EMPRENDEDORES EN COMUNICACIÓN Y MODA (V EDICIÓN)

Datos básicos del Curso	Curso Académico	2017 - 2018
	Nombre del Curso	Emprendedores en Comunicación y Moda (V Edición)
	Tipo de Curso	Máster Propio
	Número de créditos	66,00 ECTS
Dirección	Unidad organizadora	Facultad de Comunicación
	Director de los estudios	Dª Concepción Pérez Curiel
Requisitos	Requisitos específicos de admisión a los estudios	Tendrán preferencia los alumnos Licenciados o Graduados de la Facultad de Comunicación: 1.Publicidad y RR.PP. 2.Periodismo 3.Comunicación Audiovisual Y en otras instancias: Dirección y Administración de empresas Arquitectura Bellas Artes Se admitirán Diplomados cuando la comisión académica lo estime oportuno.
	Requisitos académicos para la obtención del Título o Diploma	80% Asistencia Superar las pruebas propuestas durante el curso
	Criterios de selección de alumnos	
Preinscripción	Fecha de inicio	15/06/2017
	Fecha de fin	05/10/2017
Datos de Matriculación	Fecha de inicio	01/09/2017
	Fecha de fin	20/09/2017
	Precio (euros)	3.991,00 (tasas incluidas)
	Pago fraccionado	Sí
Ampliación de Matrícula	Fecha de inicio Ampliación	02/10/2017
	Fecha de fin Ampliación	05/10/2017

Impartición	Fecha de inicio	18/10/2017
	Fecha de fin	18/07/2018
	Modalidad	Presencial
	Idioma impartición	bilingüe
	Lugar de impartición	
	Prácticas en empresa/institución	Sí (extracurriculares)
Información	Teléfono	652856915
	Web	https://www.mastermodaus.com
	Facebook	
	Twitter	
	Email	modacomunicacion@us.es
Observaciones	ENTIDADES COLABORADORAS: Hotel Ribera de Triana, Mercedes-Benz Sevilla	

EMPRENDEDORES EN COMUNICACIÓN Y MODA (V EDICIÓN)

Objetivos del Curso

Objetivo General:

Ofrecer a Licenciados y Diplomados procedentes de distintos centros universitarios que comienzan su trayectoria profesional, una formación especializada en el campo de la Comunicación y la Moda y enseñarles las estrategias fundamentales para la creación de empresa en el sector.

Objetivos Específicos:

1.- Conocer la evolución de la moda a lo largo de la historia y su significado en la sociedad.

2.- Enseñar la redacción de los diferentes géneros periodísticos especializados en moda: crónica, crítica, reportaje, entrevista, o articulo de opinión en cada caso.

3.- Introducir al alumno en las técnicas de maquetación, diagramación y edición digital o impreso de una revista especializada en moda o de una sección dentro de un periódico de información general

4.- Adquirir una visión global de la industria de la moda y analizar el lugar que ocupa la comunicación en la estructura empresarial del entorno.

5.- Descubrir las posibilidades profesionales de licenciados y expertos en el ámbito de la Comunicación y la Moda (Periodista de Moda, Editor de Moda, Gabinete de Comunicación, Relaciones Públicas, Marketing, Fotógrafo, Estilista, Producción de Eventos, Cool Hunter)

6.- Analizar las estrategias básicas de creación de empresa mediante la realización de un plan adaptado a una empresa especializada en moda (agencias de comunicación, talleres de diseño, estudios de fotografía, organización de eventos...).

7. Cubrir la carencia de conocimientos del lenguaje técnico de moda en inglés.

8. Incentivar el uso de la lengua inglesa y del vocabulario técnico en un contexto real mediante la realización de practicas tuteladas en agencias de comunicación y talleres de diseño de moda en el ámbito internacional.

Competencias Generales

Conseguir que los alumnos alcancen un nivel de formación que les permita iniciarse en la creación de su propia empresa y equipo mediante el conocimiento de diferentes vertientes como la moda y la

comunicación.

Saber utilizar y organizar una agenda de fuentes del ámbito empresarial de la comunicación y la moda que facilite el trabajo en el sector.

Los alumnos serán capaces de editar una revista de moda mediante el manejo del sistema de producción y edición de textos.

Ser capaces de distinguir en una colección de moda la influencia de las etapas históricas relevantes de los siglos XX y XXI.

Reconocer las marcas de la moda en el cine y viceversa a partir de la visualización de la documentación impresa, audiovisual y digital.

Vincular las referencias del cine en la moda y viceversa mediante el análisis de documentación bibliográfica y audiovisual.

Adquirir las técnicas de redacción de géneros en el ámbito de la moda.

Conocer y desarrollar un glosario de fuentes especializadas equivalente al cuaderno del periodista y utilizarlas como tales en la aplicación práctica de géneros (entrevista, reportaje...).

Reconocer los tecnicismos propios del ámbito de la moda y saber aplicarlos a los diferentes géneros especializados.

Aprenderán a dirigir una agencia de comunicación especializada en moda conociendo su organización y estructura empresarial.

Conocer las técnicas de creación de empresa de fotografía, estilismo, personal shopper, cool hunter, organización de eventos...

Valorar la herramienta online como recurso positivo para agilizar la información, la producción, la venta (shop online) y la difusión del mundo de la moda (blogs, bitácoras...)

Sabrán calcular los beneficios y pérdidas en el proceso de creación de una empresa de moda.

Conocerán los holdings de moda más relevantes en la actualidad.

Conocer las limitaciones de los derechos y deberes establecidos para las creación de una empresa.

Conseguir un alto nivel de conocimiento de Inglés y especialmente de los tecnicismos propios del ámbito de la moda.

Comprobar si los conocimientos adquiridos demuestran en el contexto práctico un nivel aceptable en el uso del idioma.

Procedimientos de Evaluación

Asistencia, Pruebas, Trabajos

Comisión Académica

Dª. Concepción Madero Martín. Institución no universitaria - Eventos
Dª. Concepción Pérez Curiel. Universidad de Sevilla - Periodismo II
D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
Dª. Gloria Jiménez Marín. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura
D. José Luis Rojas Torrijos. Universidad de Sevilla - Periodismo II
D. Manuel Garrido Lora. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura

Profesorado

D. Juan Pablo Bellido Muñoz. EUSA- Comunicación
D. Víctor Manuel Cabello Sánchez. - Freelance
D. Francisco Javier Caro González. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
Dª. Sofía Clari Rodríguez. - Ego Cibeles
Dª. Fiona Ferrer Leoni. - Concep2all
Dª. Asunción Galván Álvarez. - Realización
Dª. Noelia García Estévez. Universidad de Sevilla - Periodismo II
D. Manuel Garrido Lora. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura
D. Francisco Javier González Castilla. - Comunicación y Moda
Dª. Rosario Izquierdo Martínez. - Dirección de medios
Dª. Gloria Jiménez Marín. Universidad de Sevilla - Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura
Dª. Aurora Labio Bernal. Universidad de Sevilla - Periodismo II
D. Sergio Luque Ortiz. - Agencias de comunicación
Dª. Concepción Madero Martín. - Eventos
Dª. Carmen Moruno Vera. - Derecho en moda
D. Ernesto Naranjo Pérez. - St.Martins College of Arts
Dª. María Luisa Notario Rocha. CEADE- Periodismo e Historia
Dª. Pilar María Pérez Curiel. - ASESORAMIENTO INTEGRAL DE EMPRESAS Y PARTICULARES
Dª. Concepción Pérez Curiel. Universidad de Sevilla - Periodismo II
D. Manuel Antonio Ramos Suárez. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
D. Carlos Javier Rodríguez Rad. Universidad de Sevilla - Administración de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados (Marketing)
Dª. María Salinas Vázquez. - Antonio García / IO Atelier
D. Carlos Manuel José Telmo Gracia. - Empresario y PR
D. Marco Antonio Torres Sánchez. - MUSEO DEL BAILE FLAMENCO
Dª. Camila del Carmen Velasco Basaure. - Freelance

Módulos/Asignaturas del Curso

Módulo/Asignatura 1. Sociología, Cultura e Investigación de Moda. Base Teórica y Documental

Número de créditos: 20,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: - Breve recorrido por la Historia de la moda del siglo XX.
- Conocimiento de las estrategias de investigación en moda: el portfolio
- La revista de moda, sus orígenes, estudios del género. El papel de la mujer en la moda: tópicos y estereotipos.
- Análisis Sociológico y Tendencias de la moda del siglo XX-XXI. Analizar el mundo de la moda a partir de los recursos que proporciona la Sociología.
- La importancia de la creatividad, la originalidad y la innovación aplicable a proyectos de moda, de comunicación y de creación de empresa.
- Grammar, writing, speaking, vocabulary sobre temas de moda (Nivel 1)

Asignaturas del módulo:
Sociología y Cultura de Moda.
Investigación sobre Moda.
Empresa y Moda.
Inglés.

Asignaturas del módulo:
Historia de la Moda y Origen de las revistas especializadas
Sociología y Tendencias

Fechas de inicio-fin: 18/10/2017 - 22/12/2017

Horario: Martes, Miércoles, Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 2. Estrategias de la Comunicación en Moda

Número de créditos: 20,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: 1. REDACCIÓN:

-Normas de la redacción periodística: prensa, radio, televisión e Internet.
- Áreas, secciones y bloques temáticos en los distintos medios de comunicación.
- La sección de moda
- Las fuentes especializadas en moda
- Criterios de clasificación de las fuentes
- Estrategias de periodistas y fuentes
- Géneros: informativos, interpretativos y opinativos.
- Estructura estilística y géneros.
- Lenguaje vulgar y especializado
- Tecnicismos
- Extranjerismos
- Siglas y Acrónimos
- Estudio de la imagen fotográfica
- Historia de la fotografía en moda
- Técnicas de la fotografía y tendencias actuales.

2. AGENCIAS DE COMUNICACIÓN:

- Organigrama
- Estrategias del gabinete de comunicación
- Convocatorias de eventos: nota de prensa, rueda de prensa, entrevistas...

Perfiles profesionales:
- DirCom
- Personal shopper
- Coolhunter
- Blogger
- Organizador de eventos
- Protocolo

3. PUBLICIDAD:
- La publicidad, fuente de financiación de los medios
- La publicidad, imagen corporativa
- La publicidad, eje de ventas de la empresa
- Marketing
- Visual merchandising
- Escaparatismo
- Empresas publicitarias

4. COMUNICACIÓN Y MODA ONLINE::
- Redes sociales
- Blogs
- Cuadernos de Bitácora
- Shop online
- Auge de los bloggers y su influencia en la moda
- Internacionalización de la marca
- El papel y la interrelación de los diversos sectores que intervienen en el proceso comunicativo: Prensa, Comuni-cación, Marketing, Publicidad, Relaciones Públicas, Eventos
- Fundamentos de la moda, la comunicación y el marketing.
- Técnicas y procesos de comunicación: contenidos, fuentes, géneros y lenguajes.
- Técnicas y procesos de producción publicitaria. La publicidad online.
- Perfiles profesionales vinculados a la moda.
- Composición de la imagen: los estilismos.
- La agencia de comunicación en el mundo de la moda.
- Organización de eventos: pasarelas, fashion weeks, backstage, agencias de modelos...

- Producción y edición de contenidos de moda.
- Grammar, writing, speaking, vocabulary sobre temas de moda (Nivel 2)

Asignaturas del módulo:
Redacción de géneros, uso de fuentes y lenguaje especializado
Empresas de comunicación y Perfiles Profesionales
Comunicación y Moda online
Publicidad
Inglés técnico

Asignaturas del módulo:
Redacción de géneros, uso de fuentes y lenguaje especializado
Empresas de comunicación y Perfiles Profesionales
Comunicación y Moda online
Publicidad

Inglés técnico

Fechas de inicio-fin: 09/01/2018 - 06/04/2018

Horario: Martes, Miércoles, Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 3. Empresa y Mercado en Moda

Número de créditos: 20,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: - Concepto de industria y tipología.
- Estrategias de creación e innovación de la empresa: producción, marketing y mercado.

- Holding, mediana empresa y pequeña empresa.
- Concepto y creación de marca: estrategias de imagen e internacionalización.
- Beneficios y pérdidas de la empresa.
- Estrategias de compra y venta de un producto.
- La competencia empresarial
- Subvenciones
- Perfil del emprendedor del siglo XXI
- El marketing en el ámbito de la moda
- Nuevas formas de venta online
- Técnicas de visual merchandising
- Estudios de demanda del consumidor
- El curriculum: portfolio
- La entrevista de trabajo
- Grammar, writing, speaking, vocabulary sobre temas de las empresas de comunicación y moda (Nivel 3)

Asignaturas del módulo:
Estructura y holdings de Empresas
Producción, Comunicación y Mercado
Empresa Online
Nuevas tendencias en la creación de empresas
Empresas de Comunicación y Moda
Patentes y marcas
Arquitectura y moda: nuevos formatos del espacio

Asignaturas del módulo:
Estructura de Empresas
Producción, Comunicación y Mercado
Empresa Online
Emprendedores. Nuevas tendencias en la creación de empresas
Empresas de Comunicación y Moda
Visual Merchandising

Fechas de inicio-fin: 18/04/2018 - 18/07/2018

Horario: Martes, Miércoles, Jueves
En horario de tarde

Módulo/Asignatura 4. Trabajo Fin de Máster

Número de créditos: 6,00 ECTS

Modalidad de impartición: Presencial

Contenido: 1. La empresa y su tipología 2. Las agencias de comunicación 3. El taller de diseño 4. El gabinete de crisis 5. Beneficios y pérdidas 6. Internacionalización de la marca 7. Holding empresariales - La mediana y pequeña empresa 8. Perfiles profesionales en el mundo de la comunicación y la moda 9. La especialización en los medios de comunicación de moda 10. Suplementos y revistas especializadas 11. Conocimientos jurídicos en el plano empresarial 12. La figura del emprendedor La estructura y metodología del Trabajo Fin de Máster requiere el aprendizaje de los siguiente aspectos: - Definición de hipótesis, objetivos y actividades. - Elaboración de un índice detallado con todos los puntos. - Diseño metodológico y análisis aplicado. - Marco conceptual. - Objeto de estudio - Documentación y bibliografía teórica del objeto de estudio. - Estrategias del análisis de contenido. - Diseño de encuestas y entrevistas personales.

Asignaturas del módulo:

Fechas de inicio-fin: 01/07/2018 - 18/07/2018

Horario:

Observaciones

ENTIDADES COLABORADORAS:
Hotel Ribera de Triana, Mercedes-Benz Sevilla