

CURSOS ESPECIALIZADOS

**Marketing
y Comunicación**
en Empresas
de **Moda y Belleza**

Aprende **estrategias, técnicas y acciones** de marketing y comunicación, necesarias para especializarte en un sector en continua **evolución**.

 **HESIC**
BUSINESS & MARKETING SCHOOL

Impulsamos tus desafíos

INTRODUCCIÓN

Si hablamos de los sectores que mayor evolución y profesionalización han tenido en el siglo XXI, probablemente hablemos de internet y, en cuanto a productos tangibles o no, del sector de la moda y la belleza, tanto en su versión gran distribución como en la del lujo. Y todo gracias a las marcas nacionales y al impulso que han proporcionado las marcas y empresas multinacionales.

El nuevo escenario de gran competencia, globalización y una mayor tendencia hacia la búsqueda de lo exclusivo, del lujo, plantea nuevas exigencias y desafíos para todos los que forman parte de este sector, desde los *coolhunters*, diseñadores y profesionales de marketing, pasando por los periodistas y comunicadores, hasta la propia industria y su distribución.

En la actualidad, en España, tras la gestión de una grave crisis económica, para los profesionales del marketing y la comunicación de las empresas de moda y belleza, gestionar de forma profesional la comunicación de las marcas y productos que representan requiere conocer, no sólo el propio sector y su funcionamiento, sino también las estrategias más eficaces para lograr los objetivos deseados por la empresa.

A todo esto, hay que sumar las características y comportamientos del consumidor de los productos/servicios de este sector, que hoy en día ponen de manifiesto nuevos valores y usos por los que se mueven y comunican, de ahí el auge de las plataformas 2.0, 3.0 y de la tendencia a tener un consumidor más informado y conocedor de todo lo que sucede en este mundo.

Este curso especializado aborda, desde un sentido práctico, todos los temas anteriormente mencionados y fomenta el *networking* o las relaciones e intercambio de opiniones y experiencias con profesionales de referencia, que aportan una visión del presente y del futuro en este sector.

FACTORES CLAVE

- Actualización de conocimientos y acciones cotidianas y reales que se llevan a cabo en empresas de este sector: la toma de decisión de los directivos expresada en casos reales.
- El marketing y la comunicación para el presente y el futuro de estas empresas. Su comportamiento durante este periodo de crisis después de la bonanza económica de los años anteriores, que se augura no se repetirá en menos de 5 años. Qué modelo de marketing y comunicación deben llevar a cabo en el futuro.
- Aprender las estrategias, técnicas y acciones necesarias para poder operar o trabajar en estos sectores en continua evolución.
- Análisis y estudio de casos prácticos reales y actuales de empresas de ambos sectores.
- Posibilidad de relación e interacción con compañeros, profesores y profesionales con gran experiencia en estos sectores y fomentar un *networking* que nos ayude en nuestra trayectoria profesional, a través de la puesta en común de experiencias que nos aporten valor y, de esta forma, enriquecer nuestro know-how.

OBJETIVOS

- Aportar una visión del mercado: ante la esperada superación de la crisis y la recuperación de la falta de inversiones, soluciones imaginativas y conscientes. Hacia dónde se dirige el futuro. Mercado universal.
- Aplicación, desde el sentido común, de técnicas de marketing y de comunicación adaptadas a estos sectores, tanto en el sector moda como en el de la belleza, en el *mass market* (gran distribución) o en el mercado del lujo. Incorporación del sector de los Institutos de Belleza, Clínicas o SPAS.
- Dar una visión más amplia de estos mercados y las posibles interacciones con otros sectores.
- Aprender del conocimiento de líderes de opinión y profesionales de estos sectores, así como del intercambio de opiniones entre los alumnos.

PÚBLICO OBJETIVO

- Profesionales de los sectores de la moda y la belleza que quieran actualizar sus conocimientos.
- Profesionales que quieran cambiar de sector y trabajar en estos mercados.
- Assistant product managers, product managers, responsables de marketing/comunicación, brand managers,...

En definitiva, está dirigido a profesionales de los departamentos de marketing y comunicación o de cualquier otro área/departamento, interesado en reorientar su carrera profesional.

PROGRAMA*

1. Organización:

- Mercado:
 - Panorama y evolución de los sectores de Moda y Belleza en España.
 - Retos en crisis y fuera de ella. Organizaciones empresariales: la belleza tradicional, los Institutos de Belleza y las empresas de moda.
 - Organización de las empresas dedicadas a estos sectores.
 - Casos de empresa: Carolina Herrera, Diesel, Samsonite Black Label, Viktor&Rolf, Armani, Ralf Lauren...
- Organización:
 - Empresas de moda y belleza. Caso de empresa: Suárez Joyerías. LVMH.
 - Distribución. Canales y negociación. Evolución. Caso de empresa: Fisher Price de Lujo, elección de canal y de producto de alta gama a lanzar.
 - Sostenibilidad del negocio:
 - ✓ Nuevos parámetros que rigen el mundo comercial y el de la moda/estilo de vida en particular. Licencias *creative commons*, producto local, entornos colaborativos...

- ✓ Análisis de las empresas españolas que ya han comenzado a hacer en materia de sostenibilidad: Inditex, HOSS, Carrera y Carrera... y su comparativa con las internacionales.
- ✓ Cómo se hace una estrategia de Responsabilidad Social Corporativa y cómo se integra en el negocio.
- Nuevas vías: *Coolhunting*. Nuevas tendencias en el mundo, en la belleza y en la moda. Los nuevos profesionales. Las aplicaciones en el mercado.

2. Marketing:

- Plan de Marketing:
 - El marketing en la empresa. Importancia del plan de marketing.
 - Visión, Misión, Filosofía y Valores. Caso de empresa: Adolfo Domínguez.
 - Análisis del entorno: Empresa - Mercado - Competidores - PEST - Jurídico.
 - El análisis causal.
 - DAFO - CAME.
 - Ventaja competitiva, estrategia competitiva y posicionamiento. Caso de empresa: Adolfo Domínguez.
 - Estrategia. Objetivos estratégicos.
 - Producto - Precio - Distribución - Comunicación.
 - Política Comercial. Canales de Venta.
 - *People*.
 - *Planet*.
 - Pan de Viabilidad. BSC.
 - Sumario Ejecutivo.
- *Customer Relationship Management* - CRM:
 - Círculo virtuoso del CRM:
 - ✓ Modelo CRM Retail.
 - Fidelización y CRM en Retail:
 - ✓ La importancia del CRM en la gestión retail.
 - ✓ CRM como generador de *sell-out*.
 - ✓ Gestión de campañas de marketing relacional.
 - ✓ Plan de marketing relacional.
 - ✓ Ante la crisis: one to one. Programas de fidelidad. Ejemplos prácticos.
 - *Retail Intelligence*:
 - ✓ Key Performance Indicators - KPI's.
 - ✓ Análisis CRM Retail.
 - ✓ Aplicaciones Business *Intelligence*: Kielh's.
- Marketing Digital y Redes Sociales:
 - Principios y funcionamiento. Una nueva manera de hacer negocio.
 - Comparación del marketing tradicional vs. el nuevo marketing. La web y las apps.
 - Evolución de los negocios en el sector.
 - Lanzamientos en la red.

3. Comunicación:

- El Plan de Comunicación:
 - Planteamiento estratégico.
 - Investigación.
 - El plan de comunicación:

- ✓ Descripción de la situación.
- ✓ Objetivos de comunicación.
- ✓ Público objetivo.
- ✓ Mensajes.
- ✓ Estrategias.
- ✓ Acciones recomendadas.
- ✓ Calendario.
- ✓ Presupuesto.
- Evaluación de los resultados.
- Indicadores y cuadro de mando.
- Recomendaciones.
- Varios ejemplos de plan de medios: Biotherm, Loewe, Diesel...
- Plan de comunicación específico del sector:
 - La comunicación a consumidores y profesionales del sector.
 - Gabinetes de prensa.
- Tendencias, moda y belleza en la Red. RR.PP.'s 2.0, Blogs e Influencers:
 - Introducción al mundo del blog.
 - Tipos de *bloggers*: 2 casos de los más importantes en España.
 - La publicidad en los blogs: Galactinet y la afiliación de blogs.
 - Las "imprescindibles" Redes Sociales.
 - Gabinetes de prensa y *showrooms*.
 - Las revistas especializadas conquistan la red.
 - SEM / SEO.
 - Google Ad's, key words, back links.
 - La experiencia personal, el futuro.
 - Las tiendas en la red: Mediaset, el armario de la tele,...Los nuevos formatos comerciales dentro del manejo de internet y la aplicación de la tecnología móvil y los smartphones y tablets.
- Eventos y su organización:
 - Los eventos del mercado de lujo: estrategia dentro del plan de comunicación de una empresa.
 - Claves para organizar un evento.
 - Fases de la organización de un evento.
 - Ejemplos - casos prácticos: BMW.
 - ✓ Lanzamiento de productos: a nivel masivo/muy exclusivo.
 - ✓ Presentaciones de prensa.
 - ✓ Patrocinio de eventos.
 - ✓ Organización de viajes de incentivos.
- Tratamiento de la moda y belleza en TV y revistas:
 - La fotografía, el estilismo y la coherencia.
 - La línea editorial y el contenido.
 - Los diferentes medios y su eficacia en el negocio.
 - Las múltiples televisiones.
 - La producción de un programa de moda y belleza.
 - La producción de una revista. El porqué de la periodicidad.
- El calendario de la moda: desfiles, presentaciones, primeras marcas y otras. La temporalidad. La universalidad. Nueva York, Paris, Milán, Londres, Madrid,...
- La www y los medios.

4. Explotación:

- Análisis de cuentas de explotación reales en el sector.
- El sentido del negocio: la contribución producto, la contribución marketing, el BAIT.
- Caso de empresa: Khiehl's, apertura de tienda en c/ Fuencarral (Madrid). Diversos modelos: cuenta de explotación de circuito, negocio o BU's, producto o servicio, punto de venta.

5. Pensamiento creativo e innovación:

- Innovación y creatividad, conceptos.
- La fábrica creativa.
- Pensamientos convergentes y divergentes.
- Trabas mentales a la creatividad.
- Bloqueos mentales a la creatividad (perceptivos, emocionales, culturales, ambientales y expresivos).
- Requisitos para una sesión de creatividad.
- Técnicas que ayudan a la creatividad (verdaderas tormentas, mapas mentales, metaplan y técnica de grupo nominal, Scamper).

6. Caso práctico:

- Plan de Marketing/Comunicación: realización de un caso final a presentar ante un tribunal de evaluación.
- Tutorías de apoyo para la preparación de la presentación.

PONENTES*

D^a. María Arcas.

Licenciada en Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Licenciada en Comunicación Audiovisual, Universidad Francisco de Vitoria. Máster de Periodismo, Agencia EFE- Universidad Juan Carlos I.

Coolhunter desde el año 2003, es pionera en la docencia de esta nueva materia, impartiendo clases y conferencias en universidades como la de Sevilla, Carlos III, Juan Carlos I, Alfonso X, Instituto Europeo de Design y CSDMM-Politécnica. Ha sido speaker en el último congreso EmTech del MIT. Desde su empresa Undernews desarrolla labores de prensa y branding.

Comenzó a trabajar en moda en el año 2000 como asistente de Naty Abascal y actualmente colabora con diseñadores como Neil Barrett en Milán, Juanjo Oliva, Ana Locking, Ion Fiz, Rabaneda y Roberto Diz en MBFWM.

Ha trabajado en delegaciones nacionales e internacionales de la Agencia EFE y como redactora y fotógrafa para Wallpaper, RBA, Recoletos, América Ibérica y Prisa.

D^a. Soraya Arranz.

Licenciada en Derecho, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección y Consultoría Inmobiliaria, IE - Aguirre Newman. Máster en Alta Gestión Medioambiental. Técnico en Tributación. Especialista en Coaching con Inteligencia Emocional y Programación Neurolingüística. Curso de Conocimiento y Aplicación Profesional del Eneagrama. Certificada en Mindfulness.

General Manager de BeWater, centro de belleza, bienestar y salud. General Manager de Codivas, consultora dedicada a la gestión de patrimonios, compraventa de activos en rentabilidad, expansiones e intermediaciones inmobiliarias.

Anteriormente: Directora de Expansión de Tommy Mel's. Consultora Senior en el Departamento de Retail de Knight Frank España. Gerente de Expansión en Sigla (Grupo Vips).

D. Carlos Castillo.

Graduado Superior en Dirección de Empresas y Marketing, CESMA. Máster en Dirección de Marketing y Comercial, CESMA.

Socio fundador de POS CRM.

Anteriormente fue durante 8 años CRM Manager de L'Oréal Luxe (Lancôme, Biotherm, Giorgio Armani, Yves Saint Laurent y Kiehl's).

D^a. Cristina de Catalina.

Licenciada en Ciencias Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid.

Directora de Comunicación de Coty Luxury Iberia.

Ha desarrollado su carrera en Procter & Gamble, reconocida como una de las mejores "escuelas" del mundo, hasta 2016 que se integró en Coty, una de las compañías líderes mundiales en cosmética. Dirigió con éxito el departamento de Comunicación de P&G Prestige en Iberia durante la última década, trabajando con marcas selectivas de fragancias y cosmética como Hugo Boss, Dolce&Gabbana o Gucci, entre otras, muy vinculadas a sus respectivas casas de moda. Anteriormente, lideró campañas de gran éxito para marcas de belleza de gran consumo como Pantene (Pelo Pantene), Olay o Max Factor.

D^a. Teresa de la Cierva.

Licenciada en Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid.

Trabaja en ABC desde hace 27 años, donde actualmente es redactora de belleza, salud y estilo de vida en el periódico y sus suplementos (El Semanal, ABC Salud, ABC de familia, ABC Viajar, ...). Tiene un blog de belleza, La Polvera. Los jueves a las 11.00 de la mañana, tiene un espacio de belleza en el programa "La mañana" en esRadio. Es Vocal de la Real Academia de Gastronomía y Vicepresidenta de la Academia Madrileña de Gastronomía.

Comenzó su trayectoria profesional en la agencia de vallas publicitarias RED, en promoción y organización de eventos en Fundes y realizando entrevistas a personajes del mundo de la empresa, teatro, literatura y vida social española para La Revista que dirigía Jaime Peñafiel.

D. Jesús Ferradás.

Ingeniero Técnico Agrícola e Ingeniero Agrónomo, Universidad de Lugo. Máster en Marketing Estratégico y Máster en Marketing Operativo, Universidad de St. Louis (Missouri). Programa de Formación Superior en Trade Marketing, CESMA. Formación Superior en Negociación, IESE.

Director General de Advance, consultoría de marketing y comunicación. Co-propietario de franquicia de Adolfo Domínguez.

Anteriormente: Director de División de Saprogal-Conagra para España y Portugal, Pets, Franquicias y Laboratorio Bioter. Director General de Región Purina España. Auditor en el equipo internacional de Marketing Ralston Purina. Director Comercial y Director de Marketing de Purina Portugal. Director de Ventas de Purina Portugal. Jefe de Ventas Zona en Gallina Blanca Purina.

D. Álvaro Garrido (*Director del curso*).

Licenciado en Derecho y en Administración y Dirección de Empresas, Universidad Pontificia Comillas ICADE. Programa de Desarrollo Directivo, IESE. CEDEP, Insead.

Executive Managing Director en Delarom España. Managing Director de adaptation-group.com y be-water.es. Colaborador del área de Executive Education de ESIC, Business&Marketing School.

Anteriormente: Director de Compraamiga.com, mitiendamediaset.es, migimnasio.com en World Premium Rates. Headhunter especializado en mass marketing y lujo. Consejero de Samsonite Co. Western Europe. Director General de L'Oréal Luxe. Director Comercial y Marketing América Latina de L'Oréal y Maybellyne. Director de Marketing España de L'Oréal, participando en la campaña "Porque yo lo valgo".

D^a. Mayte de la Iglesia.

Máster de Marketing de Moda, Academia de Lusso (Madrid-Milán). Estudios en Moda, Escuela de Artes y Oficios Valencia.

Estilista para medios de moda femenina (AR, Ragazza, Mía, In Touch, Tendencias en Valencia, 5 Magazine, En Portada, Diez Minutos, Louis Vuitton, ...). Estilista en campañas de moda (Natura, Woman´Secret, Satorisan, Sickwatona) y en campañas de belleza (Garnier). Estilismo y coordinación en presentaciones de prensa (L´Oreal Color Riche, Essie España, Vive la Moda Movistar, Cool People Cibeles, "Quiérete" Special K). Planificación de estrategia en comunicación on-line para la firma de baño Dolores Cortés. Colaboración y retransmisión de Vogue Fashion´s Night Out. Diseño de Moda (Women´Secret, diseño Bloggers Collection, MY/TE Collection). Redacción en distintos medios del mundo de la moda y tendencias. Redactora del blog de moda www.mitmebymaxte.blogspot.com. Editoriales de moda para Jalouse, Elle, Woman, Telva.

D^a. Loreto Martorell.

Licenciada en Ciencias de la Educación, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Dirección de Recursos Humanos, CESEM.

Consultora-formadora del área de Executive Education de ESIC, experta en habilidades directivas.

Anteriormente: Directora del Centro de Madrid de Sertel Servicios de Telemarketing. Supervisora y Responsable de Formación y Selección de Teleformance.

D. Jean-Philippe Masson.

Master of Science in Management, Grenoble Ecole de Management (Francia).

Client Development Manager Mediterranean Region (España, Portugal, Marruecos, Grecia, Israel, Turquía) de Louis Vuitton.

Anteriormente: Client Development Manager Barcelona Global Store de Louis Vuitton. Client Development Coordinator & Business Analyst Western Region (35 tiendas) de Louis Vuitton Americas. Production & After Sales Service Coordinator de Van Cleef & Arpels Americas. Europe & US Retail Director Assistant de Boucheron.

D. Sergio Montes.

Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Marketing y Comunicación Digital, IMF Business School.

Co Fundador de AdApptatiOn. Colaborador para diversas consultorías de formación como especialista de Marketing on-line. Profesor de marketing digital en ESIC, Business&Marketing School y Universidad Externado (Colombia).

Anteriormente: Director Asociado de iCrossing España. Socio Director de Bellum Media. New Business Development de Zento Media. Responsable del departamento de campañas de la multinacional sueca líder de afiliación on-line Tradedoubler. Grupo Prisa, en el departamento de publicidad on-line y directamente en elpais.com y as.com. Key Account Executive en Telefónica Publicidad e Información (TPI). Editor de Lavanguardia.es.

D. Jesús María Montes-Fernández.

Licenciado en Periodismo, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra.

Director, guionista y realizador del programa de moda "Solo Moda". Participa desde sus inicios en el nuevo portal Grazia.es. Anteriormente fue redactor del Diario Navarra Hoy, Diario de Navarra, Europa Press y "Lo + Plus" de Canal +. Fundador del programa "Corazón, Corazón". Colaborador habitual de los portales Yodona.com, Elmundo.es y del Suplemento dominical Magazine. Jurado de varios eventos, ha sido galardonado 2 veces con el premio al mejor periodista de moda de TV en nuestro país y con el premio Moët & Chandon a la Difusión de la moda.

Colaboró en Antena 3 TV, "MMMOMA" del grupo Conde Nast, portal Vogue.es, Woman, Man, GQ, Marie Claire, Cadena COPE. Fue responsable de la sección de moda de La 2 de TVE del programa "La Aventura del Saber".

D^a. Rosalía del Río.

Licenciada en Periodismo y en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad del País Vasco. Máster en Comunicación Corporativa y Publicitaria, Universidad Complutense de Madrid.

Socia-Directora de la consultora en sostenibilidad Lifestyle 3.0 Consulting. Socia de la consultora de relaciones públicas y comunicación Mind The Gap. Directora de Relaciones Públicas Lifestyle en Ulled. Co-editora de misbotellasdevidrio.com. Profesora del Instituto Europeo de Diseño.

Anteriormente: Directora de Cuentas en Ulled & Asociados. Gabinete de prensa del musical "Hoy no me puedo levantar". Directora de Cuentas de Consumer & Healthcare en Edelman PR España. Periodista con colaboraciones en diferentes medios de comunicación (TVE, Revista Jano, La Razón, Gaceta de los Negocios, InStyle,...).

D^a. Magali Yus.

Licenciada en Periodismo, Universidad Complutense de Madrid. Máster en Business Communication, Corporación Multimedia.

Actualmente dirige la comunicación del área Moda y Belleza de El Corte Inglés.

Ha ejercido como periodista en el periódico La Nueva España y trabajado como consultora en la agencia multinacional de Relaciones Públicas, Edelman PR Worldwide y en J.A. Llorente & O. Cuenca. En el ámbito de la empresa privada ha sido Directora de Relaciones Externas del Grupo Cortefiel y Directora de Relaciones Públicas de Roberto Verino.

Autora, junto con Luis Arroyo, del libro "Los cien errores de la comunicación en las organizaciones", de la Editorial de ESIC, Business&Marketing School.

D^a. Isabel Zancajo.

Licenciada en Ciencias de la Información, rama Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid. Executive MBA, IE.

Jefa de Prensa y RR.PP. de Yves Saint Laurent y Biotherm, L’Oreal España.

Anteriormente: Jefa de Prensa y RR.PP. de L’Oreal Luxe Perfumes durante casi 4 años. Directora de Cuentas de Ketchum Pleon. Ejecutiva de Cuentas de Alternativa Bates. Ejecutiva de Cuentas de Kaisha Comunicación Integral.

**Programa y claustro sujetos a posibles modificaciones.*

TESTIMONIOS ANTIGUOS ALUMNOS

“Me gustó mucho hacer este curso en ESIC. Los profesores son muy buenos profesionales. Fue muy útil para mi desarrollo y para enfocarme en el sector de la moda. Me ha servido para entender mejor el mercado, los conceptos y no tengo duda de que será muy útil en el futuro. ¡Gracias!”.

Ana Marisa Valente de Oliveira, Asesora de Comunicación en Media Duyes.

“¡Staff de ponentes impresionantes!, ¡elenco de profesores inmejorable! Opción de aprender de experiencias reales, contadas en primera persona. Oportunidad única de acercarse al mercado, mundo de la moda y belleza desde un punto de vista interno.”

Teresa Chao Sánchez, Representante Comercial Zona Centro de Bestseller Wholesale Spain.

“¡¡¡Un curso lleno de profesionales!!!”

Eva Revuelta, Directora Comunicación en Folli Follie.

“Un gran curso y un gran profesorado, ¡lo repetiría!”

Laura Díaz Layrama, Grupo Cortefiel.

“Programa realmente interesante, muy ameno y práctico, con ejemplos reales de un mundo apasionante.”

Mariola Díez Martínez.

“Un curso completo impartido por grandes profesionales en cada uno de los temas, con exposiciones magistrales y brillantes.”

María Lamas Navarro.

INFORMACIÓN

FECHAS:

Del 18 de octubre al 20 de diciembre de 2017.
(Días lectivos: 18, 19, 25, 26 octubre, 8, 9, 15, 16, 22, 23, 29, 30 noviembre, 13, 14, 20 diciembre).

HORARIO:

Miércoles y jueves de 16.30 a 20.30 h.

DURACIÓN:

70 h. lectivas + 5 h. tribunal caso final - 2 meses.

LUGAR DE IMPARTICIÓN:

Executive Education ESIC.
C/ Arturo Soria, 161 · 28043 Madrid.

IMPORTE*:

2.400€

Descuento de 200€ por inscripción anticipada hasta el 04/10/2017.

Alumni asociados: 1.560€ | Alumni no asociados: 2.040€

Gestión gratuita de la bonificación de Fundae, solicite más información.

Condiciones especiales para profesionales en situación de desempleo.

** Descuentos no acumulables, teniendo valor el de mayor cuantía.*

OBSERVACIONES:

La realización definitiva del curso en las fechas previstas, está siempre supeditada a la configuración de un grupo mínimo de asistentes para poder desarrollarlo.

Para obtener el diploma y certificado de realización del curso, es necesario asistir como mínimo al 80% de las horas lectivas. Superado este porcentaje, ESIC se reserva el derecho de entrega de los certificados correspondientes.

ESIC ofrece la posibilidad de diseñar todos sus programas formativos a medida para empresas e instituciones.

MÁS INFORMACIÓN E INSCRIPCIONES:

(00 34) 91 744 40 40
executive@esic.edu
www.esic.edu/executive