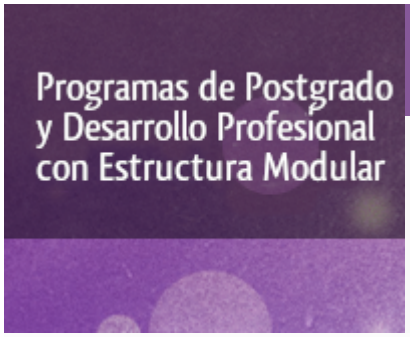


Curso académico 2017-2018

Marketing y Comunicación de Moda

del 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018 (fechas según módulos)

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

Departamento

Teoría Económica y Economía Matemática

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

PROGRAMAS DE POSTGRADO Y DESARROLLO PROFESIONAL CON ESTRUCTURA MODULAR
Curso 2017/2018

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.

A los efectos de este programa, vease el apartado 2 de esta información.

Requisitos de acceso:

Solo para programas que oferten títulos o diplomas de Máster, Especialista o Experto, el estudiante debe 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.

Para el resto de acreditaciones o titulaciones que se pudieran ofertar este programa (Diploma de Experto Profesional, Certificado de Enseñanza Abierta o Certificado de Actualización Profesional) no hay requisitos mínimos de acceso, salvo los específicos de cada curso establecidos por su director.

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 estar 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".

Máster en Marketing y Comunicación de Moda (64 créditos)

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	64

2.2 Módulos del programa, calendario y precio

Código	Módulo	Créditos ETCS	Precio Módulo
0001	Historia de Modadel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0002	Moda, Lujo y Sociedaddel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0003	Comportamiento del Consumidor de Modadel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0004	Comunicación Visual en la Moda: diseño y producción multimediadel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0005	Comunicación de Moda I: redacción, estructura y génerosdel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0006	Creación de Marcas Holísticas de Modadel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0007	Marketing de Modadel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0008	Comunicación de Moda IIdel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0009	Soportes Digitales para la Comunicación de Modadel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	6	210,00 €
0010	Trabajo Fin de Máster. Plan de Marketing y Comunicación para una Marca de Modadel 11 de diciembre de 2017 al 30 de septiembre de 2018.	10	350,00 €

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 obtener el título de Máster de Moda es preciso superar los 10 módulos que se ofrecen (64 créditos):

- Historia de la Moda

- Moda, Lujo y Sociedad

- Comportamiento del Consumidor de Moda

- Comunicación Visual en la Moda: diseño y producción multimedia

- Comunicación de Moda I: redacción, estructura y géneros

- Creación de Marcas Holísticas

- Marketing de Moda

- Comunicación de Moda II

- Soportes Digitales para la Comunicación de Moda

- Trabajo fin de Máster. Plan de Marketing y Comunicación para 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 comprehensión 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. Duración y dedicación

El curso comienza el 11 de diciembre de 2017 y finaliza el 30 de septiembre de 2018.

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.

5. Material didáctico para el seguimiento del curso

5.1 Material obligatorio

5.1.1 Material en Plataforma Virtual

Cada módulo incluye su propia bibliografía básica y complementaria. La bibliografía básica debe ser adquirida por el alumno. Puede consultarla en la Guía Didáctica y en la web www.unedmoda.com

Adicionalmente se ha elaborado también material didáctico específico para el curso que está colgado en la plataforma Alf al que los alumnos tienen acceso inmediatamente una vez matriculados. Dentro de dicho material se incluyen:

a) Conferencias y sesiones AVIP sobre las diferentes asignaturas

b) Artículos y trabajos relacionados con cada uno de los temas

c) Presentaciones Power Point

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

5.2 Material optativo, de consulta y bibliografía

5.2.1 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	78.38€
ISBN	9783659079252

Historia de la moda : siglo XI-siglo XXI

Autores	Collado Becerra, Noemi
Editorial	Editorial Dykinson, S.L.
Edición	2012
Precio aproximado	18.05€
ISBN	9788490313138

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

Autores	Collado Becerra, Noemi
Editorial	Dykinson
Edición	2015
Precio aproximado	19€
ISBN	9788490854075

Marca holística de moda

Autores	Calvo González, José Luis
Editorial	Dykinson
Precio aproximado	20.25€
ISBN	9788490857557

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, 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. Pueden enviar un mensaje y les atenderemos lo antes posible. También en el teléfono: 913987820

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

7. 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

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

Colaboradores externos

Colaborador - Externo

COLLADO BECERRA, NOEMI

Colaborador - Externo

CRESPO ARCONADA, OSCAR

Colaborador - Externo

SANZ CEREZO, IRENE

9. Matriculación

Del 7 de septiembre al 15 de diciembre de 2017.

Información

Teléfonos: 91 3867275 / 1592

Fax: 91 3867279

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

10. Responsable administrativo

Negociado de Programas Modulares.