desde una perspectiva artística/estilística sino muy especialmente con una visión profesional de la industria de la moda.

No son precisos conocimientos específicos de economía ni de diseño.

Es indispensable un buen manejo del inglés y de internet. En la elaboración de su Trabajo Fin de Máster deberán utilizar bibliografía en inglés y navegar habitualmente. También deben conocer el funcionamiento de las redes sociales y saber manejarse en ellas con fluidez.

1. Presentación y objetivos

La moda es un sector con unas características especiales, ya que sus marcas se utilizan para satisfacer necesidades sociales y emocionales. A esto se ha sumado la revolución en las comunicaciones marca/cliente que ha supuesto Internet y las Redes Sociales.

El curso se centra en aunar todas estas características para dar una visión actualizada del marketing y la comunicación de moda teniendo en cuenta especialmente el funcionamiento de redes como Facebook, Twitter, Tuenti...

El resultado final de la combinación de los trabajos realizados en los diferentes bloques/asignaturas que configuran el Máster se estructura de forma coherente en el Trabajo Fin de Máster que consiste en la elaboración de un Plan de Marketing y Comunicación de Moda (actualmente en la asignatura de "Prácticas de redacción, edición y publicación digital").

Otra Información

Será responsabilidad exclusiva del Equipo Docente la información facilitada en la siguiente relación de hipervínculos. En caso de detectarse alguna contradicción, prevalecerá la oferta formativa aprobada por el Consejo de Gobierno para cada convocatoria, así como del Reglamento de Formación Permanente y del resto de la legislación Universitaria vigente.

[Más Información](#)

2. Contenido y programa

2.1 Títulos

Tipo Título	Título	Créditos ETCS
TÍTULO DE MÁSTER	Marketing y Comunicación de Moda	60

2.2 Módulos del programa, calendario y precio

Código	Módulo	Créditos ETCS	Precio Módulo	Precio Material
--------	--------	---------------	---------------	-----------------

Código	Módulo	Créditos ETCS	Precio Módulo	Precio Material
0001	Historia de la Modadel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0002	Comportamiento del Consumidor de Modadel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0003	Gestión de Marcas de Modadel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0004	Marketing de Modadel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0005	El Negocio de la Moda en Internetdel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0006	Las Redes Sociales y la Modadel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0007	Redacción de Información de Moda en los Medios de Comunicación Escritosdel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0008	Prácticas de Redacción, Edición y Publicación Digitaldel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0009	Introducción a la Comunicación Multimediadel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--
0010	La Comunicación de Moda en Internetdel 1 de diciembre de 2014 al 30 de septiembre de 2015.	6	180,00 €	--

2.3 Descuentos

2.3.1 Ayudas al estudio y descuentos

Se puede encontrar información general sobre ayudas al estudio y descuentos en [este enlace](#).

Debe hacer la solicitud de matrícula marcando la opción correspondiente, y posteriormente enviar la documentación al correo: descuentos@fundacion.uned.es.

2.4 Itinerario

Para la obtención del Título de Máster en Márketing y Comunicación de Moda:

El primer año el alumno deberá superar los siguientes módulos :

Módulo 2: Comportamiento del consumidor

Módulo 9: Introducción a la comunicación multimedia

Módulo 1: Historia de la moda

Módulo 7: Redacción de información de moda en los medios de comunicación escritos

Módulo 5: El negocio de moda en internet.

El segundo año el alumno deberá superar los siguientes módulos :

Módulo 4: Marketing de moda

Módulo 10: La comunicación de moda en internet

Módulo 3: Gestión de marcas de moda

Módulo 6: Las Redes Sociales y la moda

Módulo 9: Prácticas de redacción , edición y publicación digital.

2.5 Tabla de convalidaciones del programa modular

Tipo	Código	Título o Módulo Convalidable	Cred.	Tipo	Código	Título Módulo o Convalidado	Cred.
Curso	0480	MARKETING PARA EMPRESAS DE MODA	24	Módulo	0001	Historia de la Moda	6
				Módulo	0002	Comportamiento del Consumidor de Moda	6
				Módulo	0003	Gestión de Marcas de Moda	6
				Módulo	0004	Marketing de Moda	6

Tipo	Código	Título o Módulo Convalidable	Cred.	Tipo	Código	Título Módulo o Convalidado	Cred.
Curso	0699	PERIODISMO DE MODA	25	Módulo	0001	Historia de la Moda	6
				Módulo	0007	Redacción de Información de Moda en los Medios de Comunicación Escritos	6
				Módulo	0009	Introducción a la Comunicación Multimedia	6
				Módulo	0010	La Comunicación de Moda en Internet	6

3. Metodología y actividades

El alumno deberá leer detalladamente los textos que se le faciliten, así como las notas y referencias que se incluyan en la plataforma virtual. Este no es un curso donde se deban aprender conocimientos teóricos, sino que su orientación es hacia la comprensión de esos conceptos y su utilización en la práctica del comportamiento de las empresas del sector de la moda.

El equipo docente impartirá sesiones AVIP, conferencias... e incluso se podrán celebrar sesiones presencial en función de la disponibilidad de los alumnos y los profesores.

Para la obtención del título de Máster será precisa la superación de todos los módulos y la realización del Trabajo Fin de Máster (TFM) que en la actualidad se encuentra configurado en el bloque de "Prácticas de redacción, edición y publicación digital".

El TFM consiste en la elaboración de un *Plan de Marketing y Comunicación de Moda* para la marca que hayan creado y supone englobar todos los trabajos realizados a lo largo del Máster.

4. Duración y dedicación

El curso comenzará el 1 de diciembre de 2014 y finalizará en septiembre de 2015.

Una vez declarado a extinguir, el curso se mantendrá tan solo un año adicional.

5. Material didáctico para el seguimiento del curso

5.1 Material obligatorio

5.1.1 Material en Plataforma Virtual

Se ha elaborado un material didáctico específico para el curso que se colgará en la plataforma aLF para que estos tengan acceso inmediatamente a él una vez matriculados. Dentro de dicho material se incluyen:

Material impreso hecho para el curso en formato pdf o epub.

- a) Conferencias y sesiones AVIP que sobre el tema se realicen por los profesores de las asignaturas
- b) Ponencias presentadas al Curso de Verano sobre Redes Sociales impartida en Ponferrada en Julio de 2011, en el que intervinieron los profesores del Curso
- c) Artículos relacionados con cada uno de los temas
- d) Presentaciones Power Point

Algunos ejemplos de este material específico del Curso Modular (que será colgado en la plataforma aLF en formato pdf) son:

- Calvo, J. y Rodríguez, M. (2011): "Comportamiento del consumidor de moda". UNED mimeo
- Calvo, J. y Rdríguez, M. (2011): "Gestión de marcas de moda". UNED mimeo
- Arconada, O., C. Del Rey y J. Calvo (2011): "Texto para el Curso de Periodismo Digital de Moda". UNED mimeo

Junto a esto se utilizarán los libros (que deben ser adquiridos por los alumnos):

- Gómez Vieites, A. y C. Otero (2011): "Redes Sociales en la empresa". Editorial RA-MA
- Collado Becerra, N. (2013): "Historia de la moda. Siglo XI- Siglo XXI", Editorial Dykinson. Madrid

Se recomienda la adquisición del libro que a continuación se menciona, si bien su compra no es obligatoria para el seguimiento del curso:

- Gómez Vieites, A. J. Calvo y C. Otero (2013): "Marketing de moda". Editorial Académica Española. Madrid

5.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

5.2.1 Material editado y de venta al público

Historia de la moda : siglo XI-siglo XXI

Autores Collado Becerra, Noemi

Editorial Editorial Dykinson, S.L.

Edición 2012

Precio aproximado 18.27€

ISBN 9788490313138

Redes sociales en la empresa : la revolución e impulso a nivel empresarial y profesional

Autores Gómez Vieites, Álvaro; Otero Barros, Carlos

Editorial Ra-Ma S.A. Editorial y Publicaciones

Edición 2011

Precio aproximado 28.75€

ISBN 9788499641171

Puede adquirir dichos materiales a través de la [Librería Virtual de la UNED](#).

6. Atención al estudiante

Los alumnos tienen a su disposición la plataforma Alf en la que se colgarán todos los materiales que se consideren relevantes para el desarrollo del curso: directrices para el estudio, enlaces a páginas web, artículos, webconferencias... Además también dispondrán de foros en los que podrán realizar sus consultas y generar debates.

Para plantear dudas concretas sobre las materias (contenidos, orientación, realización de trabajos, etc.) pueden emplear los foros que a tal efecto se abran o enviar un correo a los profesores correspondientes. La dirección genérica de contacto es: jcalvo@cee.uned.es y el teléfono 913987820. El horario habitual (aunque pueden dejar un mensaje) son los miércoles de 11:00 a 15:00 horas

Se emitirán videoconferencias que los alumnos podrán ver a través de TeleUNED o bien conferencias AVIP

7. Criterios de evaluación y calificación

Cada bloque tiene sus propios criterios de evaluación. No obstante, y en la medida en que el curso es eminentemente práctico, la participación en los temas planteados en las diferentes materias es fundamental para la valoración del curso.

En las prácticas los alumnos tendrán que demostrar el aprendizaje de la materia propuesta y su aplicación al marketing y la comunicación de moda.

La calificación de cada bloque será de APTO o NO APTO

8. Equipo docente

Director/a

Director - UNED

CALVO GONZALEZ, JOSE LUIS

Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

CALVO GONZALEZ, JOSE LUIS

Colaborador - UNED

CASADO FRESNILLO, MARIA CELIA ROSA

Colaborador - UNED

LOPEZ MARTINEZ, JOSE HUMBERTO

Colaborador - UNED

LORENZO SEGOVIA, MARIA JOSE

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

COLLADO BECERRA, NOEMI

Colaborador - Externo

CRESPO ARCONADA, OSCAR

Colaborador - Externo

GÓMEZ VIEITES, ÁLVARO

Colaborador - Externo

SANZ CEREZO, IRENE

9. Matriculación

Del 8 de septiembre al 18 de diciembre de 2014.

Información

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

<http://www.fundacion.uned.es/>

10. Responsable administrativo

Negociado de Programas Modulares.