

POLITÉCNICA



REVISTAS
SHOWROOMS
FOTOGRAFIA
TV BLOGS

REVISTAS
SHOWROOMS
FOTOGRAFIA
TV BLOGS



marie claire

Fun
dis
ma

asociación creadores
de moda de españa

APM
Asociación de la Prensa de Madrid
Fundada en 1966

FUNDACIÓN FERNANDO DE CASTRO
Fundada en 1992

II edición Curso de
PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN
DE MODA

FUNDISMA. CENTRO SUPERIOR DE DISEÑO DE MODA.
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID Y MARIE CLAIRE

II EDICIÓN

CURSO DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN DE MODA

En esta edición se incrementan las horas de clase y se invitará a expertos internacionales. Gilles Lipovetsky ha confirmado su presencia. (Estas charlas serán en inglés). Después de cada módulo, se organizarán mesas redondas para debatir sobre cuestiones de interés. Se organizarán concursos entre los alumnos para fomentar la excelencia y el trabajo. Los ganadores publicarán sus trabajos en Marie Claire.es

Duración:

270 horas

- 164 teórico-prácticas
- 30 horas memoria fin de curso
- 8 horas de visitas
- 3 horas CMFW (septiembre)
- 65 horas mínimo de prácticas en empresas de moda

Prácticas en Marie Claire, agencias de comunicación de moda y otras empresas colaboradoras del curso, según disponibilidad. En la I edición se propusieron 28 puestos de prácticas de distinta duración

Fechas:

Del 3 de febrero al 30 de junio de 2011

30 de septiembre 2011: entrega de proyecto final

Horario:

Jueves y Viernes, de 16.30-20.30.00 horas

Lugar:

Fundación Fernando de Castro

Calle San Mateo 15

Madrid

Precio:

3.100 euros

Información e inscripciones

Virginia Sánchez Rucabado

De lunes a viernes de 12.00 h. a 14.00 h.

Martes tarde de 16.00 h. a 18.00 h.

master.csdmm@upm.es

comunicación.csdmm@upm.es

Tel. 91 3310126

Plazas limitadas

EMPRESAS E INSTITUCIONES COLABORADORAS

ACME - ALMA AGUILAR -
ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE
MADRID - ASECOM - CIA DE LA
MODA - CIBELES MADRID FASHION
WEEK - DAVIDELFIN - DEVOTA &
Lomba - ELIO BERHANYER -
ENFEMENINO.COM FERIA DE
MADRID - FUNDACIÓN LOEWE -
HOLA.COM - INDUYCO - MANGO
- MODA ESPAÑA - MUSEO DEL
TRAJE - PETRO VALVERDE -
REVISTA DE LA UPM - REVISTA
MARIE CLAIRE - SARA NAVARRO -
SIMM - SU MISURA

SEDE FUNDACIÓN FERNANDO DE CASTRO



FUNDISMA. CENTRO SUPERIOR DE DISEÑO DE MODA.
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID Y MARIE CLAIRE
II EDICIÓN
**CURSO DE PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN DE MODA**

Un enfoque internacional para formar profesionales en una era de información globalizada

ORGANIZACIÓN

FUNDISMA. CENTRO SUPERIOR DE DISEÑO DE MODA

Universidad Politécnica de Madrid

MARIE CLAIRE

DIRECTORAS

Patricia González Aldea

Dra. en Ciencias de la Información. Periodista especializada en moda.
Colaboradora en la web: parasaber.com/estilo/moda

Joana Bonet Camprubí

Directora de la revista Marie Claire

COMITÉ ACADÉMICO INTERNACIONAL

- **Presidente: Gilles Lipovestky.** Sociólogo francés, teórico de la moda en la sociedad contemporánea
- Manfredi Ricca. Director General de Interbrand Milán y experto en lujo
- Enrique Loewe. Presidente de la Fundación Loewe

COMITÉ DE PROFESIONALES DE LA MODA

- **Presidente: Modesto Lomba. Presidente de la Asociación de Creadores de Moda de España**
- Miguel Muñoz-Yusta, Presidente de la Fundación Fernando de Castro
- Enrique Campos. Director de Moda de Marie Claire
- Elio Berhanyer. Diseñador de moda
- Amaya Arzuaga. Diseñadora
- Sara Navarro. Diseñadora de moda
- Ángel Asensio. Presidente de ASECOM
- Nuria de Miguel. Jefa de Prensa de Cibeles Madrid Fashion Week

COMITÉ DE PROFESIONALES DEL PERIODISMO

- **Presidente: Fernando González Urbaneja. Presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid**
- Isabel Vaquero. Redactora Jefe de Moda de Marie Claire.
Miembro del comité científico que fundó el Museo del Traje
- Jesús M^a Montes-Fernández. Periodista de moda RTVE
- Damian Santamaria. Publisher Director "Sublime Magazine"
- Raquel Sáez. Subdirectora de hola.com
- Jorge Segado. Director General del portal en femenino.com

PRESENTACIÓN

La moda es un fenómeno social, pero es además un importante sector de la economía mundial y nacional. Por su propia naturaleza y como significativo factor de cambio, la moda puede estar al frente del desarrollo de la Cultura de la Innovación, la cual debe abarcar no solo los procesos de creación y producción, sino también las estrategias de comercialización y comunicación del producto.

En dichos procesos, la formación de profesionales expertos en periodismo de moda contribuirá sin duda, mediante la adecuada comunicación del fenómeno, a situar el sector de la moda en el lugar que le corresponde tanto desde el punto de vista económico, como social y cultural.

OBJETIVOS DEL CURSO

- Proporcionar una sólida formación teórico-práctica impartida por reconocidos profesionales del Sector, del ámbito académico y de los medios especializados.
- La profesionalización de la información sobre cualquier aspecto relacionado con la comunicación del fenómeno la moda.
- La formación de expertos en periodismo de moda en los diferentes campos de los medios de comunicación (prensa, revistas, Internet, televisión, agencias de comunicación especializadas), capaces de crear su propia herramienta de comunicación de moda como salida profesional.

DESTINATARIOS

Licenciados en Ciencias de la Información, Diseño de Moda y otras titulaciones que quieran encaminar su futuro profesional hacia el ámbito de la comunicación de la moda.

Profesionales del sector que deseen mejorar la eficacia comunicativa de su empresa de moda, así como sus relaciones con los medios especializados.

Profesionales no titulados, pero con experiencia demostrable en el sector, que busquen esta formación complementaria específica para su trabajo actual.

I. Historia y sociología de la moda

Sociología y Teoría de la moda
Historia del traje
Materias y procesos del diseño de moda
Historia de la moda en el siglo XX
Moda y Alta Costura

II. Marketing de moda

Mercado de la moda y grupos empresariales
Agenda de la moda: Pasarelas
Marketing de moda
El sector del lujo y la imagen de marca
Códigos publicitarios
El mercado cosmético y de los perfumes

III. Periodismo de moda

Géneros periodísticos y moda
Nomenclatura del vestido
La crítica de moda
El reportaje de moda
Moda en Internet
Periodismo 2.0 Blogs y redes sociales

Taller de periodismo de moda.

Directora **Isabel Vaquero**.
Redactora Jefe de Moda de **Marie Claire**

IV. Estilismo de moda

Moda y tendencias
Asesoría de imagen
Estilismo de moda I: bodegones
Fotografía demoda
Estilismo de moda II: editoriales
Personal shopper
Case Study: Realización de una producción de moda

V. Comunicación de la moda

Comunicación en empresas de moda
La comunicación de la marca desde el showroom
Comunicación de eventos de moda: Cibeles
Madrid Fashion Week
Comunicación en Internet: Community Manager

VI. Moda sostenible

Ética y moda
Moda y Responsabilidad Social Corporativa
Moda sostenible
Case Study: "Style Wars"

PROFESORADO

Silvia Alexandrowitch

Periodista de moda y articulista de Marie Claire

Ángel Asensio

Presidente de ASECOM, FEDECON y del Consejo Intertextil español

Agnes Bonet

Estilista y encargada de prensa y comunicación

Clara Isabel Buedo

Asesora de imagen y personal shopper

Enrique Campos

Director de Moda de Marie Claire

Xavier Carbonell

Economista. Director de R.S.C. de MANGO

Lucía Cordeiro

Directora ejecutiva de ACME

Victoria Ducournau

Experta en marketing digital

Diana Fernández

Diseñadora escénica. Profesora de Historia y Teoría del Traje en el CSDMM, Universidad Politécnica de Madrid

Ariadna Ferret

Editora y creadora de Fashionisima.es

Agneta Forsberg

Asesora de imagen

Rafael García Lozano

Director de Prensa y director comercial de Cía de la Moda

Juan Carlos Gaudi

Director creativo en GPS (Grupo G+J, www.grupogyj.es)

María Giraldo

Consultora de moda. European fashion editor para FutureClaw. Co-editora del blog demodé showroom

Carlos Puig

Fashion Consultant. Diseñador de calzado

Martina Hooper

Coordinadora de la Campaña Ropa Limpia SETEM Madrid y Castilla La Mancha

Germán Jiménez

Fundador de la agencia SU MISURA y experto en tendencias

Gilles Lipovestky

Sociólogo francés, teórico de la moda en la sociedad contemporánea

Laura Luceño

Doctora en Filología. Profesora del CSDMM, Universidad Politécnica de Madrid

Lucina Llorente

Especialista textil

Luis Malibrán

Fotógrafo de publicidad y moda

Pedro Mansilla

Sociólogo, periodista especializado en temas de moda

Cristina Maraldés

Experta en Gestión de Comunicación, Relaciones Públicas y eventos en el área de Moda.

Responsable de comunicación de Ethical Fashion Forum

Jesús M^a Montes-Fernández

Periodista especializado en moda y cosmética

Nuria de Miguel

Jefe de Prensa de CIBELES MADRID FASHION WEEK/IFEMA

Ángela Ortiz

Directora de comunicación de Devota & Lomba

Pablo Pena González

Historiador del Traje

Raquel Sáez

Subdirectora de hola.com

Raquel Sánchez

Directora de Comunicación y Relaciones Públicas de Davidelfin

Jorge Segado

Director General del portal enfemenino.com

Araceli Segura

Directora de Arte de Marie Claire

Isabel Vaquero

Redactora Jefe de Moda de Marie Claire. Miembro del comité científico que fundó el Museo del Traje

Noemí Vázquez Rosselli

Personal shopper. Colaboradora de Gentleman

Fernando Velasco

Doctor en Filosofía. Profesor de la Universidad Rey Juan Carlos.

Director de la Cátedra de servicios de Inteligencia y Sistemas democráticos



POLITÉCNICA



Fun
dis
ma



ddi
Sociedad estatal para el desarrollo
del diseño y la innovación

marie claire

asociación **creadores**
de moda de **españa**

