

GESTIÓ, COMERCIALIZACIÓ I COMUNICACIÓ DE MARQUES DE MODA



CURS PRESENCIAL



Atenció
personalitzada



Classes
presencials

Que hi ha més enllà de dissenyar una col·lecció? Quin és el camí que un dissenyador ha de seguir de la desfilada a la botiga. En aquest curs parlarem de tot el que cal saber per a què una peça de vestir passi de ser un prototip a un producte vendible. Analitzarem des de dins l'engranatge de la indústria de la moda: marques, desfilades i tot el que li cal a una empresa de moda per a ser un cas d'èxit.

Dirigit a tot aquell qui vulgui emprendre en el sector de la moda, tant pel que fa a la creació d'una marca pròpia com oferint algun tipus de servei adreçat a marques. A aquelles persones que tinguin interès i curiositat per conèixer totes les tasques dins d'una empresa de moda, més enllà del disseny de col·leccions i estiguin interessades en descobrir el funcionament d'un mercat tant canviant i exigent.

Objectius

- Conèixer l'engranatge intern d'una empresa de moda i totes les tasques que s'han de desenvolupar per al seu correcte funcionament ja sigui des del propi equip o externalitzat.
- Conèixer els diferents canals de comercialització d'una marca de moda.
- Familiaritzar-se amb els canals de comunicació adients per a una marca de moda.
- Ser capaç de crear i dirigir una marca de moda.
- Ser capaç de desenvolupar conceptualment un discurs visual coherent que reforci una identitat de marca.
- Estar al dia amb els esdeveniments importants de la moda.
- Despertar i alimentar una sensibilitat envers la moda.

Continguts

Sessió 1,2,3,4,5:

- Creació de marca. Nom i registre.
- Tipologies de marca i tipologies de col·leccions.
- Marca pròpia (Joves dissenyadors), empreses mitjanes, luxe, *fast fashion*, *Prêt-à-porter*/alta costura.
- Identitat de marca (missió, visió, valors, filosofia) / *Branding*.
- *Target* / Mercat / Posicionament /Competència.

Sessió 6,7:

- Proveïdors, tendències i produccions.
- Costos / Marge /Finançament.

Sessió 7,8,9,10: Post col·lecció

- Calendari de la moda, fires.
- Desfilades.
- Producció visual/fotografia de moda (*lookbook*, *e-commerce*, campanya, *fashion film*...).
- Direcció Artística i proposta editorial.

Sessió 12,13,14:

- Comercialització: Canals de venda, fires, showrooms, comercial, B2B, B2C, omnicanalitat...).
- *Pop ups*, botiga pròpia, multimarca.
- *Shop online*: plataformes i continguts.
- Estratègies de venda a l'espai físic i campanyes multicanal.

Sessió 15,16,17:

- Com comunicar una marca de moda.
- PR interns VS showroom de comunicació.
- Nota de premsa.
- Estratègies de comunicació i canals.
- Xarxes socials.
- Newsletter.
- Màrqueting de moda.

Sessió 18,19,20:

- Crear comunitat.
- Esdeveniments, experiències i col·laboracions.

Metodologia

El curs es desenvoluparà amb l'exposició de tots els conceptes amb classes teòriques i suport visual que servirà d'exemple. L'alumnat aplicarà aquests coneixements en diferents exercicis que es desenvoluparan tant a la pròpia classe com a casa; alguns en grup i d'altres individuals.

Aquesta assignatura necessita de 2 hores setmanals aproximades de dedicació autònoma de l'alumnat per la realització de treballs i exercicis.

Avaluació

Avaluació continuada amb l'entrega dels diferents exercicis que s'encarreguen durant el curs. Mínim d'assistència 80% de les classes.