

MÁSTER EN DISEÑO Y DIRECCIÓN DE MODA



objetivos

El Máster en Diseño y Dirección de Moda ofrece, con un programa de formación combinada, las herramientas técnicas y teóricas necesarias para integrarse y desarrollarse profesionalmente en la industria de la creación de moda.

Una de las particularidades del mundo de la moda es su permanente evolución. Las nuevas tecnologías, la innovación textil y el desafío de la sostenibilidad son algunos de los parámetros clave que, en la actualidad, marcan el pulso de una industria cuyos métodos de funcionamiento y comunicación se han convertido en modelos de referencia para otras disciplinas.

La amplitud del sector de la moda y el lujo contemporáneos, ambos definidos por el triunfo de una estética emocional y sus impactos en la comunidad de consumidores, hace necesaria una formación transversal que contemple y desarrolle los tres principales pilares de su estructura: el diseño y la creación, la concepción de imágenes y su difusión, y la comercialización y comunicación de experiencias.

- Profundizar en conocimientos técnicos y experimentales de diseño de moda.
- Perfeccionar el uso de herramientas conceptuales ligadas a la creación.
- Conocer las estrategias de promoción de productos de moda en el mercado globalizado.
- Proporcionar mecanismos de comprensión teóricos y visuales de la industria actual de la moda y el lujo.
- Adquirir competencias en la creación de imágenes de moda aplicadas tanto al sector editorial como a la dirección creativa.
- Conocer las principales herramientas de marketing digital y comercialización de una firma de moda.
- Manejar nuevas tendencias en branding y difusión de contenidos de moda y lifestyle.
- Generar una red de contactos con personalidades relevantes del sector de la moda y el lujo en España.

áreas

área de creación y diseño

- Diseño experimental
- Eco-concepción de moda: materiales e innovación textil
- Creación digital
- Branding e identidad corporativa

área de imagen y dirección artística

- Moda, arte y sociedad
- Dirección creativa
- Imágenes de moda: fotografía y fashion film
- Estilismo y tendencias

área de management y comunicación

- Marketing y estrategia digital
- Producción y gestión de eventos de moda
- Industria global y desarrollo sostenible
- Fashion Management



salidas profesionales

- Diseñador de moda
- Dirección creativa
- Dirección de arte
- Estilista
- Mundo editorial
- Marketing y branding de firmas de moda
- Fashion Manager
- Comunicación de producto
- Producción de eventos de moda

programación

Diseño experimental

Proceso de diseño basado en la experimentación arquitectónica. Convertidos en arquitectos corporales, reinventamos la moda a través del patronaje experimental. Zero-waste, One-Piece-Construction, Minimal Seam o Parametric Design son los conceptos del siglo XXI. Todos ellos, ligados a la preocupación por la sostenibilidad, establecen alternativas a la industria de la moda actual.

Eco-concepción de moda: materiales e innovación textil

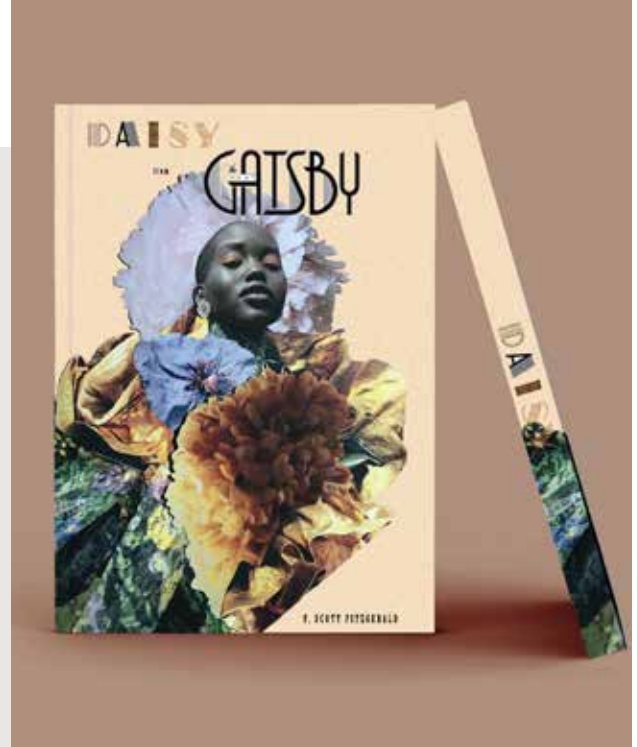
Investigación transdisciplinar que busca soluciones matéricas alternativas para el proyecto de moda. El objetivo principal: la concepción de materiales personalizados aplicables a envoltentes corporales únicas.

Creación digital

Necesitamos que las imágenes hablen de nuestros proyectos, que sirvan de diccionario para lo que queremos crear y dar a conocer. Relacionarse profesional y emocionalmente con lo digital para llegar a ser autosuficientes en un proceso global de creación.

Branding e Identidad visual

Serás capaz de analizar y crear sistemas visuales que traduzcan los conceptos, valores e ideas de marca a través del análisis, la síntesis conceptual, el enriquecimiento de la cultura visual y la habilidad y dominio del uso tipográfico, elementos gráficos, composiciones y tratamiento cromático.



Moda, arte y sociedad

La comprensión de la moda como “hecho social total” hace necesario el estudio atento de las múltiples relaciones que se tejen entre el vestido, la identidad y el cuerpo social. La importancia de pensar y analizar las distintas corrientes estéticas, sociológicas y antropológicas que fundamentan el proceso creativo del presente y del futuro.

Dirección creativa

Entenderás el proceso y la dirección creativa partiendo de un ejercicio real. La transformación de la industria y el mercado de la moda ya no nos permite ser sólo diseñadores. Es fundamental analizar de forma teórico-práctica los procesos de creación que abarcan desde la inspiración y análisis de macro-tendencias sociales y empresariales hasta la comunicación de marca y el producto.

Imágenes de moda: fotografía y fashion film

En un mundo marcado por el discurso de la imagen, es imprescindible desarrollar estrategias visuales capaces de transmitir valores y contenidos relevantes para el consumidor. Manejar los diferentes soportes analógicos y digitales de producción y comunicación visual.

programación

Estilismo y tendencias

El estilismo es el arte de construir mensajes y dar un sentido a la moda, la combinación de prendas para crear una intención y construir un discurso. Conocer, interpretar y utilizar los códigos de moda para construir ideas que den valor añadido a los proyectos como desarrollo de colecciones, presentación de "shows" de moda o material audiovisual relacionado con "e-commerce"

Marketing y Estrategia digital

Entender el entorno digital, es mandatory para cualquier marca de moda. Conocerás no sólo los conceptos y metodologías, sino que desarrollarás la capacidad de crear un storytelling transmedia que, integrando todos los canales y herramientas disponibles, les permita crear estrategias 360° eficaces y adaptadas a los recursos y necesidades de la marca.

Producción y gestión de eventos de moda

Diseño de experiencia: generar una emoción que perdure a través de un evento efímero. Se trabajarán los aspectos clave en el diseño, desarrollo y ejecución de eventos como desfiles, shootings, presentaciones o ventas pop-up, en los que se integran aspectos esenciales como identidad de marca, concepto creativo, tecnología y sostenibilidad.

Fashion management

Análisis y práctica en la dirección estratégica y gestión de la marca-colección-producto de moda enfocado a la gestión del ciclo completo: desde la planificación, el análisis de tendencias, el pricing, la negociación con proveedores, la conceptualización y estructuración de la colección, la gestión de muestrario y de producción, el control de calidad, la distribución y venta.



Industria y desarrollo sostenible

Un recorrido por la cadena de valor "sostenible" del producto de moda desde el análisis del contexto, tendencias y necesidad de los usuarios, la elección de materiales, el ecodiseño, el diseño del ciclo de vida del producto, la gestión de su cadena de suministro responsable, su modelo de venta y distribución, y su comunicación... hasta la nueva experiencia de usuario. Todo ello a través de estrategias de diseño y producción sostenibles con el objetivo de lograr el triple impacto positivo medioambiental, económico y social.

Proyectos

Pensar/investigar.

Proyectar/crear.

Comunicar/posicionar.

Mediante tutorías personalizadas y exhaustivas que supervisan todas las fases del proceso creativo (desde la dirección de arte e imagen gráfica a la creación de producto), generarás proyectos reales capaces de posicionarse en el mercado y en la industria actual.

docentes

Laura Suárez

Directora del Máster en Diseño y Dirección de Moda. Doctora en Filosofía y Psicoanálisis. Investigadora y docente de disciplinas ligadas a la Historia y Sociología de la moda y Teoría de la imagen. Programadora cultural.

Rubén Gómez

Licenciado en Hº del arte y en Diseño de moda. Presenta en MBFWM tres colecciones propias. Ha trabajado en marcas como Loewe, Pepe Jeans o el Corte Inglés. Es creador de la marca de joyería y bisutería BISS y docente de diseño y dirección creativa.

Pepa Salazar

Diseñadora de moda y directora creativa de Pepa Salazar, firma de culto española basada en el liderazgo personal y la independencia. Ha trabajado para marcas como Loewe y Opening Ceremony. Ganadora del Premio Samsung Ego Innovation Project en 2015.

Annita Rodríguez

Productor, directora creativa y de arte en campañas de imagen, publicitarias y eventos, con experiencia en la creación de estrategias de comunicación digital. Docente en marketing y organización de eventos.

Maria Mallo

Doctora Arquitecta y Técnico Superior en Artes Aplicadas a la Escultura. De espíritu multidisciplinar especializada en la auto-producción y los procesos creativos. Su actividad se centra en la investigación de geometrías naturales situándose en la intersección entre arquitectura, diseño y arte.

Miguel Becer

Diseñador de moda, director creativo de MANÉMANÉ y estilista de proyectos editoriales. En su trayectoria profesional destaca haber trabajado con marcas como Amaya Arzuaga, Ángel Schlesser, Bimba & Lola y Juan Vidal. Ganador del Premio Vogue Who's On Next 2015.

Silvia Gómez Cisneros

Diseñadora y consultora estratégica en diseño y sostenibilidad. Docente de diseño, moda sostenible y branding. Mentora de emprendedores en moda sostenible.

Rafafans

Director Creativo y Diseñador en proyectos museográficos, editoriales y publicitarios. Artista y creador digital. Docente de diseño y proyectos creativos.

Alex Henkes

Diseñadora de Moda y directora creativa de A HUG. Su trabajo destaca por su crítica a los problemas sociales y medioambientales, por su visión de futuro y su búsqueda de alternativas sostenibles para la industria de la moda.

Pablo Mariné

Diseñador y cofundador de Koln Studio. Se especializa en identidad visual basándose en la fusión de estilos y la relectura del diseño clásico y de vanguardia. Ha trabajado para empresas y marcas como SONY, ABSOLUT, Fundación La Caixa, Grupo Planeta, Movistar+ y SAMSUNG entre otras.

¿para quién?

Dirigido a

Diseñadores de moda que quieran profundizar en los procesos experimentales de creación.

Creadores vinculados a las bellas artes y humanidades e interesados en el diseño de moda.

Diseñadores interesados en la adquisición de competencias vinculadas a la comunicación, difusión y promoción digital de producto.

Personas interesadas en la gestión de eventos de moda



Requisitos

El alumno deberá tener un ordenador portátil propio, con unas especificaciones técnicas concretas, para realizar los ejercicios tanto en clase como en casa.



DURACIÓN

9 meses (420 horas)

FECHAS Y HORARIO

De octubre 2022 a Junio 2023

De lunes a Jueves de 10:00 a 14:00 hrs.

MATRÍCULA ABIERTA