UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

ntic master

Máster de Formación Permanente

MÁSTER MARKETING DE MODA

Facultad de
Comercio y Turismo
Universidad
Complutense
de Madrid

10ª EDICIÓN



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master

PROGRAMA

Módulo

Marketing y el negocio de la moda

Módulo

Herramientas de Marketing Digital en moda

Módulo

Marketing y Estrategia en Moda

Módulo

Gestión de productos y colecciones

Módulo

Comercio Electrónico, Retail y distribución en moda

Módulo

Tendencias y Nuevas tecnologías en la industria de la moda

TFM

La importancia del marketing de moda

El marketing de moda actúa como puente entre las creaciones de diseñadores y el mercado consumidor. En un mundo donde la moda se transforma constantemente y las tendencias evolucionan a un ritmo acelerado, el marketing de moda asegura que las marcas se mantengan relevantes, visibles y deseables.

Una de las principales ventajas del marketing de moda es su capacidad para identificar y desarrollar las tendencias emergentes, conectando emocionalmente con los consumidores a través de contenidos que van más allá del producto. No se trata solo de promover la ropa o accesorios, sino de vender un estilo de vida y una identidad que resuene con el público objetivo.

El marketing de moda también es fundamental en la diferenciación de marca. En un mercado saturado, donde los consumidores tienen infinitas opciones, una estrategia de marketing bien ejecutada puede ser la diferencia entre una marca que destaca y otra que pasa desapercibida. Esto incluye no solo la publicidad y promoción, sino también la interacción con el cliente, la experiencia de compra tanto online como offline, y el desarrollo de una presencia digital sólida.

Además, el marketing de moda aborda los retos de la sostenibilidad y la responsabilidad social, temas cada vez más importantes para los consumidores actuales. Las marcas de moda deben comunicar sus prácticas éticas de manera transparente y consistente, y aquí es donde el marketing de moda puede ayudar a informar y educar al consumidor, al tiempo que fomenta prácticas comerciales más responsables.

¿Por qué estudiar un Máster de marketing de moda UCM?

Estudiar un Máster en Marketing de Moda es una decisión estratégica para quien busca no solo conocer, sino también destacar en la dinámica industria de la moda. **Este programa máster ofrece una comprensión profunda de cómo las marcas de moda se comunican y se posicionan en un mercado global.** Además, proporciona herramientas analíticas y creativas esenciales para dirigir campañas de marketing exitosas que resonarán con los consumidores en un nivel emocional y cultural, así como los recursos necesarios para desenvolverse de una manera práctica y consistente en el negocio de la moda.

Fusiona la creatividad, estrategia comercial y la práctica. Los estudiantes aprenden a **interpretar las tendencias de moda y a traducirlas en campañas de marketing convincentes asimilando el lenguaje del consumidor actual**, que es cada vez más exigente, consciente e informado. Los módulos abarcan desde los conceptos básicos de la industria de la moda hasta las tecnologías emergentes, los estudiantes adquieren una perspectiva holística que les permite anticipar cambios en el sector y responder con innovación.



En una era dominada por la digitalización, el e-commerce y la sostenibilidad, este Máster equipa a los estudiantes con conocimientos actuales sobre cómo estos elementos están redefiniendo el marketing y la comercialización de moda.

Al estudiar el Máster en Marketing de Moda, los alumnos también tienen la oportunidad de **interactuar con profesionales y marcas líderes en la industria**. Asimismo, el entorno académico fomenta un espacio para e**l debate crítico y la experimentación, permitiendo a los estudiantes desarrollar su propia visión y enfoque** dentro del campo de estudio.

Este máster no solo **incrementa las oportunidades de empleo, sino que también prepara a los líderes del mañana** para crear un impacto positivo y duradero en la industria de la moda.

Duración

1 año académico

Modalidades

Semipresencial y Online

Creditos ECTS

60



Modalidad Semipresencial

Facultad de Comercio y Turismo
Viernes
16h00 – 21:00h (por confirmar)

Modalidad Online

100% Online
Plataforma de aprendizaje 24h

¿Por qué estudiar en la Universidad Complutense de Madrid

La Universidad Complutense de Madrid (UCM) es una de las instituciones educativas más destacadas de España y Europa. Ofrece una amplia gama de oportunidades y beneficios para los estudiantes, así como una excelencia académica reconocida, una calidad docente de primer nivel. Ofrece alrededor de 90 títulos de grado y más de 30 dobles grados, más de 200 programas máster, además de estudios de formación permanente. La UCM tiene más de 500 años de historia y reconocimiento social. La Universidad Complutense de Madrid es la universidad española de referencia en 5 continentes.

El prestigio de la universidad está avalado por 7 Premios Nobel, 20 Príncipes de Asturias, 7 Premios Cervantes, Premios Nacionales de Investigación y a la Excelencia. La Universidad Complutense de Madrid tiene estudiantes de más de 90 países y convenios con universidades de los 5 continentes.



¿Por qué estudiar un Máster en Formación Permanente?



Si hay algo que afianza los conceptos teóricos de un programa educativo es la práctica.

Nuestros módulos formativos combinan una base teórica con ejercicios prácticos basados en situaciones reales de las empresas.

La preparación del Trabajo Final de Máster (TFM) garantiza la puesta en práctica de todos los conceptos adquiridos a lo largo del curso, capacitando definitivamente al alumno para asumir responsabilidades dentro de un entorno laboral real.

PROGRAMA

Los módulos de aprendizaje de Marketing de Moda más completos enseñados de forma eficaz para el alumno

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

nticmaster

MÓDULO

Marketing y el negocio de la moda

1 Introducción al Negocio de la Moda.

En este módulo nos adentramos en el fascinante mundo de la moda, presentando una panorámica del sector y sus múltiples facetas. En plano introductorio, se explora la estructura y la dinámica del negocio de la moda, desde la concepción de una colección hasta su comercialización. Se abordan temas como la cadena de suministro, la producción, la distribución, la venta al por menor y la comercialización. También se examina el papel de los distintos actores de la industria, incluyendo diseñadores, compradores, merchandisers y gerentes de marca, y cómo sus roles interactúan para llevar los productos desde el taller hasta el consumidor final.

2 Historia de la Moda.

Para innovar en el futuro, es necesario comprender el pasado. Este módulo explica cómo la moda ha cambiado a lo largo de los siglos, enfatizando cómo los eventos históricos, los movimientos culturales y los cambios sociales han afectado las tendencias y prácticas de vestimenta. Se examinan momentos históricos como la Revolución Industrial, la liberación de la moda femenina en los años 20, la alta costura parisina y la era de la globalización. El conocimiento contextual permite a los estudiantes comprender y predecir tendencias.

3 Principios Fundamentales del Marketing de Moda.

Se establecerán las bases del marketing específicamente aplicadas a la moda. Se examinan conceptos como segmentación de mercado, targeting y posicionamiento, y cómo se aplican estos para crear marcas de moda con una identidad fuerte y un nicho bien definido. También se detallan las estrategias de marketing mix y cómo estas se adaptan para capturar la esencia de una marca de moda y comunicar efectivamente a la audiencia deseada. Se enfatiza la importancia de la narrativa de marca y la experiencia de cliente en la construcción de relaciones duraderas.

4 Marketing Digital en Moda.

El objetivo es que el alumno interiorice la importancia de comunicarse digitalmente con su público objetivo, gracias a las oportunidades que ofrece el marketing digital, cómo el marketing digital ha revolucionado la manera en que las marcas de moda interactúan con sus clientes. Se explora la interacción entre marketing digital y moda y cómo esta sinergia potencia el alcance y la eficacia de las campañas de moda. Se discute el rol del e-commerce y cómo una sólida presencia digital puede impulsar las ventas y fortalecer el branding de la moda, así como otros aspectos relevantes para la consecución del éxito en la moda.

MÓDULO

Herramientas de Marketing Digital en Moda

Este módulo está diseñado para dotar a los alumnos de los conocimientos necesarios y habilidades prácticas en el uso de herramientas digitales que son fundamentales para el éxito en el marketing de moda actual, y prepara a los alumnos para lanzar y promover una marca de moda en el espacio digital de manera efectiva y estratégica.

1 Creación de una web de moda.

En este apartado del módulo, los estudiantes entenderán el proceso de construcción de un sitio web de moda desde cero y lo aplicarán.
Aprenderán CMS WordPress, una plataforma líder para la creación de sitios web, donde los estudiantes aprenderán a seleccionar plantillas adecuadas al estilo de la moda que desean proyectar, personalizar diseños, y generar contenido atractivo que refleje la identidad de su marca.

2 Creación de un ecommerce de moda.

Los alumnos también aprenderán a crear su ecommerce de moda con Prestashop, una herramienta de e-commerce especializada, donde los alumnos podrán adquirir habilidades prácticas en la configuración de una tienda online, gestión de catálogos de productos, y la integración de sistemas de pago, esenciales para el funcionamiento exitoso de un negocio de moda en el ámbito digital.

3 Optimización de Motores de Búsqueda (SEO) en el Ámbito de la Moda.

La visibilidad en internet es vital para las marcas de moda, y enseñaremos a los estudiantes cómo incrementarla mediante SEO. Se cubrirán las estrategias para optimizar el contenido web, desde la investigación de palabras clave relevantes hasta la creación de contenido que se alinee con las consultas de búsqueda de los consumidores de moda. También se abordarán aspectos técnicos como la optimización de la velocidad de carga de las páginas, la construcción de enlaces de calidad y la mejora de la arquitectura web para mejorar el ranking en los resultados de los motores de búsqueda.

4 Publicidad Digital y Campañas en Línea (SEM) en el Sector de la Moda.

La publicidad en línea es una herramienta poderosa para las marcas de moda, y preparamos a los estudiantes para crear y gestionar campañas de marketing en buscadores (SEM). Se explorará cómo diseñar y ejecutar campañas de anuncios pagados que capturen la esencia de la marca y lleguen al público objetivo. Los estudiantes aprenderán a utilizar plataformas como Google Ads y Bing Ads, desarrollarán habilidades en la selección de palabras clave, la creación de copias de anuncios persuasivos y la implementación de estrategias de puja para maximizar el retorno de la inversión.

5 Marketing Móvil y App.

Reconociendo la importancia del móvil en la experiencia de compra actual, los alumnos estudiarán las estrategias de marketing móvil y el desarrollo de aplicaciones. Los estudiantes descubrirán cómo optimizar el contenido para dispositivos móviles, desarrollar aplicaciones de moda que mejoren la experiencia del cliente y cómo utilizar canales móviles para campañas de marketing, incluyendo SMS y notificaciones push. También se explorará cómo las tecnologías emergentes, como la realidad aumentada, pueden enriquecer la experiencia móvil en moda.

MÓDULO

Marketing y Estrategia en Moda

El Máster en Marketing de Moda cubrirá una amplia gama de estrategias de marketing específicas para dominar la industria de la moda.

1 Dirección estratégica en el negocio de la moda.

Se entenderán la importancia de la definición de un plan estratégico en el sector de la moda, el impacto que ha tenido la aparición de entornos disruptivos a la hora de crear la estrategia y cuáles son los pasos esenciales para construir y ejecutar una para una marca de moda

2 Branding y Posicionamiento en la Moda.

Nos centraremos en el desarrollo de marcas dentro del sector de la moda, enseñando a los estudiantes cómo construir y gestionar una identidad de marca fuerte. Se explorarán técnicas para diferenciar productos y marcas en un mercado competitivo, estableciendo un posicionamiento claro que resuene con el público objetivo.

3 La Comunicación de Marca en la Industria de la Moda.

Se profundizará en las estrategias de comunicación efectivas específicas para la moda, incluyendo la narrativa de marca y la creación de contenido que refleje los valores y la estética de la marca. Este módulo también cubrirá cómo las marcas de moda comunican sus mensajes a través de varios canales para alcanzar y conectar con su audiencia.

4 Análisis de Mercado y Análisis de los Consumidores.

Los alumnos aprenderán a realizar investigaciones de mercado y análisis de consumidores para identificar tendencias, necesidades y oportunidades en el sector de la moda. Esto incluirá el estudio de comportamientos de compra, segmentación de mercado y técnicas para recopilar y analizar datos.

5 Comportamiento del Consumidor de Moda.

El alumno entenderá cómo y por qué los consumidores de moda toman sus decisiones de compra. Se estudiarán los factores psicológicos, sociales y culturales que influyen en el comportamiento de los consumidores de moda. Además, los alumnos aprenderán a crear experiencias de cliente efectivas y a adaptar sus estrategias para satisfacer las expectativas de los consumidores.

6 Marketing de Moda y Retail.

Los alumnos entenderán cómo el retail se integra en la estrategia de marketing de moda. Se estudiarán las tendencias del retail y cómo las marcas pueden utilizar estrategias para mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas. El curso también cubrirá cómo las marcas de moda pueden utilizar el marketing digital y las redes sociales para promocionar sus productos y llegar a su público objetivo. Finalmente, los alumnos aprenderán a medir y analizar el rendimiento de las campañas de marketing y retail para optimizar la estrategia y mejorar los resultados.

7 Publicidad y Campañas Creativas.

Los estudiantes aprenderán a diseñar y ejecutar campañas publicitarias efectivas para marcas de moda. Esto incluirá la selección de medios, la creación de mensajes publicitarios que capten la atención y la implementación de campañas creativas que impulsen el reconocimiento de marca y las ventas.

8 Redes Sociales para Marcas de Moda.

Se abordará la importancia de las redes sociales en el marketing de moda, enseñando estrategias para gestionar la presencia de marca en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok. Se explorará cómo crear contenido atractivo, interactuar con la comunidad y aprovechar las redes sociales para campañas de marketing y colaboraciones con influencers.

9 Gestión de Eventos y Relaciones Públicas en la Moda.

Los alumnos aprenderán a planificar y gestionar eventos de moda, como desfiles, lanzamientos de productos y eventos de prensa. Además, se cubrirán estrategias de relaciones públicas para construir y mantener una imagen positiva de la marca en la industria y los medios de comunicación.

10 Marketing de Influencers.

Nos centraremos en cómo colaborar eficazmente con influencers y personalidades de la moda para promocionar productos y marcas. Se estudiarán las mejores prácticas para seleccionar influencers, negociar colaboraciones y medir el impacto de estas asociaciones en la marca.

11 Estrategias de Marketing Omnicanal.

Se enseñará a los estudiantes cómo integrar y coordinar los canales de venta y marketing para ofrecer una experiencia de cliente cohesiva y sin fisuras, ya sea online, en tienda física o a través de dispositivos móviles.

12 Medición y Evaluación de la Efectividad de la Comunicación y el Branding .

Finalmente, este apartado cubrirá las técnicas y herramientas para medir el éxito de las estrategias de marketing y comunicación. Los estudiantes aprenderán a analizar indicadores clave de rendimiento (KPIs), evaluar el retorno de la inversión (ROI) de las campañas y ajustar las estrategias basadas en el análisis de datos.

MÓDULO

Gestión de productos y colecciones en Moda

Este módulo se enfoca en la Gestión de Productos y Colecciones, cubriendo aspectos cruciales para el éxito en la industria de la moda.

1 Desarrollo y Gestión de Productos de Moda.

Este apartado abordará el proceso integral de desarrollo de productos, desde la idea inicial hasta su lanzamiento al mercado. Se enseñará a los estudiantes cómo identificar oportunidades de mercado, desarrollar conceptos de productos alineados con la visión de la marca, y gestionar el proceso de diseño y producción para cumplir con los estándares de calidad y las expectativas de los consumidores.

2 Diseño de Colecciones y Seguimiento de Tendencias.

Los alumnos aprenderán a gestionar colecciones de moda cohesivas y comercialmente viables. Se cubrirán técnicas para el seguimiento y análisis de tendencias actuales y emergentes en la moda, permitiendo a los estudiantes aplicar estos insights para crear colecciones que respondan a las demandas del mercado.

3 Estrategias de Pricing en Moda.

Este tema se centrará en las estrategias de fijación de precios para productos de moda, considerando factores como costos de producción, posicionamiento de la marca, percepción de valor por parte del consumidor y dinámicas competitivas del mercado.

4 Gestión del Ciclo de Vida de los Productos de Moda.

Se explorará cómo gestionar eficientemente el ciclo de vida de los productos de moda, desde la introducción y crecimiento hasta la madurez y eventual declive. Los estudiantes aprenderán estrategias para prolongar la vida útil de los productos y técnicas para revitalizar productos o colecciones antiguas.

5 Coherencia de Marca y Alineación de Productos.

Se enseñará la importancia de mantener una coherencia en la imagen y los valores de la marca a través de todos los productos y colecciones. Los alumnos aprenderán a alinear el desarrollo de productos con la identidad de la marca para fortalecer la conexión con el público objetivo.

6 Emprendimiento en el Sector Moda.

Este apartado ofrecerá una visión sobre cómo iniciar y gestionar un negocio en el sector de la moda, cubriendo aspectos clave como la creación de un plan de negocio, estrategias de financiación y comercialización. Incluirá un componente práctico para aplicar los conocimientos adquiridos en proyectos reales.

7 Gestión Financiera en el Negocio de la Moda.

Los estudiantes aprenderán los fundamentos de la gestión financiera específicos para la industria de la moda, incluyendo presupuestos, análisis financiero, y gestión de costos y flujos de efectivo.

8 Compras y Cadena de Suministro en el Negocio de la Moda.

Se abordarán las estrategias y prácticas para gestionar eficazmente la cadena de suministro en la moda, desde la selección de proveedores hasta la logística de distribución, enfocándose en la optimización de costos y la mejora de la eficiencia operativa.

9 Gestión de Stock, Optimización de Colecciones y Analítica.

Este tema cubrirá técnicas avanzadas para la gestión de inventarios, optimización de colecciones y análisis de datos para tomar decisiones basadas en información precisa, mejorando así la rentabilidad y la respuesta a las tendencias de consumo.

10 La Importancia de la Fotografía en la Moda.

Finalmente, se destacará el rol crítico de la fotografía de moda en la comercialización y promoción de productos. Los alumnos explorarán cómo una fotografía efectiva puede mejorar la presentación de productos, atraer a los consumidores y comunicar la esencia de la marca.

MÓDULO

Comercio electrónico, retail y distribución en moda.

Este módulo se centra en el Comercio Electrónico, Retail y Distribución en Moda, abarcando aspectos fundamentales para entender y aprovechar las oportunidades en el ámbito digital y físico de la industria de la moda. Equipará a los estudiantes con el conocimiento y las habilidades necesarias para navegar con éxito el complejo ecosistema del comercio electrónico y retail en la moda, preparándolos para enfrentar los retos actuales y futuros de la industria con una perspectiva integral y estratégica.

1 Estrategias de marketing digital para e-commerce de moda.

En este apartado, los estudiantes aprenderán cómo desarrollar y ejecutar estrategias de marketing digital efectivas específicamente diseñadas para tiendas online de moda. Se enlazan temas como el SEO, marketing de contenidos, email marketing, y marketing en redes sociales, enseñando a los estudiantes a atraer, retener y convertir a su audiencia en clientes leales.

2 Gestión de la experiencia del cliente online y offline.

Este apartado se enfocará en la importancia de ofrecer una experiencia de cliente excepcional tanto en entornos online como offline. Se discutirán prácticas para mejorar la satisfacción del cliente, fidelización y estrategias para integrar experiencias de compra sin fisuras entre canales físicos y digitales.

3 Distribución y logística en la industria de la moda.

Los estudiantes adquirirán conocimientos sobre la logística y distribución en la industria de la moda, incluyendo el almacenamiento, gestión de inventarios, cumplimiento de pedidos y transporte. Se enseñarán estrategias para optimizar la cadena de suministro, reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.

4 Distribución y promoción internacional en el negocio de la moda.

Finalmente, este apartado cubrirá las estrategias para expandir y promocionar marcas de moda a nivel internacional. Los alumnos aprenderán sobre los desafíos y oportunidades de entrar en mercados extranjeros, incluyendo aspectos legales, culturales y logísticos. También se explorarán técnicas de marketing internacional y estrategias de entrada al mercado.

MÓDULO

Tendencias y nuevas tecnologías en la industria de la moda.

Este módulo se dedica a explorar las Tendencias y Nuevas Tecnologías en la Industria de la Moda, preparando a los estudiantes para liderar e innovar en un sector en constante evolución. Los estudiantes obtendrán una comprensión profunda de cómo las tendencias y tecnologías emergentes están configurando el futuro de la moda, equipándolos con el conocimiento y las habilidades necesarias para impulsar la innovación y liderar el cambio hacia una industria más sostenible y tecnológicamente avanzada.

1 Aplicaciones de Inteligencia Artificial (IA) en moda, Blockchain y Metaverso.

Este apartado se enfocará en cómo la inteligencia artificial está transformando la industria de la moda, desde el diseño hasta la experiencia del cliente, incluyendo la personalización de productos y la optimización de la cadena de suministro. También se explorará el impacto emergente de la tecnología blockchain en la trazabilidad y la autenticidad de los productos, así como el potencial del metaverso como un nuevo espacio para la moda digital y las experiencias de marca inmersivas.

2 Visual merchandising y presentación de productos (RA) y (RV)); Tecnología Wearable, Impresión 3D.

Los alumnos aprenderán sobre las últimas técnicas y tecnologías en visual merchandising, incluyendo el uso de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV) para crear experiencias de compra envolventes. Se discutirá el papel de la tecnología wearable en la moda y cómo la impresión 3D está innovando en la creación de productos personalizados y sostenibles.

3 Tecnologías sostenibles en la industria de la moda.

Se abordará cómo las nuevas tecnologías están siendo utilizadas para promover prácticas sostenibles dentro de la industria de la moda. Se examinarán innovaciones en materiales sostenibles, procesos de producción eco-amigables, y sistemas de reciclaje y reutilización, enfatizando cómo la tecnología puede ayudar a reducir el impacto ambiental de la moda.

4 Ética y moda: responsabilidad social corporativa.

Finalmente, los estudiantes reflexionarán sobre la importancia de la ética en la moda, explorando temas de responsabilidad social corporativa (RSC). Se discutirá cómo las marcas pueden operar de manera ética, incluyendo la protección de los derechos laborales, la promoción de la diversidad e inclusión, y el compromiso con la sostenibilidad, para construir una industria de la moda más justa y responsable.

5 Nuevas tendencia en moda.

Finalmente, los estudiantes reflexionarán sobre la importancia de la ética en la moda, explorando temas de responsabilidad social corporativa (RSC). Se discutirá cómo las marcas pueden operar de manera ética, incluyendo la protección de los derechos laborales, la promoción de la diversidad e inclusión, y el compromiso con la sostenibilidad, para construir una industria de la moda más justa y responsable.

6 Elaboración de un plan de marketing para el negocio de la moda.

Los alumnos aprenderán a elaborar un plan de marketing completo para la industria de la moda y como aplicarlo en proyectos reales y empresas del sector. Un plan estratégico que funciona como hoja de ruta para una empresas de moda, detallando los objetivos comerciales y las tácticas para alcanzarlos.

TFM

Trabajo Fin de Máster

Asimilados todos los conceptos previos, llega el momento de poner a prueba todos los conocimientos adquiridos en el Máster.

El alumno planteará un Plan de Marketing Digital aplicado al sector Moda para una marca o producto, para ello utilizará todas las técnicas estudiadas y las herramientas aprendidas en los distintos módulos del Máster.



EQUIPO DOCENTE

Clases y tutorías con grandes profesionales del sector de la moda.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

nticmaster

EQUIPO DOCENTE

Equipo directivo



Ana María Romero Martínez

Directora del Máster de Marketing de Moda

Destacada por su labor docente en emprendimiento y dirección estratégica. Reconocida investigadora en creación de empresas y emprendimiento corporativo, con múltiples publicaciones en revistas de prestigio nacional e internacional.



José Carlos Soto Gómez

Co-Director del Máster de Marketing de Moda

Socio Fundador de NTIC Master y Aplimovil. Amplia experiencia en proyectos nacionales e internacionales en IT y analítica en empresas como Banco de España, NEC, Telefónica, Vodafone, Orange, medios de comunicación…

Cordinadores



David del Ser

Coordinador del Máster de Marketing de Moda

David es Licenciado en Marketing por ESIC, Honours Degree in Business Administration por Humberside University, MBA por UNED, Máster Dirección Financiera, Máster Marketing Digital, Máster en Big Data.

Especialista en el desarrollo de negocio y transformación digital en Ntic Master. Gran experiencia profesional trabajando en Grupo Iberostar, Grupo Avintia, entre otras.



Cristóbal Martínez Martínez

Coordinador del Máster de Marketing de Moda

Cristóbal es Ingeniero informático.

Director de IT en Aplimovil y Ntic Master. Profesor máster marketing digital de la UCM, UNED, Cámara de Comercio y CEEIC. Experto en sistemas y procesos informáticos. Gran experiencia profesional trabajando en empresas referentes como NEC, BNP Paribas, Banco de España, Vodafone.

EQUIPO DOCENTE

Equipo docente



Carmen García Cuevas

Experta en distribución y ventas internacionales

Licenciada por la Universidad de Granada, con Máster en Negociación Comercial Internacional por la Universidad François Rabelais y en Gestión Internacional de Empresas por el CECO además de una amplia formación de post grado en “Comunicación y gestión de marca” por la SDA Bocconi School of Management, con 20 años de carrera profesional en internacionalización de empresas del sector de la Moda y el Diseño.

Experta en distribución y ventas internacionales y Jefe de Departamento de la Agencia estatal ICEX acompañando a las empresas del sector moda en su trayectoria internacional.



Pablo Franco Corbacho

Fundador y Director de Datcisions

Más de quince años de experiencia en el sector retail, donde ha sido responsable de distribución y compras en El Ganso. En 2022, fundó Datcisions, una startup dedicada al análisis de datos y el desarrollo de una aplicación SaaS para la gestión de stock en marcas de moda.



Sheila Álvarez Rojo

Especialista de Marketing Online

Realizadora de corazón, publicista de profesión.

Especializada en Realización audiovisual y Licenciada en Publicidad y RR.PP. Llevo más de 10 años desarrollándome profesionalmente en diferentes agencias de marketing, en una primera etapa marketing offline, y en los últimos 11 años enfocada en marketing online.

En mi etapa actual estoy especializada en marketing para App móviles.



Juan Calvente

Fundador y Presidente de Edmmond Studios

Licenciado en Marketing y Gestión Comercial por ESIC, con una trayectoria destacada en innovación y transformación digital. Anteriormente, participó y lideró la transformación digital del Grupo Santillana (Prisa).

Apasionado por el emprendimiento y la inversión, participa activamente en múltiples proyectos en los sectores de tecnología, salud, moda y proyectos de hostelería.



Gema Martínez-Navarro

Profesora e investigadora en la facultad de CC.EE y EE. en la UCM

Doctora en Ciencias Económicas y Empresariales, especialidad Marketing por la UCM. Consultora en marketing, comunicación e investigación del comportamiento del consumidor. Profesora e investigadora en la facultad de CC.EE y EE. en la UCM, departamento de marketing.

Reconocida siete veces como Profesora Excelente. Experta en el área del comportamiento del consumidor y las nuevas tecnologías principalmente en el sector de la moda. Autora del libro Marketing y Comunicación de Moda y coautora de varios libros.



Ainhoa Rosado

CEO en Fedra Agency Digital Fashion Business Management

Licenciada en periodismo, tras trabajar en diferentes medios de comunicación, se especializó en fashion marketing, obsesionada con mejorar las ventas de los negocios del sector desde la ética y la honestidad. Certificada en Miami como digital business manager, empezó a despegar con su marca personal cuando lanzó su primer curso online “instaglam” que cuenta con más de 3.000 alumnos en europa y latam. Ceo de fedra group y reconocida por forbes como “la empresaria revelación del marketing 360 en la moda de españa”. Hoy recorre los escenarios inspirando con su historia de superación y con su método “honest glam”.

EQUIPO DOCENTE

Equipo docente



Ainhara Rubio García

Social & Digital Brand Manager en Tendam

Más de 15 años de experiencia en estrategia digital, social media y paid media en el sector retail y moda. Lidera la planificación y ejecución de estrategias digitales.

Especialista en campañas de paid media, marketing de influencers y contenidos digitales, optimiza la inversión en medios para maximizar el impacto y el engagement con la audiencia y en áreas clave como CRM, fidelización y producto. Con un enfoque basado en datos y resultados, supervisa el rendimiento de las campañas y la evolución de KPIs estratégicos



Alba Redondas

Head of design en Aysim Studio

Graduada en diseño de moda por la escuela de Artes Mestre Mateo de Santiago de Compostela. Ha trabajado en diferentes departamentos de Bershka (Inditex) durante 4 años y medio y actualmente coordina un estudio de diseño dónde ella junto con su equipo crean colecciones para distintas marcas de INDITEX y Mango.



Lucía Escobar Morales

Especialista en comercio electrónico

Ingeniera Electrónica y especialista en el la plataforma de comercio electrónico PrestaShop, con amplia experiencia en diseño, desarrollo y optimización de ecommerce. Co-creadora de ADR Encoder donde lidera el desarrollo de software para optimizar el rendimiento deportivo.



Nuria Recuero Virto

Profesora en la UCM

Doctorada en Marketing y profesora en el Departamento de Marketing de la UCM.

Galardón al Mejor Resumen Ampliado en AIRSI2021 y el prestigioso premio ESIC AEDEM a la Mejor Investigación en Marketing en 2017. Además, fue finalista del Premio Tribuna FITUR Jorge Vila Fradera a la mejor tesis doctoral.

Publicaciones en revistas de alto impacto JCR y SJR, centradas en marketing del turismo cultural, marketing digital y neuromarketing. Algunos de sus trabajos han sido publicados en el Journal of Destination Marketing & Management y el Journal of Hospitality and Tourism Management.

Colabora con empresas como en Antena 3, Canal 13 Cable, RedAcción7 y Punto Radio.



Susana Aparicio

Profesora titular de Search Marketing en la UCM

Máster en Marketing Online. Diplomada en Advances Studies in Broadcasting and Literature and internet Marketing.

Responsable del equipo que gestiona las cuentas de Search de Mediacom y Wavemaker (parte de GroupM).

A cargo de la gestión de equipo, definición de estrategias, new business, formaciones, reuniones con search engines y otras herramientas, entre otras funciones, además de la gestión de cuentas.



Gonzalo Carpio del Saz

SEO Manager en Fever

Experto en el mundo digital para optimizar la visibilidad online de sitios web.

Analista de algoritmos de búsqueda, seleccionador de palabras clave, y diseñador de estrategias para mejorar el ranking en buscadores.

Creador de contenido relevante y fácilmente accesible para el público objetivo.

EQUIPO DOCENTE

Equipo docente



Pavel Mazuelas

Profesor de Growth & Product en la UCM

Máster en Marketing Digital. Licenciado en comercio.

Con 9 años de experiencia en Growth Hacking y trabajando desde Silicon Valley, Pavel sabe cómo hacer crecer comunidades de seguidores y atraer a más clientes sin gastar un solo euro en publicidad. Aprenderás la metodología de Growth desde inicio a fin.



Edgar Sánchez

Profesor asociado en la UCM

Licenciado en marketing e informática de sistemas y diplomado en SEO, SEM y Social Media por Dubin Business School. Digital Performance Marketing en NH Hotel Group.

Más de 20 años de experiencia en marketing de resultados y búsqueda. Ha trabajado en plataformas como (Yahoo Inc.), agencias (WPP) y empresas (NH Hotel Group parte de Minor). Profesor de Search & Marketing Digital en varias Universidades y Escuelas de Negocio.

Apasionado de Search, Digital Performance Marketing y nuevas tecnologías emergentes.



Guadalupe Grande

Jefa de Belleza y Moda en la revista ¡QMD! del grupo Hearst Magazines

Licenciada en Ciencias de la Información, he trabajado durante 25 años como Jefa de Belleza y Moda en Hearst, primero en la revista QMD! y más tarde en Diez Minutos. Experimentada en la cobertura de eventos, como la Mercedes Benz Fashion Week Madrid, en la coordinación y elaboración de reportajes y producciones y en el seguimiento de las tendencias a través de las colecciones de los diseñadores de moda y lujo más importantes del mundo.



Paula López Cochero

Consultora de comunicación

Licenciada en Community manager y RRSS y postgrado de Social Media Management.

Más de 25 años de experiencia en comunicación, centrada en moda y belleza, y en sectores más técnicos como ferrocarril, aluminio, ingeniería, economía y salud. Dirige el diario digital enpozuelo.es, gestionando 2.500 visitas diarias, y trabaja como agente independiente en RE/MAX Jumbo, combinando consultoría inmobiliaria y comunicación efectiva.



Lorena Gonzálvez Vera

Experta en Estrategia y Compras de Moda

Con más de 17 años en Inditex liderando equipos internacionales.. Especializada en planificación estratégica de compras, gestión de stock y coordinación omnicanal, combina experiencia directa en la cadena de valor con su método propio VERA, transformando su trayectoria en herramientas y aprendizajes prácticos aplicables al negocio de la moda. Actualmente imparte docencia, mentoring y workshops estratégicos, ayudando a marcas y profesionales a implementar estrategias eficaces y sostenibles.



Olga Sánchez

Experta en Estrategia y Compras de Moda

Doctora en protocolo, comunicación y seguridad en eventos por la UCM. Ha trabajado más de 17 años en el sector de la comercialización y el marketing en Hostelería y Turismo para empresas públicas y privadas. Creadora del grupo de investigación «Observatorio científico de Eventos-Icono14». Autora de informes de festivales y eventos para la mejora y unificación de la normativa con relación a la seguridad y autoprotección en la organización de eventos.

EQUIPO DOCENTE

Equipo docente



Cristina
López Pancorbo

Experta en moda, retail, entornos digitales y omnicanalidad

Con 15 años de experiencia profesional en proyectos de intraemprendimiento y desarrollo digital dentro de empresas de retail tradicional. Formó parte del proyecto digital de Adolfo Domínguez y es directora de eCommerce y Omnicanalidad de las áreas de moda, lujo, hogar y deportes en El Corte Inglés. Parte de Women In Tech Spain y Mujeres Tech Madrid, comunidades de mujeres y digitalización que promueven la visibilidad del talento femenino. Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Master en Fashion Communications, Máster en Marketing Digital de Moda.



David
Cubero Cava

Data-driven sales and operations leader

Ejecutivo de operaciones y tecnología con amplia experiencia en la gestión de equipos y el impulso del crecimiento empresarial, en el sector tecnológico y minorista. Trabajo en Aspire supervisando las áreas de ventas, I+D, atención al cliente y servicios profesionales, logrando un crecimiento interanual del 20% en los ingresos anuales recurrentes. También en Amazon ES Books, impulsando el crecimiento y la rentabilidad, y negociaciones complejas con importantes editoriales. Maestría en Ingeniería de Telecomunicaciones y una sólida formación en análisis de datos.



Mónica
Gimeno

Estrategia de Marca y Comunicación eIA aplicada a Marketing & Customer Experience

Profesional de marketing y comunicación estratégica con amplia experiencia en estrategia de marca, planificación de medios omnicanal y transformación digital. Especializada en IA aplicada al marketing y la experiencia de cliente, combina visión estratégica con innovación y análisis de datos para conectar negocio, creatividad y tecnología. Trabaja para multinacionales, agencias y consultoría me ha permitido liderando proyectos de branded content, activación de patrocinios y optimización de la inversión publicitaria, impulsando estrategias de personalización basadas en analítica predictiva.



Javi
Sagredo

Digital Strategist en Good Rebels

Experto en contenido digital, medios de pago y narrativa creativa. Ayuda a las marcas a construir conexiones genuinas con sus audiencias mediante estrategias inteligentes, mensajes coherentes y un profundo conocimiento de cómo las personas interactúan con el contenido en diferentes plataformas. Trabaja en Good Rebels, liderando estrategias de contenido y redes sociales, guiando proyectos desde la concepción inicial hasta su ejecución. Combina la creatividad con los datos y la narrativa con resultados tangibles.

Tú

Futuro experto en Marketing de Moda

Porque con nosotros aprenderás las estrategias y desarrollos para ser un profesional del Marketing de Moda pero al final el camino tienes que recorrerlo tú y quizás muy pronto estés aquí como nuestro profesor.

INFORMACIÓN GENERAL

El marketing de moda desempeña un papel crucial en el denso y competitivo mundo de la industria de la moda.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

nticmaster

La importancia del Marketing de Moda

El marketing de moda desempeña un papel crucial en el denso y competitivo mundo de la industria de la moda. Su importancia radica en **la capacidad de conectar marcas y diseñadores con su público objetivo**, comunicando no solo el valor estético de las prendas o accesorios sino también su significado cultural y emocional.

El marketing de moda es una pieza clave en el éxito de las marcas y diseñadores, permitiéndoles no solo destacar en un mercado saturado sino también construir relaciones significativas con sus clientes. A medida que la industria evoluciona, las estrategias de marketing de moda continúan adaptándose, **aprovechando nuevas tecnologías y medios para comunicar y vender moda de manera efectiva**.

El marketing de moda permite a las marcas **establecer una identidad única y diferenciada en el mercado**. A través de estrategias de branding y posicionamiento, las marcas pueden comunicar su historia, valores y visión, creando una conexión emocional con sus clientes.

En un sector **donde las tendencias cambian rápidamente, el marketing ayuda a mantener las marcas relevantes y visibles para su público objetivo**. Esto incluye desde campañas publicitarias tradicionales hasta la presencia en redes sociales, donde el contenido creativo y atractivo puede captar la atención de los consumidores.

Mediante estrategias promocionales, lanzamientos de productos y colaboraciones, el marketing de moda incentiva directamente las ventas. Al **generar deseo y anticipación por los productos**, las marcas pueden impulsar tanto las ventas en línea como en tiendas físicas.

A través de una comunicación efectiva y consistente, las marcas de moda pueden **fomentar una relación duradera con sus clientes**. El marketing de moda no solo se trata de atraer nuevos clientes sino también de retenerlos, ofreciéndoles experiencias de compra personalizadas y contenido de valor.

El marketing de moda es esencial para entender y **adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado**. A través del análisis de mercado y la investigación de consumidores, las marcas pueden anticiparse a las demandas del público y ajustar sus estrategias en consecuencia.

El marketing de moda también se ha convertido en una herramienta para promover **prácticas sostenibles y la responsabilidad social empresarial**. Las marcas utilizan sus plataformas para informar y educar a los consumidores sobre sus esfuerzos para reducir el impacto ambiental y mejorar las condiciones laborales en sus cadenas de suministro.



Salidas Profesionales

El Máster en Marketing de Moda UCM abre un amplio abanico de oportunidades profesionales de la dinámica y en constante evolución industria de la moda. Los alumnos están equipados con habilidades especializadas en marketing junto con un profundo entendimiento del negocio de la moda, lo que los hace candidatos ideales para una variedad de roles en marcas de moda, agencias de publicidad, medios digitales, empresas de moda y más. A continuación, se detallan algunas de las salidas profesionales más destacadas para titulados de un Máster en Marketing de Moda:

Estas son solo algunas de las muchas oportunidades profesionales disponibles para los graduados de un Máster en Marketing de Moda. Este sector ofrece salidas varias para aquellos apasionados por combinar la creatividad con estrategias de negocio en el mundo de la moda.

Especialista en arketing de Moda:

Encargado de desarrollar y ejecutar estrategias de marketing y comunicación para marcas de moda, incluyendo campañas publicitarias, promociones, y eventos.

Gerente de Marca:

Responsable de la gestión y posicionamiento de la marca en el mercado, asegurando que todas las actividades de marketing se alineen con la identidad y los valores de la marca.

Director de Comunicación de Moda:

Se encarga de supervisar todas las comunicaciones internas y externas de una empresa de moda, incluyendo relaciones públicas, eventos, y colaboraciones con medios e influencers.

Gerente de Redes Sociales y Contenido Digital:

Especializado en la creación de contenido atractivo y la gestión de plataformas de redes sociales para interactuar con la audiencia y aumentar la presencia online de la marca.

Analista de Tendencias de Moda:

Investigador especializado en prever tendencias futuras de moda y consumo, proporcionando insights valiosos para el desarrollo de productos y estrategias de marketing.

Profesional de Moda y Merchandising:

Trabaja seleccionando productos para tiendas o cadenas de moda, basándose en análisis de tendencias y comportamiento del consumidor, y también puede estar involucrado en la presentación visual de los productos.

Consultor de Moda y Marca:

Ofrece asesoramiento experto a marcas de moda sobre estrategias de marketing, desarrollo de productos, y mejoras operativas para aumentar la rentabilidad y el reconocimiento de marca.

Gestor de Eventos de Moda:

Planifica y ejecuta eventos de moda, como lanzamientos de productos, desfiles de moda, y exhibiciones, con el objetivo de promocionar la marca y sus productos.

Especialista en Marketing Digital y E-commerce

Enfocado en optimizar la presencia en línea de una marca de moda y aumentar las ventas a través de su sitio web y otros canales de comercio electrónico.

Responsable de Sostenibilidad en Moda:

Desarrolla e implementa estrategias y políticas de sostenibilidad dentro de una organización de moda, alineando las prácticas de negocio con objetivos ambientales y sociales.

ADMISIONES

Tanto la preinscripción como la pre matrícula quedan abiertas hasta comenzar el curso académico o completar plazas.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

nticmaster

Proceso de admisión

Preinscripción
Envío de solicitud para evaluar candidaturas.

Evaluación
Evaluación de candidaturas.

Pre-admisión
Confirmación como alumno del candidato.

Admisión
Envío de solicitud para evaluar candidaturas.

1. Preinscribirse cumplimentando el formulario ubicado en la pestaña “Preinscripción” de la web **www.mastermarketingmodaucm.com**
2. Enviar la documentación requerida a fin de evaluar la candidatura.
3. Entrevista con el solicitante.
4. Confirmación de selección.
5. Realización de un pago inicial.

Tanto la preinscripción como la pre matrícula quedan abiertas hasta comenzar el curso académico o completar plazas, estableciéndose lista de espera si procede. Los alumnos deberán ingresar 500 euros en concepto de pago inicial para el Máster semipresencial y 500 euros en concepto de pago inicial para el Máster online, los cuales les serán descontados del importe total de la matrícula. En ningún caso se tendrá derecho a devolución de dicha cantidad, a excepción de que no se llegara a celebrar el curso.

Documentación requerida

Alumnos con titulación de **España**

Los documentos identificativos requeridos para la inscripción en el Máster son:

- Fotocopia del documento de identidad/pasaporte.
- Certificado de notas oficial.
- Título universitario o resguardo de solicitud de título.
- Curriculum.

Alumnos con titulación de **Unión Europea**

- Currículum Vitae.
- Pasaporte/NIE (no válidas las cédulas de identificación de fuera de España).
- Título universitario (no es valido el certificado del título).
- Certificado oficial de notas.

*La documentación debe estar traducida al castellano por un traductor jurado homologado. (Solicitar listado oficial)

Alumnos con titulación de **Fuera de la Unión Europea**

- Currículum Vitae.
- Pasaporte/NIE (no válidas las cédulas de identificación de fuera de España).
- Título universitario legalizado con la Apostilla de la Haya (no es valido el certificado del título).
- Certificado oficial de notas.

*La documentación debe estar traducida al castellano por un traductor jurado homologado. (Solicitar listado oficial)

MODALIDADES

La evaluación de los alumnos se realizará a lo largo de todo el programa a través de ejercicios y casos prácticos.

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

nticmaster

Master Semipresencial

Duración

1 Año / 520 horas

60 ECTS

Próxima fecha prevista
Inicio: Octubre de 2026
Fin: Octubre de 2027

Viernes: De 16:00 a 21:00 h
Sábados: De 09:00 a 14:00 h

Lugar

Online con presencialidad de 3 semanas

Facultad de Comercio y Turismo de la UCM.

Universidad Complutense de Madrid, Av. de Filipinas, 3, Chamberí, 28003 Madrid

Precio

5.725 €

+ 40 € de tasas de secretaría

Pregunta por nuestras becas, facilidades de pago, prácticas en empresas y bolsa de trabajo.

Una vez finalizados y superados estos estudios, la Universidad Complutense de Madrid emitirá el título, conforme a las normas de admisión y matriculación de los títulos de Formación Permanente de la UCM

Metodología Semipresencial

La formación se realizará de forma tutorizada por los profesores. Se utilizará una plataforma de formación virtual para la comunicación entre los alumnos y profesores, creando una comunidad virtual de trabajo. Los distintos profesores de cada módulo, guiarán a los alumnos proponiendo actividades adicionales dependiendo del temario que se esté cubriendo en cada momento. La modalidad semipresencial contempla la realización de 3 semanas presenciales con master class impartidas por diferentes expertos para preparar los TFM y hacer networking.

Características plataforma On-line

La plataforma actuará como vía de comunicación entre el alumno y el entorno global de formación.

El estudiante tendrá información actualizada sobre los conceptos que se estén estudiando en cada momento, como enlaces a contenidos adicionales incluyendo noticias, artículos, etc.

Los alumnos deberán realizar y aprobar todas las prácticas de los distintos módulos, y realizar el trabajo fin de máster para poder aprobar el Máster.

La plataforma cuenta con:

- Mensajería individualizada para cada alumno integrada en la plataforma
- Vídeos
- Videotutorías
- Documentación
- Comunicación con los profesores vía mensajería, foro y chat

Master Online

Duración

1 Año / 520 horas

60 ECTS

Próxima fecha prevista
Inicio: Octubre de 2026
Fin: Octubre de 2027

Lugar

Plataforma Online

Precio

4.700 €

+ 40€ de tasas de secretaría

Pregunta por nuestras becas, facilidades de pago, prácticas en empresas y bolsa de trabajo.

Una vez finalizados y superados estos estudios, la Universidad Complutense de Madrid emitirá el título, conforme a las normas de admisión y matriculación de los títulos de Formación Permanente de la UCM

Metodología 100% Online

La formación se realizará de forma tutorizada por los profesores. Se utilizará una plataforma de formación virtual para la comunicación entre los alumnos y profesores, creando una comunidad virtual de trabajo. Los distintos profesores de cada módulo, guiarán a los alumnos proponiendo actividades adicionales dependiendo del temario que se esté cubriendo en cada momento.

Características plataforma On-line

La plataforma actuará como vía de comunicación entre el alumno y el entorno global de formación.

El estudiante tendrá información actualizada sobre los conceptos que se estén estudiando en cada momento, como enlaces a contenidos adicionales incluyendo noticias, artículos, etc.

Los alumnos deberán realizar y aprobar todas las prácticas de los distintos módulos, y realizar el trabajo fin de máster para poder aprobar el Máster.

La plataforma cuenta con:

- Mensajería individualizada para cada alumno integrada en la plataforma
- Vídeos
- Videotutorías
- Documentación
- Comunicación con los profesores vía mensajería, foro y chat

Contacto

Teléfono de información

+34 687 30 04 04

Correo electrónico

info@mastermarketingmodaucm.com

Sitio Web

www.mastermarketingmodaucm.com

***La dirección del Máster se reserva el derecho de modificar, suprimir y actualizar los profesores, la información y el programa del Máster



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID

ntic master