



FORMACIÓN ONLINE

Titulación certificada por
EDUCA BUSINESS SCHOOL



Master en Coach en Moda y Estilismo

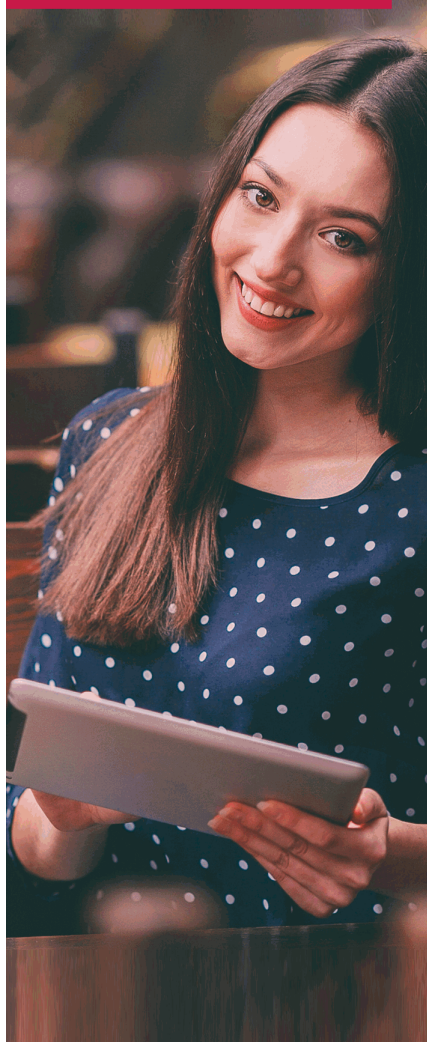
educa.net



LLAMA GRATIS: (+34) 958 050 217



Educa Business Formación Online



Años de experiencia avalan el trabajo docente desarrollado en Educa, basándose en una metodología completamente a la vanguardia educativa

SOBRE **EDUCA**

Educa Business School es una Escuela de Negocios Virtual, con reconocimiento oficial, acreditada para impartir formación superior de postgrado, (como formación complementaria y formación para el empleo), a través de cursos universitarios online y cursos / másteres online con título propio.

NOS COMPROMETEMOS CON LA **CALIDAD**

Educa Business School es miembro de pleno derecho en la Comisión Internacional de Educación a Distancia, (con estatuto consultivo de categoría especial del Consejo Económico y Social de NACIONES UNIDAS), y cuenta con **el Certificado de Calidad de la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)** de acuerdo a la normativa ISO 9001, mediante la cual se Certifican en Calidad todas las acciones

Los contenidos didácticos de Educa están elaborados, por tanto, bajo los parámetros de formación actual, teniendo en cuenta un sistema innovador con tutoría personalizada.

Como centro autorizado para la impartición de formación continua para personal trabajador, **los cursos de Educa pueden bonificarse, además de ofrecer un amplio catálogo de cursos homologados y baremables en Oposiciones**, dentro de la Administración Pública. Educa dirige parte de sus ingresos a la sostenibilidad ambiental y ciudadana, lo que la consolida como una Empresa Socialmente Responsable.

Las Titulaciones acreditadas por Educa Business School pueden **certificarse con la Apostilla de La Haya** (CERTIFICACIÓN OFICIAL DE CARÁCTER INTERNACIONAL que le da validez a las Titulaciones Oficiales en más de 160 países de todo el mundo).

Desde Educa, hemos reinventado la formación online, de manera que nuestro alumnado pueda ir superando de forma flexible cada una de las acciones formativas con las que contamos, en todas las áreas del saber, mediante el apoyo incondicional de tutores/as con experiencia en cada materia, y la garantía de aprender los conceptos realmente demandados en el mercado laboral.

Master en Coach en Moda y Estilismo

**DURACIÓN:**

600 horas

**MODALIDAD:**

Online

**PRECIO:**

1.200 €

Incluye materiales didácticos,
titulación y gastos de envío.**CENTRO DE FORMACIÓN:**

Educa Business School



Titulación

Titulación Expedida por EDUCA BUSINESS SCHOOL como Escuela de Negocios Acreditada para la Impartición de Formación Superior de Postgrado, con Validez Profesional a Nivel Internacional

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por parte de Educa Business School vía correo postal, la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Esta titulación incluirá el nombre del curso/master, la duración del mismo, el nombre y DNI del alumno, el nivel de aprovechamiento que acredita que el alumno superó las pruebas propuestas, las firmas del profesor y Director del centro, y los sellos de la instituciones que avalan la formación recibida (Euroinnova Formación, Instituto Europeo de Estudios Empresariales y Comisión Internacional para la Formación a Distancia de la



EDUCA BUSINESS SCHOOL
como Escuela de Negocios de Formación Superior de Postgrado
EXPIDE EL PRESENTE TÍTULO PROPIO
NOMBRE DEL ALUMNO
con D.N.I. XXXXXXXX ha superado los estudios correspondientes de

Centro de Formación
Superior de Postgrado
**EDUCA
BUSINESS
SCHOOL**

Nombre de la Acción Formativa

de 600 horas, perteneciente al Plan de Formación EUROINNOVA en la convocatoria de 2015
Y para que surtan los efectos pertinentes queda registrado con Número de Expediente EURO/XXXX-XXXX-XXXX-XXXXXX
Con una calificación de SOBRESALIENTE
Y para que conste expido la presente TITULACIÓN en
Granada, a 1 de Diciembre de 2015

La Dirección General

JESÚS MORENO HIDALGO

El/La Interesado/a

NOMBRE DEL ALUMNO/A



**RESPONSABILIDAD
SOCIAL
CORPORATIVA**

Descripción

Este Master en Coach en Moda y Estilismo le ofrece una formación especializada en la materia. Ante la elevada relevancia que están cobrando en el ámbito de la comunicación digital y las redes sociales los influencers famosos, ya sea en el sector de la moda o en cualquier otro, cada vez son más las empresas que buscan la colaboración de influencers de moda y blogger para dar a conocer sus productos y servicios, así como para poner en marcha promociones y campañas que logren una gran difusión en un periodo de tiempo muy breve. Esto hace que cada vez más personas quieran saber como ser influencer de moda. Aunque es cierto que no es sencillo hacer una guía sobre como hacerse influencer, si que podemos destacar y desarrollar ciertas dotes de comunicación y persuasión, combinadas con un dominio profesional de las redes sociales y sus herramientas, que son habituales en los influencers españoles más importantes. Por medio de Este Master influencer moda podrás desarrollar estas habilidades y competencias profesionales comunes en blogger, instagramer y otros profesionales.

Objetivos

Entre los objetivos a alcanzar a lo largo del master influencer moda podemos destacar los siguientes: - Conocer la figura de las influencers de moda y su papel en las redes sociales y en el marketing digital. - Conocer el proceso de creación y gestión de una marca personal. - Desarrollar las principales habilidades comunicativas que debe reunir los bloggers o instagramers para tener más éxito. - Aprender a gestionar las crisis en redes sociales, sabiendo actuar ante perfiles conflictivos como haters y trolls. - Saber cómo calcular el engagement en redes sociales. - Conocer las principales formas de publicidad en redes sociales por parte del influencer de moda. - Aprender a negociar con posibles anunciantes y patrocinadores. - Conocer la historia de la indumentaria y su influencia en la actualidad. - Destacar los cuidados y técnicas de embellecimiento personal. - Conocer las prendas y complementos masculinos y femeninos y su repercusión en la imagen personal. - Adecuar la imagen tanto a la vida cotidiana como a las ocasiones de etiqueta. - Conocer la figura del asesor de imagen y el "personal shopper". - Adquirir habilidades básicas del asesor de imagen, moda y vestuario como: conceptos de protocolo, desarrollo de habilidades sociales o habilidades comunicativas. - Conocer la figura del personal shopper. - Adquirir las habilidades sociales propias del personal shopper como: saber escuchar, tomar decisiones, etc. - Conocer el término coolhunting. - Destacar la importancia de la imagen personal. - Saber identificar al tipo de cliente que solicita los servicios del personal shopper. - Identificar las posibles rutas de tiendas según el estilo y las necesidades del cliente. - Conocer el mercado de trabajo de un personal shopper. - Aprender a crear blog de moda utilizando Wordpress.

A quién va dirigido

Este Master en Coach en Moda y Estilismo está dirigido a todos aquellos profesionales de esta rama profesional. Además este máster influencer moda se dirige a profesionales del sector de la moda y otros afines interesados en aprender que es un influencer y desarrollar un perfil de influencer en redes sociales o bien a través de un blog de moda o incluso un canal de Youtube. El master de influencers de moda se dirige a cualquier persona interesada en acceder a uno de los perfiles profesionales más novedosos del ámbito de la comunicación digital.

Para qué te prepara

Master en Coach en Moda y Estilismo **Ver Curso**

Este Master en Coach en Moda y Estilismo le prepara para conseguir una titulación profesional. A través del máster influencer de moda podrás los conocimientos y competencias profesionales más habituales entre las influencers de moda. Para ello conocerás qué es un influencer y qué papel juega en los medios sociales así como en las estrategias de marketing digital, aprenderás a crear y gestionar tu propia marca personal, recibirás una formación completa en el ámbito de la moda y la asesoría de imagen, conocimientos fundamentales y habituales en los influencers españoles de moda, o podrás crear desde cero tu propio blog de moda gracias a los conocimientos avanzados de Wordpress incluidos.

Salidas Laborales

Influencer / Community manager / Especialista en redes sociales y social media management / Blogger / Instagramers / Influencers de moda

Materiales Didácticos



- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Social Media Management'
- Manual teórico 'Diseño de Moda'
- Manual teórico 'WordPress'
- Manual teórico 'Gestión de Contenidos en Youtube'

- Manual teórico 'Técnico Influencer'
- Maletín porta documentos
- Manual teórico 'Técnico Influencer'
- Subcarpeta portafolios
- Dossier completo Oferta Formativa
- Carta de presentación
- Guía del alumno
- Bolígrafo

Formas de Pago

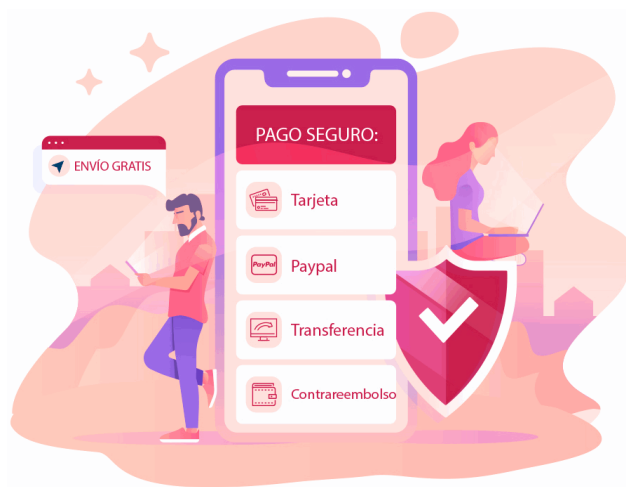
- Contrareembolso
- Tarjeta
- Transferencia
- Paypal

Otros: PayU, Sofort, Western Union, SafetyPay

Fracciona tu pago en cómodos plazos sin intereses

+ Envío Gratis.

Llama gratis al teléfono
(+34) 958 050 217 e
infórmate de los pagos a
plazos sin intereses que
hay disponibles



Financiación

Facilidades económicas y financiación 100% sin intereses.

En Educa Business ofrecemos a nuestro alumnado facilidades económicas y financieras para la realización de pago de matrículas, todo ello 100% sin intereses.

30% Beca Desempleo: Para quienes atraviesen un periodo de inactividad laboral y decidan que es el momento para invertir en la mejora de sus posibilidades futuras.

10% Beca Alumnos: Como premio a la fidelidad y confianza ofrecemos una beca a todos aquellos que hayan cursado alguna de nuestras acciones formativas en el pasado.



Metodología y Tutorización

El modelo educativo por el que apuesta Euroinnova es el **aprendizaje colaborativo** con un método de enseñanza totalmente interactivo, lo que facilita el estudio y una mejor asimilación conceptual, sumando esfuerzos, talentos y competencias.

El alumnado cuenta con un **equipo docente** especializado en todas las áreas.

Proporcionamos varios medios que acercan la comunicación alumno tutor, adaptándonos a las circunstancias de cada usuario.

Ponemos a disposición una **plataforma web** en la que se encuentra todo el contenido de la acción formativa. A través de ella, podrá estudiar y comprender el temario mediante actividades prácticas, autoevaluaciones y una evaluación final, teniendo acceso al contenido las 24 horas del día.

Nuestro nivel de exigencia lo respalda un **acompañamiento personalizado**.



Redes Sociales

Síguenos en nuestras redes sociales y pasa a formar parte de nuestra gran **comunidad educativa**, donde podrás participar en foros de opinión, acceder a contenido de interés, compartir material didáctico e interactuar con otros/as alumnos/as, ex alumnos/as y profesores/as. Además, te enterarás antes que nadie de todas las promociones y becas mediante nuestras publicaciones, así como también podrás contactar directamente para obtener información o resolver tus dudas.



Reinventamos la Formación Online



Más de 150 cursos Universitarios

Contamos con más de 150 cursos avalados por distintas Universidades de reconocido prestigio.



Campus 100% Online

Impartimos nuestros programas formativos mediante un campus online adaptado a cualquier tipo de dispositivo.



Amplio Catálogo

Nuestro alumnado tiene a su disposición un amplio catálogo formativo de diversas áreas de conocimiento.



Claustro Docente

Contamos con un equipo de docentes especializados/as que realizan un seguimiento personalizado durante el itinerario formativo del alumno/a.



Nuestro Aval AEC y AECA

Nos avala la Asociación Española de Calidad (AEC) estableciendo los máximos criterios de calidad en la formación y formamos parte de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA), dedicada a la investigación de vanguardia en gestión empresarial.



Club de Alumnos/as

Servicio Gratuito que permite a nuestro alumnado formar parte de una extensa comunidad virtual que ya disfruta de múltiples ventajas: beca, descuentos y promociones en formación. En este, se puede establecer relación con alumnos/as que cursen la misma área de conocimiento, compartir opiniones, documentos, prácticas y un sinfín de intereses comunitarios.



Bolsa de Prácticas

Facilitamos la realización de prácticas de empresa, gestionando las ofertas profesionales dirigidas a nuestro alumnado. Ofrecemos la posibilidad de practicar en entidades relacionadas con la formación que se ha estado recibiendo en nuestra escuela.



Revista Digital

El alumnado puede descargar artículos sobre e-learning, publicaciones sobre formación a distancia, artículos de opinión, noticias sobre convocatorias de oposiciones, concursos públicos de la administración, ferias sobre formación, y otros recursos actualizados de interés.



Innovación y Calidad

Ofrecemos el contenido más actual y novedoso, respondiendo a la realidad empresarial y al entorno cambiante, con una alta rigurosidad académica combinada con formación práctica.

Acreditaciones y Reconocimientos



Temario

PARTE 1. INFLUENCERS DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN. LA FIGURA DEL INFLUENCER

- 1.¿Qué es un influencer?
 - 1.- Importancia del feedback
- 2.Tipos de influencers
 - 1.- Influencer digital
- 3.Diferencias entre un macroinfluencer y un microinfluencer
- 4.Pautas iniciales para ser influencer

UNIDAD DIDÁCTICA 2. PERSONAL BRANDING. CREACIÓN Y GESTIÓN DE TU MARCA PERSONAL

- 1.¿Qué es la marca personal?
- 2.Ventajas de crear una marca personal
- 3.Cómo crear una marca personal o personal branding
 - 1.- Creación de personal branding
 - 2.- Difusión de contenidos de interés
 - 3.- Monitorización
 - 4.- Monetización para rentabilizar trabajo
- 4.Digital Branding Management

UNIDAD DIDÁCTICA 3. HABILIDADES Y COMPETENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

- 1.Introducción a la comunicación
- 2.La comunicación comercial tradicional
 - 1.- El mix de comunicación comercial
- 3.La comunicación digital
- 4.La comunicación global de la empresa: identidad e imagen corporativa
- 5.Comunicación Integral de Marketing (CIM)

UNIDAD DIDÁCTICA 4. RELACIONES PÚBLICAS

1. Introducción de las Relaciones Públicas
 - 1.- Relaciones públicas y publicidad
2. ¿Cómo montar una operación de relaciones públicas?
 - 1.- Investigación
 - 2.- Objetivos
 - 3.- Estrategia
 - 4.- Plan RRPP
 - 5.- Implementación
 - 6.- Seguimiento
 - 7.- Evaluación

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE CRISIS EN REDES SOCIALES. CÓMO ACTUAR ANTE HATERS Y TROLLS

1. Creación de un plan de crisis
 - 1.- Definición de responsables en un plan de crisis
 - 2.- Identificar los influencers de una marca
 - 3.- Diseñar plan de acción
 - 4.- Crear escenarios de una crisis
 - 5.- Definir tipo de respuesta
2. Ejemplos de crisis bien gestionadas
 - 1.- Error de Pepsi
 - 2.- Donettes
3. Aparición de individuos malignos en redes sociales
 - 1.- ¿Qué es un troll?
 - 2.- ¿Qué es un hater?
 - 3.- ¿Cómo actuar ante ellos?

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS: CÓMO CALCULAR EL ENGAGEMENT

1. ¿Qué es el engagement?
2. ¿Cómo podemos conseguir engagement?
3. Métricas de engagement en redes sociales
4. ¿Qué es el CTR?
 - 1.- Razones por las que manipular el CTR no resulta útil
 - 2.- Importancia del CTR
5. Fórmula para calcular el engagement en redes sociales
6. Fórmula para calcular engagement de un influencer

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES: POST PATROCINADOS, RESEÑAS Y CONCURSOS

1. Introducción
2. ¿Qué es el post patrocinado?

- 3. ¿Qué es una reseña?
 - 1.- ¿Cómo creamos una reseña en Facebook?
- 4. ¿Qué es un concurso?
 - 1.- Tipos de concursos

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ESTRATEGIAS DE NEGOCIACIÓN CON PATROCINADORES Y ANUNCIANTES

- 1. Introducción a los tipos de anuncios en buscadores
- 2. Anuncios de búsqueda
 - 1.- Tipos de anuncios
- 3. Remarketing
- 4. Publicidad en Youtube

PARTE 2. COOL HUNTER PROFESSIONAL

TEMA 1. PREHISTORIA Y EDAD ANTIGUA

- 1. Prehistoria
- 2. Mesopotamia: sumerios, babilonios y asirios, persas y medos
- 3. Egipto
- 4. Creta: civilización minoica
- 5. Grecia
- 6. Etruria
- 7. Roma
- 8. Imperio Bizantino

TEMA 2. EDAD MEDIA Y RENACIMIENTO

- 1. Edad Media
- 2. Indumentaria en la Edad Media
- 3. Renacimiento
- 4. Indumentaria en el Renacimiento

TEMA 3. BARROCO Y ROCOCÓ

- 1. Barroco: siglo XVII
- 2. Rococó: siglo XVIII

TEMA 4. SIGLO XIX

- 1. Siglo XIX
- 2. Indumentaria femenina
- 3. Indumentaria masculina

TEMA 5. SIGLO XX

- 1. Introducción al siglo XX
- 2. Período de 1900 a 1950
- 3. Período de 1950 a 2000
- 4. El Siglo XXI

TEMA 6. ICONOS DE LA MODA Y DISEÑADORES DEL SIGLO XX

1. Iconos de la Moda del siglo XX
2. Diseñadores de Moda del Siglo XX

TEMA 7. CUIDADOS Y TÉCNICAS DE EMBELLECIMIENTO PERSONAL

1. Nociones básicas de nutrición y dietética
2. Pirámide Nutricional
3. Clasificación de los alimentos
4. Índice de Masa Corporal (IMC)
5. Alteraciones y Trastornos de la alimentación

TEMA 8. LA INDUMENTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN PERSONAL

1. Canon de belleza: concepto y evolución
2. Proporciones idealizadas de la figura humana
3. Medidas antropométricas
4. Medidas Antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
5. Automedición de las proporciones corporales

TEMA 9. ESTILISMO EN EL VESTIR

1. Concepto de Estilismo
2. Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
3. Materiales y Tejidos

TEMA 10. PRENDAS FEMENINAS Y MASCULINAS

1. Prendas femeninas
2. Prendas masculinas

TEMA 11. COMPLEMENTOS FEMENINOS Y MASCULINOS

1. Complementos femeninos
2. Complementos masculinos

TEMA 12. CONCEPTOS BÁSICOS DE PROTOCOLO, USOS Y HABILIDADES SOCIALES

1. Protocolo
2. Tipos de actos protocolares
3. Usos y Habilidades Sociales

TEMA 13. IMAGEN PERSONAL Y COMUNICACIÓN

1. Conceptos Generales de la Comunicación
2. Los tipos de comunicación: comunicación corporal y oral
3. Habilidades conversacionales
4. La imagen personal y el entorno

TEMA 14. HABILIDADES SOCIALES DEL PERSONAL SHOPPER

1. Introducción
2. ¿Qué son las habilidades sociales?
3. Habilidades sociales del personal shopper
4. Perfil del personal shopper

TEMA 15. COOLHUNTING

- 1.Introducción al coolhunting
- 2.¿Qué es ser cool?
- 3.¿Qué es el coolhunting?
- 4.Figura del coolhunter
- 5.Coolhunting digital
- 6.Tendencias

TEMA 16. MERCADO DE TRABAJO DEL PERSONAL SHOPPER

- 1.Introducción
- 2.El mercado de trabajo actual
- 3.Capacidad emprendedora del personal shopper
- 4.Empoderamiento

PARTE 3. DISEÑO DE MODA

UNIDAD DIDÁCTICA 1. HISTORIA DE LA MODA

- 1.Teoría de la moda
- 2.El diseñador y las tendencias
- 3.La moda internacional
- 4.La moda española
- 5.Revistas y prensa especializada

UNIDAD DIDÁCTICA 2. LA INDUMENTARIA Y SU REPERCUSIÓN EN LA IMAGEN PERSONAL

- 1.Canon de belleza: concepto y evolución
- 2.Proporciones idealizadas de la figura humana
- 3.Medidas antropométricas
- 4.Protocolo para tomar medidas antropométricas
- 5.Medidas antropométricas para un estudio de asesoría de vestuario
- 6.Peso corporal
- 7.Estatura
- 8.Talla Sentada
- 9.Envergadura
- 10.Perímetros
- 11.Pliegues cutáneos
- 12.Automedición de las proporciones corporales

UNIDAD DIDÁCTICA 3. ESTILISMO EN EL VESTIR

- 1.Concepto de estilismo
- 2.Conceptos básicos sobre el estilismo en el vestir
- 3.Estilos de vestuario
- 4.La Alta Costura
- 5.Moda Prêt-à-porter
- 6.Fondo de armario o vestuario básico

- 7. Materiales y tejidos
- 8. Tipos de fibras textiles
- 9. Principales tejidos
- 10. Simbología del etiquetado
- 11. Conservación de las prendas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ESTILISMO Y TENDENCIAS EN LA MODA

- 1. Introducción a las tendencias
- 2. Música: artistas que marcan estilo
- 3. Arte: principales inspiraciones y ejemplos
- 4. El fenómeno blogger
- 5. El cine como generador de estilo
- 6. Webs de referencia
- 7. Cómo analizar los desfiles
- 8. Cómo buscar en las redes sociales
- 9. Libros de tendencias
- 10. Siluetas destacadas
- 11. Calendario de la moda
- 12. Conocimiento de los ciclos en la moda
- 13. Fotografía

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DE MODA

- 1. Dibujo de moda. Dibujo de figurín
- 2. Las líneas de construcción de la figura humana
- 3. Los cánones de proporción humana
- 4. Análisis geométrico de la figura
- 5. El equilibrio y movimiento
- 6. La perspectiva y el escorzo
- 7. La cabeza
- 8. Anatomía artística
- 9. Dibujo artístico
- 10. Tejidos y colores
- 11. Diseño de moda por ordenador
- 12. Marketing en la moda
- 13. El mercado de la moda y su entorno
- 14. La segmentación, el posicionamiento e investigación de mercados en la moda
- 15. El consumidor del producto moda
- 16. El producto de moda y marca
- 17. Los precios

UNIDAD DIDÁCTICA 6. PREPARACIÓN Y DISEÑO DE COLECCIONES

- 1. Introducción al proceso de creación

- 2.Fase de ideación
- 3.Fase de creación técnica
- 4.Patronaje
- 5.Creación, diseño y patronaje
- 6.Industrialización de los modelos
- 7.El patrón base
- 8.Prototipos
- 9.Corte y confección
- 10.Corte
- 11.Puntadas
- 12.Confección de diferentes prendas de vestir
- 13.Planchado y acabado
- 14.Presentación y difusión de la colección

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FUNCIONES Y PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE DISEÑO DE MODA

- 1.Conceptos generales de Diseño de moda
- 2.Concepción de las diferentes fases del proceso de diseño.
- 3.Introducción al sistema operativo y periféricos:
- 4.Introducción al hardware y software de moda
- 5.Organización informática: creación y organización de directorios, movilidad de documentos, copias, etc.
- 6.Manipulación de ficheros, cortar, pegar, insertar, borrar, etc.
- 7.Los periféricos; variantes y utilidades.
- 8.Programas informáticos de diseño de moda: secuencia de los flujos de trabajo, conceptos básicos, sistema operativo y base de datos.
- 9.Técnicas de transformación y escalado de patrones informáticos.

UNIDAD DIDÁCTICA 8. TÉCNICAS DE CONFECCIÓN DE PATRONES

- 1.Concepto de proyecto de moda.
- 2.Planificación de las fases de un encargo.
- 3.Conceptos generales de Diseño de Moda.
- 4.Técnicas de patrón.
- 5.Tipología de medidas.
- 6.Técnicas de obtención de información.
- 7.Técnicas de presentación del proyecto.

UNIDAD DIDÁCTICA 9. TÉCNICAS DE PATRÓN, MODELO Y ESCALADO

- 1.Fases del proyecto
- 2.Descripción del proceso de patronaje
- 3.Ficha técnica:
- 4.Descripción.
- 5.Cuestionario.
- 6.Ficha técnica del modelo.

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PROCESOS DE FABRICACIÓN DE DISEÑO DE MODA

1. Tipología de proveedores de Diseño de Moda.
2. Fases del proyecto de creación de prendas y / o accesorios.
3. Clasificación de la documentación.
4. Tipología de las diferentes técnicas de fabricación.
5. Políticas medioambientales vigentes en el Diseño de Moda.
6. Normativa de la Propiedad Intelectual en el Diseño de Moda.

PARTE 4. CREACIÓN Y GESTIÓN DE BLOG DE MODA CON WORDPRESS

TEMA 1. INTRODUCCIÓN A WORDPRESS

1. ¿Que es un blog?
2. ¿Que es Wordpress?
3. Diferencias entre WordPress.com y WordPress.org

TEMA 2. PLATAFORMA WORDPRESS.COM

1. Darse de Alta
2. Portada y tablero
3. Crear un Post
4. Subir Imágenes, videos y audio en un post
5. Crear páginas y enlaces
6. Gestión, diseño y categorías
7. Comentarios, ajustes y usuarios

TEMA 3. INSTALAR WORDPRESS.ORG

1. Requisitos de la instalación
2. Darse de alta en un servidor
3. Crear un espacio web
4. Crear una base de datos
5. Descargar WordPress.org
6. Configurar el FTP
7. Instalar WordPress.org

TEMA 4. AJUSTES DE CONFIGURACIÓN

1. Ajustes generales
2. Ajustes de Escritura
3. Ajustes de Lectura
4. Ajustes de Comentarios
5. Ajustes de Medios
6. Ajustes privacidad y enlaces

TEMA 5. AÑADIR CONTENIDO I

1. Añadir una nueva entrada I
2. Añadir una nueva entrada II
3. Multimedia en una Entrada I
4. Multimedia en una entrada II
5. Menú Multimedia

TEMA 6. AÑADIR CONTENIDO II

1. Categorías
2. Etiquetas
3. Enlaces
4. Comentario
5. Páginas

TEMA 7. OTRAS POSIBILIDADES DE WORDPRESS

1. Revisiones y Papelera
2. Herramientas I
3. Herramientas II
4. Usuarios
5. Perfil de usuario
6. Crear un avatar personalizado

TEMA 8. PLANTILLAS

1. Instalar Temas I
2. Instalar Temas II
3. Menús
4. Fondo y cabeceras
5. Los widgets
6. El Editor y Estructura

TEMA 9. PLUGINS

1. Conceptos básicos
2. Instalar plugins
3. Clasificación plugins
4. Plugining sociable
5. Plugining global flash gallery

TEMA 10. SEO

1. Introducción
2. Url y título
3. Mapa web, navegación y diseño
4. Contenido duplicado
5. Optimizar imágenes

PARTE 5. SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite

11.Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

- 1.Introducción a LinkedIn
- 2.Linkedin para empresas
- 3.Creación de perfil y optimización
- 4.Grupos
- 5.SEO para LinkedIn
- 6.Analítica en LinkedIn
- 7.Linkedin Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

- 1.Introducción a Youtube
- 2.Vídeo Marketing
- 3.Crear una canal de empresa
- 4.Optimización del canal
- 5.Creación de contenidos
- 6.Gestión de comentarios
- 7.Youtube Analytics
- 8.Youtube vs Vimeo
- 9.Keyword Tool
- 10.Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

- 1.Introducción a Facebook Ads
- 2.Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
- 3.Segmentación: públicos
- 4.Presupuesto
- 5.Formatos de anuncios
- 6.Ubicaciones
- 7.Administrador de anuncios
- 8.Seguimiento y optimización de anuncios
- 9.Power Editor
- 10.Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 8. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

- 1.Introducción a Instagram Ads
- 2.Objetivos publicitarios
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Presupuesto
- 6.Instagram Partners
- 7.Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

- 1.Objetivos publicitarios
- 2.Audiencias en Twitter
- 3.Tipos de anuncios
- 4.Administrador de anuncios
- 5.Creación de campañas y optimización
- 6.Twitter Cards
- 7.Instalación código de seguimiento
- 8.Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

- 1.Introducción a LinkedIn Ads
- 2.Formatos de anuncios
- 3.Objetivos publicitarios
- 4.Creación de campañas
- 5.Segmentación
- 6.Presupuesto
- 7.Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

- 1.Ventajas de la publicidad en Youtube
- 2.Youtube y Google Adwords
- 3.Tipos de anuncios en Youtube
- 4.Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
- 5.Creación de anuncios desde Youtube