

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MODA

Año Académico 2008/2009

El evento es el canal de comunicación más impactante para transmitir marca e identidad en el mundo de la moda. Aporta valor diferencial combinando estrategia (think) y experiencia (feel) para dar a conocer la personalidad de la moda.

Entender como funciona un evento nos permite organizar y así también innovar en el sector de la moda, desde la idea del evento hasta la realización final, bajo una misma visión y coherencia.

En este curso se muestran los distintos elementos que intervienen en el evento de moda tipo y se aporta una metodología organizativa común. El diseño de estrategias y la organización de procesos específicos del mundo de la moda, se presentan durante el curso a través de profesorado en activo en el sector, como diseñadores de eventos de moda, directores de arte, creativos, relaciones públicas y estilistas.

OBJETIVOS

- . Introducción del sector específico de la moda en el campo del evento.
- . Adecuación de los objetivos de marketing y comunicación de las marcas a la estrategia del evento de moda.
- . Planificación de la realización del evento de moda.

METODOLOGIA

El programa consta de una parte teórica, con las intervenciones de los diversos profesionales que intervienen en un evento de moda. Paralelamente, se desarrollará un caso de estudio donde los alumnos aplicarán los conocimientos que vayan adquiriendo.

DESTINATARIOS

Licenciados o estudiantes desde el segundo año de diseño de moda, marketing y comunicación de moda, estudiantes provenientes del Curso de Especialización Profesional "Eventos y comunicación" o interesados en el ámbito de la moda que quieran profundizar sus conocimientos.

PROGRAMA

AREA CULTURAL

- **Los eventos de moda. Historia y tipología**
Recorrido a través de la historia de los antecedentes del desfile y estudio de los casos más significativos de desfiles y sus alternativas en el siglo XX.
- **El sistema Moda. Moda y deporte**
El sistema de la industria de la moda desde los años 60 a través de un recorrido por su vinculación al mundo del deporte.
- **Eventos de moda. Sociología de la moda**
Sociología del cuerpo y de la moda. Valores culturales, consumo y cultura visual.

AREA TÉCNICA

- **Concepto del evento**
Articular el evento de comunicación a partir de un concepto, hilo conductor del evento y respuesta a las necesidades de la propuesta del cliente.
- **Idea del evento**
Brainstorming e idea del evento. El valor diferencial.
- **Tipología del evento**
El estudio de distintos formatos de eventos que predisponen topologías concretas según los objetivos de comunicación del evento. Desarrollo de nuevas topologías para los nuevos objetivos del sector de la moda.

PREPRODUCCIÓN

- **La organización de eventos. Procesos.**
Presentación de las áreas involucradas en la organización de un evento de moda. Introducción a las mecánicas a desarrollar en cada área y sus procesos.
- **Claves en la recepción del briefing**
Definición de briefing como herramienta y punto de partida del diseño y gestión de un evento. Presentación del briefing a trabajar durante el curso e investigación para el contrabriefing.
- **Presentación contra briefing**
Recopilación de datos y análisis del briefing definitivo. Primera aproximación a las claves del evento tipo.
- **La dirección de arte y la ambientación del espacio**
La coordinación estilística del evento. Partiendo de la idea del evento se dirigirán las directrices y parámetros de la dirección de arte del evento y la ambientación de los espacios. Aproximación al desarrollo del proyecto de arte y equipos a coordinar.
- **Estilismo y outfits**
Estudio de las distintas formas de combinar y presentar una colección, tanto a nivel de ropa y complementos, como a nivel de peluquería y maquillaje.

COMUNICACIÓN

- **Prensa de moda**
Se profundizará en el tratamiento que hace la prensa de moda de los eventos: fotógrafos, agencias de prensa, prensa periódica, revistas femeninas, televisión y prensa on-line.
- **Relaciones Públicas y Protocolo**
Las claves de las RRPP con los distintos públicos y profesionales que asistirán al evento. Cómo invitarles, cómo recibirles y cómo ubicarles en el espacio del evento de moda.
- **Dirección y producción del evento**
Presentación de la figura del director del evento como mediador con el cliente y máximo responsable de la consecución de objetivos. Acciones a desarrollar desde el departamento de producción para el control y ejecución de las distintas áreas involucradas en la realización del evento de moda. Control de partidas y cierres presupuestarios.

AREA PROYECTUAL

Trabajo de final de curso en el que se desarrollará un caso de estudio presentado mediante briefing desde el inicio del curso. El proyecto se realizará en clase en la fase final del curso, con el seguimiento del profesorado mientras la investigación se efectuará en grupos de trabajo que tendrán las funciones de “agencia de organización de eventos de moda” ante el cliente.

EQUIPO DOCENTE

La estructura docente está constituida por profesionales del sector, en los distintos ámbitos de referencia.

Helena Rosselló

Coordinadora

Tercer año consecutivo en la coordinación del curso de especialización en Organización de Eventos de Moda en IED. Estudios de Historia del Arte en la Universidad de Barcelona y de Procedimientos Contemporáneos de la Imagen en la Escuela Massana de Barcelona. Ha trabajado como Directora creativa para diversas marcas en organización de eventos (Rolex, Citroën, Skoda, Lancôme, Mango, Avui, Audi). En la actualidad es codehunter, especializada en la asesoría de códigos de comunicación Europa – China y creativa freelance en agencias de marketing y organización de eventos.

Francesc Grau

Actual director creativo de la agencia de eventos Equipo Singular, su trayectoria profesional combina la experiencia publicitaria, con la dirección de arte aplicada a eventos especializados en el sector moda y el lujo exclusivo. Su campo profesional abarca desde la idea creativa del evento a la dirección de arte en el proceso de implantación.

Ariadna Esteve

Directora de marketing y comunicación, destaca la capacidad de aunar creatividad y marketing para ofertar una estrategia capaz de generar exitosos eventos que obedezcan a los objetivos del cliente. Con una larga experiencia en la dirección y gestión de eventos en el marco cultural, recientemente ha creado su propia agencia en Barcelona.

Marta Camps

Licenciada en Bellas Artes y Master en Historia, Teoría y Crítica del Arte. Profesional de la comunicación, es profesora de Comunicación y Cultura de la Moda. Colabora con la revista Woman y Dirige el Departamento de Consulting de Sofoco Media (www.sofocomedia.com).

Inmaculada Urrea

Licenciada en Historia Contemporánea y diseñadora de moda. Escritora y analista de moda, colabora en varios medios de comunicación y dirige la colección de libros Gustavo Gili Moda. Dirige el Departamento de Contenidos de Moda de Sofoco Media (www.sofocomedia.com).

Jaume Vidiella

Licenciado en diseño de moda por la EATM de Barcelona y por la Winchester School of Arts. Editor de moda y belleza, estilista y asesor en empresas sobre temas de tendencia y moda. Colabora con Antonio Miró Jeans, Armand Basi, Colcci, Domingo Ayala, El Delgado Buil, Prenatal, Paulina Rio, Moda Fad, Barcelona Moda Centre, Circuit, Victorio & Luchino Casa, Textil Dobert, Casas, Ediciones Destino. Como estilista ha publicado en Suite, Neo2, Fifty Easy, Dresslab, B-guided, Punto H, Magazine de La Vanguardia, Têtun, Lamono, Metal y El Mundo. Colabora habitualmente también con artistas como Carles Congost o Paco y Manolo. (www.jaumev.com)

Patricia Soley

Es Master of Arts en Historia Cultural por la University of Aberdeen y doctora en Sociología del Género por la Science Studies Unit, University of Edinburgh. Actualmente es docente en diversas universidades e instituciones educativas. Es autora de diversas publicaciones sobre moda en medios académicos y de divulgaciones nacionales e internacionales.

Ariadna Esteve

Directora de marketing y comunicación, destaca la capacidad de aunar creatividad y marketing para ofertar una estrategia capaz de generar exitosos eventos que obedezcan a los objetivos del cliente. Con una larga experiencia en la dirección y gestión de eventos en el marco cultural, recientemente ha creado su propia agencia en Barcelona.

INFORMACIONES GENERALES

Duración: 100 horas

Inicios: 17 de febrero 2009

Finalización: junio de 2009

Horario: martes y jueves de 19.30 a 22.30 h

Asistencia: Es obligatoria la asistencia a clase debido al carácter fundamentalmente práctico del curso, por lo que es imposible cursar a distancia.

Idioma: El curso se imparte en español. A los estudiantes cuya lengua materna no sea el español, pedimos un nivel básico hablado y escrito de castellano.

Periodo de inscripción: se abre en junio del año académico anterior y se cierra una vez cubiertas las plazas disponibles. La reserva de plaza se formalizará previo pago de la tasa de inscripción.

COSTE

Precio curso: 2.000€ (500€ matrícula + 1.500€ tasa anual)

El pago de la tasa de matrícula se puede efectuar por:

- En efectivo
- Talón nominativo conformado a nombre de Istituto Europeo di Design S.L.
- Tarjeta de crédito (Visa, Mastercard)
- Ingreso en cuenta y envío del recibo bancario por fax especificando el nombre del alumno

La Caixa

Ofic. 0644

Nº cuenta:

ES37 2100 0644 5202 0016

5597

Código SWIFT/internacional:

CAIXESBBXXX

Deutsche Bank

Nº cuenta:

ES38

019/0020/98/4010137645

Código SWIFT/internacional:

DEUTESBB

Banco Popular Español

Nº cuenta ES31

0075/0829/81/0604412945

Código SWIFT/internacional:

POPUESMM

El pago de la tasa de curso se puede efectuar por:

- Un único pago del total de la tasa de curso, (mediante uno de los sistemas de pago de la matrícula), pagadero un mes antes del inicio del curso.
- Pago fraccionado mediante la posibilidad de financiar la tasa del curso a través de las entidades financieras la Caixa, Deutsche Bank Credit S.A. y Banco Popular, tramitado un mes antes del inicio del curso tal y como se explica en el folleto informativo que se encuentra a disposición de los alumnos en los despachos del SIO y en el de administración.

Material: Puede variar en función del curso elegido y su coste corre a cargo de cada alumno, teniendo en cuenta los estudiantes pueden usar distintos servicios.

Servicios: Están a disposición de los estudiantes la biblioteca, talleres de maqueta, laboratorios informáticos de PC y MAC, cafetería. Además, con la tarjeta estudiante, se puede beneficiar de una serie de descuentos en centros concertados.

Alojamiento: El IED Barcelona ofrece a sus estudiantes un servicio de soporte para buscar residencias, habitaciones o pisos en alquiler.