

Comunicación de moda



Luis Andrés Miranda

Descripción

Los estudiantes del curso “Comunicación de moda” comprenderán elementos básicos sobre la forma de comunicar moda, entendiendo ésta como un fenómeno cultural complejo que transmite mensajes potentes a través de la imagen. Por medio de estudios de casos, encargos prácticos y análisis de medios, los participantes descubrirán herramientas fundamentales para transmitir con claridad un contenido de moda específico.

Objetivos

Definir el concepto de moda y sus características particulares como industria; analizar conceptos claves de 2018.

Establecer la identidad y valor de una marca e integrar estos elementos al discurso comunicacional en general y en los medios.

Identificar y analizar el rol de los medios en la generación de tendencias.

Conceptualizar aspectos esenciales de la comunicación de una marca en publicidad.

Caracterizar la situación actual de los medios de comunicación, los desafíos que propone y el impacto en la moda.

Programa

Siempre hemos escuchado que la moda y la forma en que nos vestimos son una manera de comunicarnos. ¿Por qué? ¿Cómo la moda es este complejo sistema que, en esencia, es comunicación pura y dura?

1. La moda hoy

- Qué es la moda?
- Particulares características de la moda como industria.
- Análisis de la contingencia de moda.
- Conceptos claves de la moda en 2018 y cómo repercutieron en los mensajes de las marcas.

2. Comunicación de marca

- Identidad y valores de marca e integración en el discurso comunicacional.
- Logo, productos, packaging, vitrinas ¿Cómo comunican?
- Marca y comunicación con medios. ¿Cómo se conectan ambos mundos?
- Encargo de ejercicio práctico.

3. Medios

- Revisión encargo clase anterior.
- El lugar y papel de los medios en el eslabón de la creación de tendencias.
- Cómo elaborar un review o revisión de pasarela.
- Plataformas digitales vs plataformas en papel. Diferencias, similitudes, sinergias.
- Encargo de ejercicio práctico.

4. Publicidad

- Revisión encargo clase anterior.
- Comunicación subrepticia. La sola imagen como soporte comunicacional.
- Análisis casos exitosos de comunicación de marca.
- Nuevas herramientas publicitarias.

5. Hacia donde vamos

- La revolución de internet. ¿Ahora qué?
- La crisis de los medios tradicionales y su impacto en el sistema moda.
- Generación Z, el futuro de la moda.
- Cierre con charla de invitado especial.

Fechas y Horarios

10, 17, 24, 31 (clase doble) de Enero

19:00 a 21:00 hrs.