



DIPLOMADO

Tendencias, marcas y moda

DiseñoUDD

>>> **30 DE JULIO AL 12 DE NOVIEMBRE 2018** | 100 horas cronológicas |

Lunes y miércoles de 18:30 a 21:30 horas (Universidad del Desarrollo: Av. Plaza 680, Las Condes) + 7 sábados

INTRODUCCIÓN

El mundo está viviendo los efectos de una revolución comunicacional. La humanidad se encuentra conectada instantáneamente, sobreinformada gracias a la infinidad de contenidos que generan los medios y las empresas del *mainstream* y el lujo.

“**Tendencias, marcas y moda**” es el nombre de la nueva versión del exitoso **Diplomado Trends & Brands**, impartido por la Facultad de Diseño UDD durante 2016. Un programa que ofrece la clave para la comprensión de la comunicación estratégica de las más innovadoras y glamorosas marcas globales. Una herramienta que será esencial para conocer, interpretar y aprovechar las nuevas tendencias que se presentan hoy en la comunicación corporativa con un enfoque específico en el mundo del diseño y de la Moda.

Conoce la evolución de las estrategias comunicacionales de las marcas internacionales y cómo pronosticar futuras oportunidades. Explora e interpreta nuevas tendencias de la moda, el diseño y el *lifestyle* con que las marcas se implementan hoy.



DIRIGIDO A

Arquitectos, diseñadores de interiores, diseñadores industriales, diseñadores gráficos, artistas visuales y profesionales con experiencia acreditada en campos relacionados.

OBJETIVOS

Al término del programa el alumno deberá comprender modelos sociales e históricos culturales y cómo estos inciden en la comunicación estratégica de las marcas.

También comprenderá e interpretará las nuevas tendencias de la comunicación empresarial, con especial atención al mundo de la moda y del diseño.

Explorará el papel del diseño en la empresa, en una comparación entre la industria chilena y la europea, con un análisis de tendencias de ambos mercados.

Además, quienes cursen este programa lograrán analizar el nuevo objetivo de la industria de la moda, los principales instrumentos de comunicación corporativa y las tendencias en las estrategias de comunicación, en relación con los eventos corporativos, la publicidad y la promoción en general.

METODOLOGÍAS

Exposición de Contenidos / Análisis de Casos / Discusión Guiada / Trabajo Grupal / Aprendizaje por Proyecto



CONTENIDOS

● Unidad I:

La evolución del imaginario, la "Difusión de la Tendencia" en el mercado y los pronosticadores de tendencias

Estudio de los modelos sociales, culturales e históricos como nuevo contenido para las tendencias en el mundo de la comunicación empresarial. Los elementos principales para la "Difusión de la tendencia" y las herramientas para los pronosticadores de tendencias.

- ¿Qué es la tendencia?
- Elementos sobre la Difusión de la Tendencia.
- La difusión de innovaciones.
- Las características para adoptar una innovación.
- El canal de comunicación.
- Trend Watching.
- El pronosticador de tendencias (Trend Forecaster).
- Global Trend Forecasting.

● Unidad II:

Moda y tendencia

Una visión del mundo de la moda a través de su historia, sus contradicciones y la estrecha relación con el arte contemporáneo. También se ofrecerán algunos elementos para interpretar las nuevas tendencias en el campo de la moda y de la comunicación fashion en general.

- Historia y contradicciones de las principales marcas de moda.
- Historia de la comunicación de la moda.
- El nuevo target de la moda.
- Las tendencias en la comunicación del mundo de la moda.
- Moda y arte contemporáneo.
- Megatrends.
- Materiales, color y forma.



● Unidad III

¿A dónde va el nuevo Diseño?

Explorar el papel del diseño en la empresa en Chile, en las diferentes áreas de esta materia, comparando la industria chilena y la europea. En esta parte, se analizarán también las principales tendencias del mercado en este sector.

- La función estratégica del diseño en la empresa.
- Historia del diseño chileno.
- El diseño chileno y el diseño europeo.
- La contemporaneidad y las tendencias.
- El diseño "glocal".
- Autoproducción y empresa de diseño. ¿Una batalla o un encuentro?

● Unidad IV

Nueva comunicación corporativa

Análisis de los principales instrumentos de comunicaciones corporativas. Se profundizará en las tendencias de estrategias comunicacionales relacionadas con los eventos corporativos, publicidad y promoción en general.

- Las principales herramientas de la comunicación estratégica.
- "*Exhibition Trend*": Mostrar el alma de la marca.
- Lenguaje visual de empresa: desde el principio hasta el contemporáneo.
- Publicidad y promoción.
- Las nuevas herramientas de comunicación.

● Unidad V

Trabajo final (práctico)



EQUIPO DOCENTE



MARCO MONTEMAGGI:

Director del Diplomado. Miembro de la junta directiva de Museimpresa (Asociación Italiana de Museos y Archivos de Empresa); asesor de identidad de marca para Diesel spa; profesor de Polimoda en Florencia (Italia) y de la Facultad de Diseño de la Universidad del Desarrollo. Autor del libro Heritage Marketing. Fue Jurado Internacional en el "Premio Chile Diseño" 2013 y en el Santiago International Fashion Film Festival 2015.



LUZ BRICEÑO:

Diseñadora de Vestuario. Creadora de la marca La Joya Design. Durante su trayectoria por Europa exportó sus colecciones a Alemania, Italia, Portugal y España. Ganó el premio de las mejores ventas en Moda Fad (2006); el de Mejor Tienda Emergente por su espacio en Alonso de Córdova de Revista ED (2008); y el segundo lugar como Mejor Diseñadora de Moda en Chile para la pasarela Raíz Diseño (2011). Actualmente, está liderando la creación de la primera Asociación de Diseñadores de Moda de Chile - ADMC.



MANUEL FIGUEROA:

Diseñador de la Universidad Diego Portales (UDP). Cuenta con tres diplomados: en Tipografía Digital y en Políticas Públicas de la Pontificia Universidad Católica de Chile; y en Política y Gobierno de la UDP. Es alumno del programa del Magíster en Política y Gobierno de la misma casa de estudios. Es evaluador en la Línea de Innovación Pública de los premios Avonni (Premio Nacional de Innovación) y de proyectos en la Línea de Innovación de la Dirección de Investigación y Desarrollo FAU, Universidad de Chile. Además es embajador del Diseño Latino (Universidad de Palermo, Argentina) y docente del Magíster en Gestión de Diseño e Innovación (Universidad Mayor). Coordinador de la primera Bienal de Tipos Latinos en Chile.



DOCENTES INVITADOS



ANDREA CALELLA / Italia.

Diseñador con trayectoria en comunicación, producción de moda y visual merchandising para Velmar S.p.A. (Aeffe Group). Design manager (2007-2014) para Tonino Lamborghini S.p.A. Columnista para carlagozzi.it.



ALEXIS CARREÑO / Chile.

Doctor en Historia del Arte y Crítica (Universidad Estatal de Nueva York); magíster en Artes Visuales (Universidad de Chile). Organizador del Seminario "Arte/Moda: Intersecciones" (MAC, 2016), integrante de panel Fashion and the Avant-garde (College of Art Association, Nueva York, 2015).



ELISA FULCO / Italia.

Historiadora del arte, consultora de estrategias culturales y curadora de arte contemporáneo, diseño y moda. Curadora de Massimo and Sonia Cirulli Archive, Bologna y Nueva York. Docente en la Academia de Bellas Artes, Italia.



DANIEL GIL RODRIGO / Chile.

Fotógrafo y director de Estudio Matta. Trabaja en moda y publicidad, con estudios y experiencia en Chile, España y Londres. Publicaciones en revistas nacionales e internacionales como GQ Latinoamérica, Metal, Neo2, Hunger, Mujer, Paula y One Book.



ANTONIA MORENO / Chile.

Máster en Diseño Estratégico Politécnico de Milán. Diseñadora y trendwatcher con experiencia en análisis de tendencias para Latam Airlines, Almagro, Easy, Paris, Almagro.



OSVALDO ZORZANO / Chile.

Diseñador y Car Design Master de la Scuola Politécnica di Design.



NANO PULGAR / Chile.

Diseñador y Car Design Master de Scuola Politécnica di Design.