

DIPLOMA

VOGUE

Experto en
Marketing Digital

EN EL SECTOR DE MODA, LUJO Y BELLEZA

CONDÉ NAST
COLLEGE AMERICAS

EN COLABORACIÓN ACADÉMICA CON



DIPLOMA **VOGUE**: *EXPERTO EN MARKETING DIGITAL EN EL SECTOR DE MODA, LUJO Y BELLEZA*

Programa que ofrece la Facultad de Diseño de la Universidad Anáhuac México en colaboración con Condé Nast College Américas.

Objetivo general del programa:

Cada vez más, las marcas de lujo y de tipo Premium han incorporado el marketing digital a sus estrategias de comunicación y promoción, sin abandonar las particularidades de creatividad, excelencia y eficacia que las caracterizan. El *e-commerce* crece espectacularmente de año en año y las marcas de gran consumo han adoptado estrategias propias del lujo para hacer de la experiencia de la compra una de sus herramientas de promoción más importantes.

Los profesionistas y ejecutivos de diversas áreas interesados en el sector del lujo conocerán y aplicarán, a través de este Diplomado vanguardista, las últimas tendencias en plataformas digitales y redes sociales que han supuesto una transformación radical en la comunicación y el marketing.

El Diplomado pone al servicio de los alumnos el *expertise* de Condé Nast (Vogue, Glamour, AD, Vanity Fair, etc.) en el terreno de la comunicación digital junto a los mejores profesionales de la industria del lujo, las nuevas plataformas sociales, el marketing y la comunicación, y la experiencia docente y el prestigio de la Universidad Anáhuac México.

Modalidad: Online (clases en vivo vía Zoom)

Fecha de inicio: 09 de marzo del 2021

Fecha de terminación: 10 de junio de 2021

Total de horas del programa: 100 horas

Horario: martes y jueves de 17:30 a 21:30 hrs.

Costo: \$46,400 MXN / \$2,410 USD

Dirigido a:

Este programa se dirige a alumnos con formación previa en disciplinas relacionadas con mercadotecnia, publicidad, diseño, moda, comunicación o carreras afines que busquen una especialización que les ponga en contacto con el sector. También a profesionistas recién egresados.

Ofrecemos la posibilidad de realizar prácticas dentro de Condé Nast o en empresas relacionadas con el programa académico.

TEMARIO

TEMA 1. Introducción al sector y a las marcas del universo del lujo

Duración: 18 horas

- 1.1 Introducción al Mercado del lujo
- 1.2 Motivaciones del consumidor de marcas de lujo: intrínsecas y extrínsecas
- 1.3 Concepto de marca y sus dimensiones perceptuales
- 1.4 Ética y sostenibilidad en marcas de lujo
- 1.5 Dimensiones funcionales vs dimensiones emocionales en las marcas de lujo
- 1.6 Modelos de valoración de marcas
- 1.7 Dimensiones de la personalidad de marca
- 1.8 Monitorización de la imagen de marca en redes sociales
- 1.9 Monitorización del sentimiento hacia la marca en redes sociales
- 1.10 Auditoria y métricas del valor de marca on-line

TEMA 2. Fundamentos del marketing digital

Duración: 20 horas

- 2.1 Conociendo al usuario: principales hábitos en los hábitos de consumo
- 2.2 El *Consumer Journey*
- 2.3 Consideraciones sobre decisiones de compra basadas en impacto de las marcas en el bienestar de las personas
- 2.4 Analítica web y *Research* para mejorar la toma de decisiones
- 2.5 Plan de marketing digital: POEM (*Paid, owned and earned media*)
- 2.6 Principios básicos de SEO y SEM. Posicionamiento en buscadores
- 2.7 Captación y fidelización: e-mail marketing
- 2.8 CRM

TEMA 3. Plan de marketing y gestión de presupuestos

Duración: 10 horas

- 3.1 Análisis del mercado publicitario de las marcas de lujo: inversión total por medios, sectores, y marcas
- 3.2 Consumo de medios 360° del consumidor de lujo, incluidos medios digitales

- 3.3 Herramientas de investigación de mercados y consumidores
- 3.4 Herramientas de medición de resultados
- 3.5 Definición de estrategia y plan de medios
- 3.6 Gestión del presupuesto de plan de medios

TEMA 4. Publicidad digital y planificación de medios. Compra y venta programática

Duración: 18 horas

- 4.1 Publicidad digital y planeación de medios
 - 4.1.1 ¿Cómo funciona la publicidad?
 - 4.1.2 Diferentes teorías sobre el funcionamiento de la publicidad
 - 4.1.3 Niveles de la respuesta del mercado: *learn – feel – do*
 - 4.1.4 Estilos publicitarios y su eficacia *online*
 - 4.1.5 El ecosistema de la publicidad: tipos de agencias, actores y medios
 - 4.1.6 El *briefing*
 - 4.1.7 Gestión publicitaria ética y transparente
 - 4.1.8 Planificación estratégica de la publicidad y comportamiento de la audiencia
 - 4.1.9 La figura del creativo: art director y copywriting
 - 4.1.10 Formatos publicitarios: tradicionales y nuevos; *advergaming*
 - 4.1.11 Métricas de eficacia publicitaria online
 - 4.1.12 Pre-test y post-test de la publicidad
 - 4.1.13 Publicidad internacional y adaptaciones culturales
- 4.2 Compra-venta programática
 - 4.2.1 Ecosistema programático
 - 4.2.2 Actores programáticos dentro del ecosistema
 - 4.2.3 La importancia de los datos
 - 4.2.4 Planificación
 - 4.2.5 Tendencias

TEMA 5. Branded Content y Storytelling

Duración: 12 horas

- 5.1 La narrativa como eje vertebral del mensaje de marca. Tipos de narrativa
- 5.2 Del *Narrative* al *Product Placement*; fórmulas dispares con un único objetivo: la propuesta de valor

- 5.3 Formatos de éxito: vídeo, formatos “*social only*”, etc.
- 5.4 El data al servicio de la narrativa y como herramienta para amplificar mensajes de marca
- 5.5 Buenas prácticas en la comunicación de marcas de lujo
- 5.6 Perfiles en un equipo de *Branded Content*
- 5.7 Talento al servicio del *Branded Content*: equipos multidisciplinarios para un resultado excelente

TEMA 6. Tiempo de planear

Duración: 14 horas

- 6.1 Redes sociales y marcas de lujo
- 6.2 Estrategias de social media
- 6.3 Los nuevos influencers
- 6.4 Reputación *online* y gestión de crisis
- 6.5 Compromiso social en la planeación estrategia de marketing para marcas de lujo

TEMA 7. E-commerce

Duración: 8 horas

- 7.1 Diferentes modelos de negocio: principales jugadores nacionales e internacionales
- 7.2 Medir el éxito: KPI's de un *e-commerce*
- 7.3 Modelos de atribución
- 7.4 La experiencia de compra: cómo trasladar los intangibles propios del mundo del lujo a una tienda online
- 7.5 Las plataformas tecnológicas más relevantes
- 7.6 Redes sociales, SEO y SEM aplicado al *e-commerce*
- 7.7 Programas de afiliación y vías innovadoras para generar *engagement* y conversión (*influencers*, contenido, etc.)

CONFERENCIAS de grandes personalidades de la industria
+ EXPERIENCIAS en importantes empresas del sector.