

## Cursos de postgrado

60 créditos

Curso académico 2016-2017

### Marketing y Comunicación de Moda 2.0

del 1 de diciembre de 2016 al 16 de octubre de 2017

TÍTULO DE MÁSTER

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 y Certificado de Formación del Profesorado.

#### Curso 2016/2017

El Programa de Postgrado acoge los cursos que dan derecho a la obtención de un Título Propio otorgado por la UNED. Cada curso se impartirá en uno de los siguientes niveles: Máster, Diploma de Especialización, Diploma de Experto y Certificado de Formación del Profesorado.

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

Se establece como requisito mínimo de acceso a los cursos de máster, especialista universitario y experto universitario, estar en posesión de un título de graduado, diplomado, ingeniero técnico arquitecto técnico.

Excepcionalmente, podrá también acceder a cursos de expertos universitarios, personas sin titulación universitaria, directamente relacionadas por su experiencia profesional con la especialidad del curso, siempre que cumplan los requisitos legales para cursar

estudios universitarios. Los alumnos con titulación extranjera deben ser autorizados en todo caso por el Vicerrectorado de Formación Permanente para matricularse

## 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 el nuevo entorno en el que nos movemos en el siglo XXI, con Internet y las redes sociales como elementos definitorios esenciales.

El TFM resume el trabajo en todas las asignaturas con la elaboración de un Plan de Marketing y Comunicación para una Marca de Moda creada por el/la alumno/a.

El objetivo último es que los alumnos puedan crear su propia marca de moda, definir el segmento al que va dedicada y establecer un plan de marketing y comunicación orientado a ese "target".

## 2. Contenido

1. Historia de la moda
2. Moda, lujo y sociedad
3. Comportamiento del consumidor de moda
4. Comunicación visual en la moda: diseño y producción multimedia
5. Comunicación de moda I: redacción, estructura y géneros
6. Creación de marcas holísticas de moda
7. Marketing de moda
8. Comunicación de moda II
9. Soportes digitales para la comunicación de moda
10. Trabajo Fin de Máster. Plan de marketing y comunicación de una marca de moda

## 3. Metodología y actividades

El alumno debe leer detalladamente los textos que se le facilitan, así como las notas y referencias que

se incluyen 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 marcas de moda.

Todas las asignaturas exigen para su aprobación la realización de trabajos prácticos.

El equipo docente impartirá sesiones AVIP, conferencias... e intentará interactuar con los alumnos en función de su disponibilidad.

Para la obtención del título de Máster será precisa la superación de todos los módulos y la realización del TFM que consiste la elaboración de un plan de marketing y

comunicación para una marca de moda que haya creado el/la alumno/a.

## 4. Material didáctico para el seguimiento del curso

### 4.1 Material obligatorio

#### 4.1.1 Material en Plataforma Virtual

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

- 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

Además, en aquellas materias en que no haya libro de referencia se incluirán notas elaboradas por los profesores en formato pdf.

### 4.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

#### 4.2.1 Material editado y de venta al público

##### **Marketing y moda\***

**Autores** Abad Medina, Alberto; Calvo, José Luis; Otero Barros, Carlos

**Editorial** Editorial Académica Española

**Edición** 2013

**Precio aproximado** 50€

**ISBN** 9783659079252

##### **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

### **Cristóbal Balenciaga, 1914-1968. La excelencia en la alta costura(A)**

**Autores** Collado Becerra, Noemi  
**Editorial** Dykinson  
**Edición** 2015  
**Precio aproximado** 19.23€  
**ISBN** 9788490854075

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

## 5. 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, conferencias...

La mejor forma de comunicarse con los profesores es a través de los foros de Alf y del correo electrónico. Para plantear dudas concretas sobre las materias (contenidos, orientación, realización de trabajos, etc.)

les recomendamos que utilicen 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](mailto:jcalvo@cee.uned.es) y el teléfono 913987820. Pueden dejar un mensaje y les atenderemos lo antes posible.

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

AVIP

## 6. Criterios de evaluación y calificación

La evaluación se realiza a través de ejercicios prácticos propuestos a los alumnos. No hay exámenes.

Cada bloque/ asignatura tiene sus propios criterios. No obstante, y en la medida en que el curso es eminentemente práctico, la participación en los foros y las cuestiones planteadas es fundamental para la valoración del alumno.

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

La calificación de cada bloque será de APTO o NO APTO

## 7. Duración y dedicación

El curso comienza el 1 de diciembre de 2016 y finaliza el 15 de octubre de 2017.

Dado que el número de créditos para obtener el título de Máster supera el máximo que un alumno puede cursar en un año, los alumnos podrán extender la duración del curso hasta la aprobación de la totalidad de los módulos.

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

## 8. Equipo docente

### Director/a

Director - UNED

*CALVO GONZALEZ, JOSE LUIS*

### Colaboradores UNED

Colaborador - UNED

*CASADO FRESNILLO, MARIA CELIA ROSA*

Colaborador - UNED

*LOPEZ MARTINEZ, JOSE HUMBERTO*

### Colaboradores externos

Colaborador - Externo

*COLLADO BECERRA, NOEMI*

Colaborador - Externo

*CRESPO ARCONADA, OSCAR*

Colaborador - Externo

*SANZ CEREZO, IRENE*

## 9. Precio público del curso

Precio público de matrícula: 2100 €

## 10. Matriculación

Del 7 de septiembre al 16 de diciembre de 2016.

[www.fundacion.uned.es](http://www.fundacion.uned.es)

913867275/1592