

Postgrado en  
**Gestión de Moda**



**Product  
Management**

**Design**

**Fashion  
Styling**



# índice

Presentación

Objetivos y salidas profesionales

Expertos y profesorado

Programa académico

Información de interés

Admisiones

# presentación

El mundo de la moda no se agota en los diseñadores. Sustentando cada marca, cada colección, cada publicación y cada evento hay un grupo de profesionales de distintos perfiles que aportan su know-how a la cadena industrial de la moda y vuelcan su capacidad de innovación en diferentes ámbitos: Diseñadores, product managers, estilistas.



A través de este postgrado, podrás acceder a una formación integral sobre dicha industria, no solo comprendiendo la gestión de la moda, sino con la creatividad como punto de partida y referencia para toda producción.

Para lograr este conocimiento multidisciplinario, el postgrado apuesta por combinar las clases presenciales con visitas a empresas vinculadas al programa (talleres, ateliers y diseñadores locales) y a eventos de interés en la ciudad, así como entablar contacto con profesionales y compañías de prestigio que respalden la visión de los proyectos finales.

# dirigido a

— Profesionales que tienen un proyecto de marca y buena base empresarial, pero no disponen de suficiente información sobre el sector Moda y sus propias dinámicas.

— Graduados en periodismo y publicidad, RRPP, sociología, Bellas Artes, comunicación y marketing.

— Graduados en diseño de producto, interiores o gráfico, product managers.

— Profesionales interesados en introducirse, profundizar y actualizar conocimientos en las distintas especialidades en el ámbito de la moda.

— Recién graduados de distintos niveles que conocen los procesos de producción, pero desean actualizarse en los nuevos procesos industriales, en la detección de tendencias y en el estilismo de moda.

— Profesionales del mundo de la Moda que desean mejorar la definición y promoción de la marca, la comunicación y el marketing empleando todo el potencial de las tecnologías digitales.

— Estudiantes y profesionales que no provienen del sector Moda y desean introducirse desde el inicio, para un cambio de orientación laboral o aplicar nuevos conocimientos.



# objetivos

- Adquirir un conocimiento integral, aunque no por ello superficial, sobre los diferentes procesos de la industria de la moda, especialmente para estudiantes y profesionales que no provengan del sector
- Determinar los diferentes elementos que constituyen una marca de moda, desde el target, los segmentos del mercado y la adaptación de las creaciones a las tendencias previstas.
- Estar al día con las últimas tendencias en líneas, texturas y colores y poder identificar los mecanismos de cambio de la industria.
- Desarrollar investigaciones creativas en un Proyecto.
- Aprender el proceso de desarrollo de una colección.
- Llevar adelante investigaciones técnicas a nivel de patronaje y fitting.
- Adquirir los conocimientos y las habilidades necesarias para gestionar de manera óptima la imagen que se pretende transmitir en cada uno de los ámbitos de la moda.



- Gestionar todas las fases de un proceso creativo en moda, desde la ideación inicial a la realización.
- Conocer la historia de las tendencias y proyectar sus posibilidades futuras (coolhunting)
- Aprender a organizar acciones y eventos de moda en diferentes tipos de plataformas.
- Identificar los diferentes roles de la industria y comprender su vinculación con el consumidor final.
- Proponer estrategias de presentación, venta y distribución comercial.
- Comprender el sistema de comunicación de los productos del ámbito de la moda.

# sortides professionals



- Diseño de moda.
- Estilista.
- Visual Merchandiser.
- Periodismo de moda. Editor de moda.
- Product Manager.
- Consultoría/asesoría de moda, marketing y retail.

# Expertos y profesorado

## **Albert Villagrasa**

— Director creativo en Antonio Miró

## **Zazo & Brull**

— Diseñadores

## **Dani Fuentes**

— Experto en comunicación

## **Jaume Vidiella**

— Estilista

## **Alex Agulló, director**

— XXL Comunicación

## **Dani G Elizondo**

— Estilista

## **Gemma Armengol**

— White Line Showroom

## **Dirección:**

## **Núria Mora**

— Fashion consultant

— Diseñadora y asesora 080 Barcelona Fashion

## **Carole Touati**

— LELOOK

## **Piluka de Echegaray**

— Personal Shopper Deluxe

## **Miquel Malaspina**

— Experto en Estilismo y Creatividad

## **Francesca Tur**

— Tendencias TV

## **Carlos Vidal**

— Social Media Equipo Singular

## **Santi Mallorquí**

— Organic Cotton Colours

## **Jesus Andres**

— Celebrities y Influencers

## **Brand Partner:**

## **ANTONIO MIRO**

# programa académico

## Basado en tres bloques:

A. **Módulo transversal:** Base de conocimiento general del CIRCUITO DE LA MODA.

B. **Módulo de Especialización:** Proyecto final de Postgrado. Portfolio y Shooting:

- Especialidad en Product Management y Diseño
- Especialidad en Tendencias y Fashion Styling

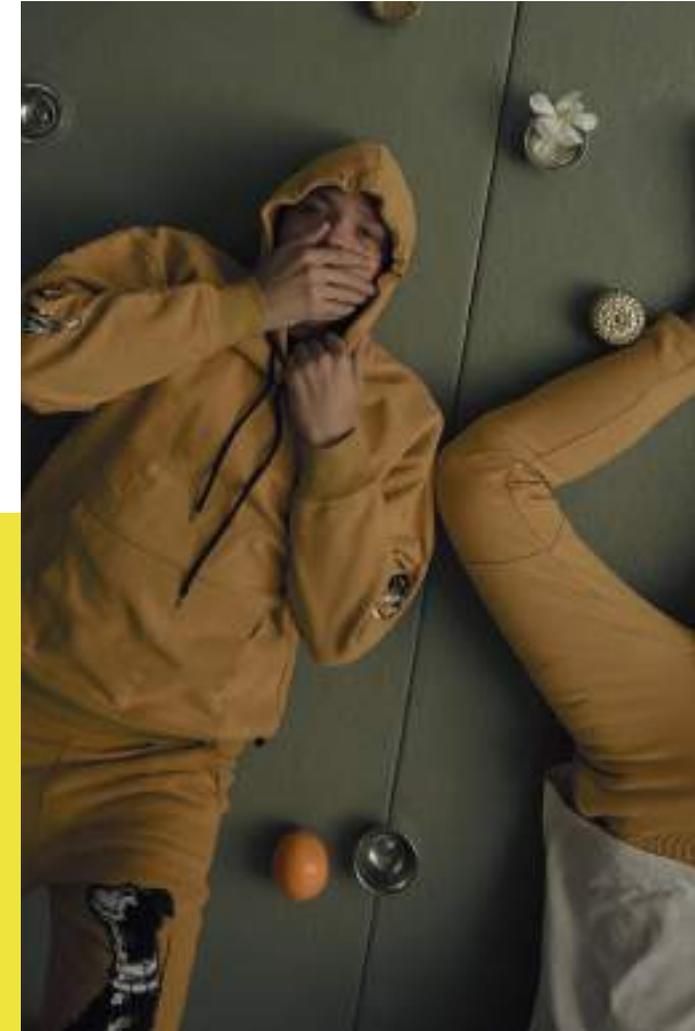
C. **Módulo de profundización** en cada una de las 5 áreas específicas del ámbito Moda:

## Área de Estudio 1: Tendencias y Branding

A. Introducción: Una mirada a la historia de las tendencias hasta la llegada del pret à porter.

B. Investigación inicial: .El proceso de creación de una marca:

- El concepto y La marca
- A quién se va a dirigir mi marca?:
  - Análisis del target
  - Segmentos de mercado
  - Previsión de Tendencias(coolhunting)Introducción



# programa académico

## Área de Estudio 2: Inmersión en la colección

Procesos y timings en la creación de una colección, producción y servicio.

### 1. Investigación creativa:

- Concepto y estilo, estudio de las tendencias i del color.
- Revisión de colecciones de Prêt à Porter mujer y hombre., infantil y premamá.
- Baño, Lencería y activewear. Alta costura, novias y ceremonia.
- Inspiración: Moodboard , cuaderno de bocetos y materiales
- Materiales y procesos sostenibles y cuidado del medioambiente. Trazabilidad de la prenda.

### 2. Investigación técnica:

- Introducción al patronaje y fitting, tallas, adaptaciones y fichas técnicas.
- Estudio de estampados y diseño gráfico. Exclusivas.
- Tejidos a la plana y circular. Nomenclaturas.



# programa académico

## Área de Estudio 3: Comunicación y marketing

- Plan de Comunicación
- Showroom de colecciones.
- Acciones y eventos de comunicación.
- Plataformas de moda. Pasarelas y Eventos
- Relación con los medios y publicidad.
- Relación con Líderes de Opinión: Celebrities, Vips, Bloggers..
- Relaciones Institucionales
- Ruedas de Prensa. Notas de Prensa.
- RRPP en Presentaciones y Pasarelas
- Protocolo y Sitting en Presentaciones y Pasarelas
- Photocall
- Sponsoring

### Profesionales que convergen

1. Agencias de comunicación y RRPP.
2. Editor de Moda: La Editorial de Moda y búsqueda de últimas tendencias.
3. Periodista: El Reportaje y la investigación de las Noticias en Moda para medios gráficos, digitales o TV.
4. Influencer/Blogger: Coolhunter y personalización de las tendencias.
5. Community Manager:
  - 5.1. Dinamización, interacción con consumidor final.
  - 5.2. Acciones de fidelización, concursos, sorteos.



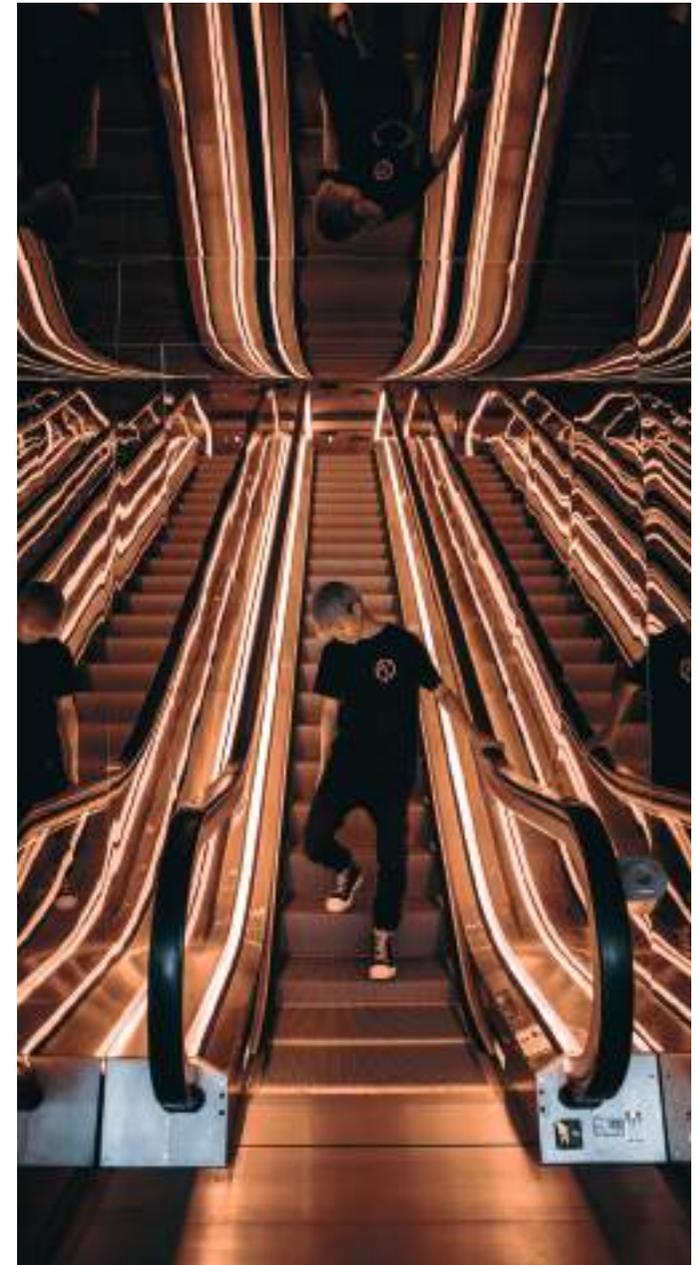
# programa académico

## Plataformas y eventos

- Como se estructura una plataforma de promoción
- Contenidos:
  - Pasarela
  - Area comercial i Showroom
  - Actividades paralelas: Exposiciones, concursos, conferencias..
  - Colaboraciones e instituciones: Patronales, ongs, escuelas..
  - Programa OFF
- Equipos de trabajo

## Área de Estudio 4: Estilismo

- Referentes Históricos.
- Historia de la fotografía.
- Proceso creativo. Temática y localizaciones.
- Dirección de arte. Plató, puesta en escena.
- Agencias de modelos y coordinación de Casting.
- Estilismo para la comunicación audiovisual y digital: Editoriales de moda, shootings publicitarios, E-commerce. Televisión.
- Estilismo para pasarela, fashion films.



# programa académico

## Área de Estudio 5: Área comercial

### 1. Distribución de Colecciones:

- Estrategias de presentación y venta: Ferias Internacionales, Showrooms, Retail, distribuidores, cadenas.
- Ferias de moda. Retail. ICommerce y sistemas omnicanal.
- Internacionalización, E-commerce. APP's y Outlets específicos.

### 2. Presentación de colecciones y los profesionales que convergen:

- Creadores y firmas
- Director de arte
- Modelos
- Agencias y Bookers
- Fotógrafo de Moda
- Estilista
- Peluquería y Maquillaje
- Visual Merchandising

### 3. Diversificación: Segundas líneas

- Innovación: Búsqueda de nuevas fórmulas. Globalización de la moda. Crowdfunding y innovación en la financiación y distribución de producto.
- Formación y orientación laboral.



# información de interés

## Calendario y horarios

### Dates de classes

- Edición Otoño: de Octubre a Febrero
- Edición Primavera: de Marzo a Junio

### Horario (Presencial)

- Tardes alternas de 18:30h a 21:45h

## Localización

- EATM, Escuela de Artes y Técnicas de la Moda  
Paseo de Gracia 114 pral.  
(Barcelona)

## Idioma

- Castellano/Catalán

## Créditos

- 30 ETCS

## Acceso

- Graduados universitarios, técnicos superiores de ciclos formativos y profesionales.

## Posibilidad de máster

Es posible obtener un diploma de Máster si se complementa este postgrado con cualquier otro de los postgrados de especialización EATM y ESDi:

- Postgrado en Comunicación, Marketing y Promoción de Moda
- Postgrado en Diseño de Baño, Lencería y Activewear

## Becas

- a) 10-20% Beca de colaboración



ADMISIONES ESDI/ EATM  
(+34) 93 416 00 00  
info@eatm.com  
eatm.com

