

JUSTIFICACIÓN

El mundo contemporáneo en el sector creativo requiere nuevos Directores y Artistas que dominen todos los recursos técnicos y expresivos (visuales, audiovisuales, digitales, interactivos y otros), ejercitados en un ambiente de experimentación e innovación constante, con una formación académica integral, un entrenamiento real y una perspectiva internacional que sólo la formación profesional (Universitaria) de Diseño en sus diferentes espacios y campos de acción puede ofrecer; teniendo en cuenta la alta multidisciplinariedad que converge en esta profesión. Con el objetivo de formar a profesionales, consultores, gerentes e investigadores, sobre los conceptos en la era digital, el nuevo consumidor, sus diferentes herramientas enfocadas en dar respuesta a los cambios acelerados que tiene el sector, métricas de monitoreo, analítica Web 2.0, SEO y SEM, experiencia de marca desde el punto de venta y la comunicación visual desde piezas graficas (fotografía) hasta aplicaciones en retail logrando así desarrollar planes estratégicos completos que abarquen todos los campos para posicionar una compañía, página, marca, ventas o relacionamiento con los usuarios desde un entorno macro.

DIPLOMADO

MARKETING DIGITAL Y DIRECCIÓN CREATIVA

Diseño y Administración de Negocios para la Moda.

ESTRATEGIAS PEDAGÓGICAS

- Conferencias magistrales sobre cada tema
- Proyección de videos
- Estudio de casos
- Desarrollo de talleres de aplicación
- Sustentación de trabajos finales.
- Desarrollo de producto, y sustentación
- Lecturas previas
- Confrontación de ideas - Discusión y reflexión sobre los temas
- Puesta en común de los logros
- Guías-talleres entregadas por el Docente
- Desarrollos prácticos creativos

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Asistencia mínima del 80% a cada uno de los módulos.
- Nota aprobatoria mínima de 3,5 para cada módulo.
- Entrega y Sustentación del producto final "PROYECTO" con normas APA, concertado con los estudiantes y el docente líder.
- Trabajo final evaluado con nota mínima final de 3,5.
- La Nota Definitiva Final se obtendrá del ponderado de las notas definitivas de cada módulo y la del trabajo final.

FORMA DE PAGO

- Efectivo o financiación FESC (2 cuotas)
- Consignación en la cuenta de ahorros FESC de Bancolombia No. 61765706096
- Crédito con PICHINCHA, COOPFUTURO, COOMULTRASAN, etc.

CONTENIDO TEMÁTICO

80 horas presenciales
40 horas de trabajo autónomo.
Total horas: 120 horas

COMPETENCIA GENERAL

Lograr que el estudiante adquiera un conocimiento adecuado de los costos, métodos y tiempos de la producción, con el fin de que puedan orientar los procesos de sus prendas.

MÓD 1 MARKETING DIGITAL

Duración: 30 horas

- Introducción a Marketing digital.
- Modelos de negocio digital - Definición de Proyecto transversal.
- Experiencia de cliente y experiencia de usuario Web y Móvil.
- Digital Awareness: SEO Como posicionamiento digital.
- Marketing en estrategia de contenidos.
- E-commerce como modelo de negocio.
- Medición, analítica y ROI digital.
- Plan de marketing digital.

Docente: Olga Lucía Hernández

MÓD 2 FOTOGRAFÍA CONCEPTUAL Y DE EDITORIAL

Duración: 20 horas

- Reseña histórica de la fotografía de Moda Contemporánea: Revistas y fotógrafos.
- Dirección de Modelos
- Book para modelo: Conceptos esenciales, esquemas de iluminación y escenografías.
- Styling
- Realización de un styling para beauty
- Realización de un styling para editorial
- Fotografía de Beauty: Conceptos esenciales y esquemas de iluminación.
- Editorial de Moda: Conceptos esenciales y esquemas de iluminación.
- Práctica de Editorial.

Docente: Castel Diaz

MÓD 3 VISUAL MERCHANDISING Y EXPERIENCIA DE COMPRA

Duración: 30 horas

- La Vitrina
- Visual Merchandising
- Perspectiva de Marca y Consumidor

Docente: Irene García Calvo



DOCENTE

CASTEL DIAZ

Maestro en Bellas Artes y Especialista en Fotografía de Moda y Publicitaria de la escuela FotoDesign en Buenos Aires, Argentina. Ha publicado en revistas como Catalogue, M;/P Magazine de París, W25 Magazine de Nueva York, CHEW Magazine de Sur África, Hairissue e ItFashion de Barcelona, entre otras. Es fundador y director de la revista web Castel Magazine, la cual rinde culto a la Moda Avant-Garde.

IRENE GARCÍA CALVO

Diseñadora Industrial de la Universidad de los Andes con doble titulación en Marketing y Comunicación de Moda de La Salle College. Experiencia de 6 años en áreas de Diseño Gráfico, Mercadeo, Compras, Comercial, Vitrinismo, Periodismo y Relaciones Públicas. Políglota y creativa con alta capacidad de liderazgo, interesada en promover un ambiente laboral amable para lograr, por medio del trabajo en grupo, los resultados y las metas propuestas.

OLGA LUCÍA HERNÁNDEZ VEGA

Máster en E-learning y Redes Sociales de la Universidad de la Rioja en España. (Trámites de grado). Comunicadora Social y Periodista con énfasis en Medios Audio Visuales de la universidad Sergio Arboleda. Con experiencia laboral en el área de la educación como docente en la modalidad presencial y virtual con mas de seis años de experiencia.

FECHA

MÓD 1 - MAC C 205

Del 27 de junio al 7 de julio de 2017

MÓD 2 - C 201

Del 10 al 14 de julio de 2017

MÓD 3 - 202

Del 24 al 29 de julio de 2017

HORARIO

De 18:00 a 22:00 Horas