



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

nticmaster

Máster de Formación Permanente

# MÁSTER MARKETING DE MODA

Facultad de  
Comercio y Turismo  
Universidad  
Complutense  
de Madrid

9<sup>a</sup>  
EDICIÓN



# PROGRAMA

## Módulo I

Marketing y el negocio de la moda

## Módulo II

Herramientas de Marketing Digital en moda

## Módulo III

Marketing y Estrategia en Moda

## Módulo IV

Gestión de productos y colecciones

## Módulo V

Comercio Electrónico, Retail y distribución en moda

## Módulo VI

Tendencias y Nuevas tecnologías en la industria de la moda

# La importancia del marketing de moda

El marketing de moda actúa como **punto** entre las creaciones de diseñadores y el mercado consumidor. En un mundo donde la moda se transforma constantemente y las tendencias evolucionan a un ritmo acelerado, el marketing de moda asegura que **las marcas se mantengan relevantes, visibles y deseables**.

Una de las principales ventajas del marketing de moda es su capacidad para **identificar y desarrollar las tendencias emergentes, conectando emocionalmente con los consumidores** a través de contenidos que van más allá del producto. No se trata solo de promover la ropa o accesorios, sino de **vender un estilo de vida y una identidad** que resuene con el público objetivo.

El marketing de moda también es fundamental en la diferenciación de marca. En un mercado saturado, **donde los consumidores tienen infinitas opciones, una estrategia de marketing bien ejecutada puede ser la diferencia entre una marca que destaca y otra que pasa desapercibida**. Esto incluye no solo la publicidad y promoción, sino también la interacción con el cliente, la experiencia de compra tanto online como offline, y el desarrollo de una presencia digital sólida.

Además, el marketing de moda aborda los **retos de la sostenibilidad y la responsabilidad social, temas cada vez más importantes para los consumidores actuales**. Las marcas de moda deben comunicar sus prácticas éticas de manera transparente y consistente, y aquí es donde el marketing de moda puede ayudar a informar y educar al consumidor, al tiempo que fomenta prácticas comerciales más responsables.



# ¿Por qué estudiar un Máster de marketing de moda UCM?

Estudiar un Máster en Marketing de Moda es una decisión estratégica para quien busca no solo conocer, sino también destacar en la dinámica industria de la moda. **Este programa máster ofrece una comprensión profunda de cómo las marcas de moda se comunican y se posicionan en un mercado global.** Además, proporciona herramientas analíticas y creativas esenciales para dirigir campañas de marketing exitosas que resonarán con los consumidores en un nivel emocional y cultural, así como los recursos necesarios para desenvolverse de una manera práctica y consistente en el negocio de la moda.

Fusiona la creatividad, estrategia comercial y la práctica. Los estudiantes aprenden a **interpretar las tendencias de moda y a traducirlas en campañas de marketing convincentes asimilando el lenguaje del consumidor actual**, que es cada vez más exigente, consciente e informado. Los módulos abarcan desde los conceptos básicos de la industria de la moda hasta las tecnologías emergentes, los estudiantes adquieren una perspectiva holística que les permite anticipar cambios en el sector y responder con innovación.

***En una era dominada por la digitalización, el e-commerce y la sostenibilidad, este Máster equipa a los estudiantes con conocimientos actuales sobre cómo estos elementos están redefiniendo el marketing y la comercialización de moda.***

Al estudiar el Máster en Marketing de Moda, los alumnos también tienen la oportunidad de **interactuar con profesionales y marcas líderes en la industria.** Asimismo, el entorno académico fomenta un espacio para el **debate crítico y la experimentación, permitiendo a los estudiantes desarrollar su propia visión y enfoque** dentro del campo de estudio.

Este máster no solo **incrementa las oportunidades de empleo, sino que también prepara a los líderes del mañana** para crear un impacto positivo y duradero en la industria de la moda.



### Duración

1 año académico

### Modalidades

Semipresencial y Online

### Creditos ECTS

60

## Modalidad Semipresencial

Facultad de Comercio y Turismo  
Viernes  
16h00 – 21:00h (por confirmar)

## Modalidad Online

100% Online  
Plataforma de aprendizaje 24h

INFORMACIÓN





# ¿Por qué estudiar en la Universidad Complutense de Madrid

La Universidad Complutense de Madrid (UCM) es una de las instituciones educativas más destacadas de España y Europa. Ofrece una amplia gama de oportunidades y beneficios para los estudiantes, así como una excelencia académica reconocida, una calidad docente de primer nivel. Ofrece alrededor de 90 títulos de grado y más de 30 dobles grados, más de 200 programas máster, además de estudios de formación permanente. La UCM tiene más de 500 años de historia y reconocimiento social. La Universidad Complutense de Madrid es la universidad española de referencia en 5 continentes.

El prestigio de la universidad está avalado por 7 Premios Nobel, 20 Príncipes de Asturias, 7 Premios Cervantes, Premios Nacionales de Investigación y a la Excelencia. La Universidad Complutense de Madrid tiene estudiantes de más de 90 países y convenios con universidades de los 5 continentes.



# ¿Por qué estudiar un Máster en Formación Permanente?



*Si hay algo que afianza los conceptos teóricos de un programa educativo es la práctica.*

Nuestros módulos formativos combinan una base teórica con ejercicios prácticos basados en situaciones reales de las empresas.

La preparación del Trabajo Final de Máster (TFM) garantiza la puesta en práctica de todos los conceptos adquiridos a lo largo del curso, capacitando definitivamente al alumno para asumir responsabilidades dentro de un entorno laboral real.

# PROGRAMA

*Los módulos de aprendizaje  
de Marketing de Moda más  
completos enseñados de forma  
eficaz para el alumno*



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

 nticmaster



# MÓDULO I

## Marketing y el negocio de la moda

### 1 Introducción al Negocio de la Moda.

En este módulo nos adentramos en el fascinante mundo de la moda, presentando una panorámica del sector y sus múltiples facetas. En plano introductorio, se explora la estructura y la dinámica del negocio de la moda, desde la concepción de una colección hasta su comercialización. Se abordan temas como la cadena de suministro, la producción, la distribución, la venta al por menor y la comercialización. También se examina el papel de los distintos actores de la industria, incluyendo diseñadores, compradores, merchandisers y gerentes de marca, y cómo sus roles interactúan para llevar los productos desde el taller hasta el consumidor final.

### 2 Historia de la Moda.

Para innovar en el futuro, es necesario comprender el pasado. Este módulo explica cómo la moda ha cambiado a lo largo de los siglos, enfatizando cómo los eventos históricos, los movimientos culturales y los cambios sociales han afectado las tendencias y prácticas de vestimenta. Se examinan momentos históricos como la Revolución Industrial, la liberación de la moda femenina en los años 20, la alta costura parisina y la era de la globalización. El conocimiento contextual permite a los estudiantes comprender y predecir tendencias.

### 3 Principios Fundamentales del Marketing de Moda.

Se establecerán las bases del marketing específicamente aplicadas a la moda. Se examinan conceptos como segmentación de mercado, targeting y posicionamiento, y cómo se aplican estos para crear marcas de moda con una identidad fuerte y un nicho bien definido. También se detallan las estrategias de marketing mix y cómo estas se adaptan para capturar la esencia de una marca de moda y comunicar efectivamente a la audiencia deseada. Se enfatiza la importancia de la narrativa de marca y la experiencia de cliente en la construcción de relaciones duraderas.

### 4 Marketing Digital en Moda.

El objetivo es que el alumno interiorice la importancia de comunicarse digitalmente con su público objetivo, gracias a las oportunidades que ofrece el marketing digital, cómo el marketing digital ha revolucionado la manera en que las marcas de moda interactúan con sus clientes. Se explora la interacción entre marketing digital y moda y cómo esta sinergia potencia el alcance y la eficacia de las campañas de moda. Se discute el rol del e-commerce y cómo una sólida presencia digital puede impulsar las ventas y fortalecer el branding de la moda, así como otros aspectos relevantes para la consecución del éxito en la moda.

# MÓDULO II

## Herramientas de Marketing Digital en Moda

Este módulo está diseñado para dotar a los alumnos de los conocimientos necesarios y habilidades prácticas en el uso de herramientas digitales que son fundamentales para el éxito en el marketing de moda actual, y prepara a los alumnos para lanzar y promover una marca de moda en el espacio digital de manera efectiva y estratégica.

### 1 Creación de una web de moda.

En este apartado del módulo, los estudiantes entenderán el proceso de construcción de un sitio web de moda desde cero y lo aplicarán.

Aprenderán CMS WordPress, una plataforma líder para la creación de sitios web, donde los estudiantes aprenderán a seleccionar plantillas adecuadas al estilo de la moda que desean proyectar, personalizar diseños, y generar contenido atractivo que refleje la identidad de su marca.

### 2 Creación de un ecommerce de moda.

Los alumnos también aprenderán a crear su ecommerce de moda con Prestashop, una herramienta de e-commerce especializada, donde los alumnos podrán adquirir habilidades prácticas en la configuración de una tienda online, gestión de catálogos de productos, y la integración de sistemas de pago, esenciales para el funcionamiento exitoso de un negocio de moda en el ámbito digital.

### 3 Optimización de Motores de Búsqueda (SEO) en el Ámbito de la Moda.

La visibilidad en internet es vital para las marcas de moda, y enseñaremos a los estudiantes cómo incrementarla mediante SEO. Se cubrirán las estrategias para optimizar el contenido web, desde la investigación de palabras clave relevantes hasta la creación de contenido que se alinee con las consultas de búsqueda de los consumidores de moda. También se abordarán aspectos técnicos como la optimización de la velocidad de carga de las páginas, la construcción de enlaces de calidad y la mejora de la arquitectura web para mejorar el ranking en los resultados de los motores de búsqueda.

### 4 Publicidad Digital y Campañas en Línea (SEM) en el Sector de la Moda.

La publicidad en línea es una herramienta poderosa para las marcas de moda, y preparamos a los estudiantes para crear y gestionar campañas de marketing en buscadores (SEM). Se explorará cómo diseñar y ejecutar campañas de anuncios pagados que capturen la esencia de la marca y lleguen al público objetivo. Los estudiantes aprenderán a utilizar plataformas como Google Ads y Bing Ads, desarrollarán habilidades en la selección de palabras clave, la creación de copias de anuncios persuasivos y la implementación de estrategias de puja para maximizar el retorno de la inversión.

### 5 Marketing Móvil y App.

Reconociendo la importancia del móvil en la experiencia de compra actual, los alumnos estudiarán las estrategias de marketing móvil y el desarrollo de aplicaciones. Los estudiantes descubrirán cómo optimizar el contenido para dispositivos móviles, desarrollar aplicaciones de moda que mejoren la experiencia del cliente y cómo utilizar canales móviles para campañas de marketing, incluyendo SMS y notificaciones push. También se explorará cómo las tecnologías emergentes, como la realidad aumentada, pueden enriquecer la experiencia móvil en moda.

# MÓDULO III

## Marketing y Estrategia en Moda

El Máster en Marketing de Moda cubrirá una amplia gama de estrategias de marketing específicas para dominar la industria de la moda.

### **1 Branding y Posicionamiento en la Moda.**

Nos centraremos en el desarrollo de marcas dentro del sector de la moda, enseñando a los estudiantes cómo construir y gestionar una identidad de marca fuerte. Se explorarán técnicas para diferenciar productos y marcas en un mercado competitivo, estableciendo un posicionamiento claro que resuene con el público objetivo.

### **2 La Comunicación de Marca en la Industria de la Moda.**

Se profundizará en las estrategias de comunicación efectivas específicas para la moda, incluyendo la narrativa de marca y la creación de contenido que refleje los valores y la estética de la marca. Este módulo también cubrirá cómo las marcas de moda comunican sus mensajes a través de varios canales para alcanzar y conectar con su audiencia.

### **3 Análisis de Mercado y Análisis de los Consumidores.**

Los alumnos aprenderán a realizar investigaciones de mercado y análisis de consumidores para identificar tendencias, necesidades y oportunidades en el sector de la moda. Esto incluirá el estudio de comportamientos de compra, segmentación de mercado y técnicas para recopilar y analizar datos.

### **4 Comportamiento del Consumidor de Moda.**

El alumno entenderá cómo y por qué los consumidores de moda toman sus decisiones de compra. Se estudiarán factores psicológicos, sociales y culturales que influyen en el comportamiento de compra, y cómo las marcas pueden adaptar sus estrategias para satisfacer las expectativas del consumidor.



## 5 Publicidad y Campañas Creativas.

Los estudiantes aprenderán a diseñar y ejecutar campañas publicitarias efectivas para marcas de moda. Esto incluirá la selección de medios, la creación de mensajes publicitarios que capten la atención y la implementación de campañas creativas que impulsen el reconocimiento de marca y las ventas.

## 6 Redes Sociales para Marcas de Moda.

Se abordará la importancia de las redes sociales en el marketing de moda, enseñando estrategias para gestionar la presencia de marca en plataformas como Instagram, Facebook y TikTok. Se explorará cómo crear contenido atractivo, interactuar con la comunidad y aprovechar las redes sociales para campañas de marketing y colaboraciones con influencers.

## 7 Gestión de Eventos y Relaciones Públicas en la Moda.

Los alumnos aprenderán a planificar y gestionar eventos de moda, como desfiles, lanzamientos de productos y eventos de prensa. Además, se cubrirán estrategias de relaciones públicas para construir y mantener una imagen positiva de la marca en la industria y los medios de comunicación.

## 8 Marketing de Influencers.

Nos centraremos en cómo colaborar eficazmente con influencers y personalidades de la moda para promocionar productos y marcas. Se estudiarán las mejores prácticas para seleccionar influencers, negociar colaboraciones y medir el impacto de estas asociaciones en la marca.

## 9 Estrategias de Marketing Omnicanal.

Se enseñará a los estudiantes cómo integrar y coordinar los canales de venta y marketing para ofrecer una experiencia de cliente cohesiva y sin fisuras, ya sea online, en tienda física o a través de dispositivos móviles.

## 10 Medición y Evaluación de la Efectividad de la Comunicación y el Branding .

Finalmente, este apartado cubrirá las técnicas y herramientas para medir el éxito de las estrategias de marketing y comunicación. Los estudiantes aprenderán a analizar indicadores clave de rendimiento (KPIs), evaluar el retorno de la inversión (ROI) de las campañas y ajustar las estrategias basadas en el análisis de datos.

# MÓDULO IV

## Gestión de productos y colecciones en Moda

Este módulo se enfoca en la Gestión de Productos y Colecciones, cubriendo aspectos cruciales para el éxito en la industria de la moda.

### **1 Desarrollo y Gestión de Productos de Moda.**

Este apartado abordará el proceso integral de desarrollo de productos, desde la idea inicial hasta su lanzamiento al mercado. Se enseñará a los estudiantes cómo identificar oportunidades de mercado, desarrollar conceptos de productos alineados con la visión de la marca, y gestionar el proceso de diseño y producción para cumplir con los estándares de calidad y las expectativas de los consumidores.

### **2 Diseño de Colecciones y Seguimiento de Tendencias.**

Los alumnos aprenderán a gestionar colecciones de moda cohesivas y comercialmente viables. Se cubrirán técnicas para el seguimiento y análisis de tendencias actuales y emergentes en la moda, permitiendo a los estudiantes aplicar estos insights para crear colecciones que respondan a las demandas del mercado.

### **3 Estrategias de Pricing en Moda.**

Este tema se centrará en las estrategias de fijación de precios para productos de moda, considerando factores como costos de producción, posicionamiento de la marca, percepción de valor por parte del consumidor y dinámicas competitivas del mercado.

### **4 Gestión del Ciclo de Vida de los Productos de Moda.**

Se explorará cómo gestionar eficientemente el ciclo de vida de los productos de moda, desde la introducción y crecimiento hasta la madurez y eventual declive. Los estudiantes aprenderán estrategias para prolongar la vida útil de los productos y técnicas para revitalizar productos o colecciones antiguas.

## 5 Coherencia de Marca y Alineación de Productos.

Se enseñará la importancia de mantener una coherencia en la imagen y los valores de la marca a través de todos los productos y colecciones. Los alumnos aprenderán a alinear el desarrollo de productos con la identidad de la marca para fortalecer la conexión con el público objetivo.

## 6 Emprendimiento en el Sector Moda.

Este apartado ofrecerá una visión sobre cómo iniciar y gestionar un negocio en el sector de la moda, cubriendo aspectos clave como la creación de un plan de negocio, estrategias de financiación y comercialización. Incluirá un componente práctico para aplicar los conocimientos adquiridos en proyectos reales.

## 7 Gestión Financiera en el Negocio de la Moda.

Los estudiantes aprenderán los fundamentos de la gestión financiera específicos para la industria de la moda, incluyendo presupuestos, análisis financiero, y gestión de costos y flujos de efectivo.

## 8 Compras y Cadena de Suministro en el Negocio de la Moda.

Se abordarán las estrategias y prácticas para gestionar eficazmente la cadena de suministro en la moda, desde la selección de proveedores hasta la logística de distribución, enfocándose en la optimización de costos y la mejora de la eficiencia operativa.

## 9 Gestión de Stock, Optimización de Colecciones y Analítica.

Este tema cubrirá técnicas avanzadas para la gestión de inventarios, optimización de colecciones y análisis de datos para tomar decisiones basadas en información precisa, mejorando así la rentabilidad y la respuesta a las tendencias de consumo.

## 10 La Importancia de la Fotografía en la Moda.

Finalmente, se destacará el rol crítico de la fotografía de moda en la comercialización y promoción de productos. Los alumnos explorarán cómo una fotografía efectiva puede mejorar la presentación de productos, atraer a los consumidores y comunicar la esencia de la marca.



# MÓDULO V

## Comercio electrónico, retail y distribución en moda.

Este módulo se centra en el Comercio Electrónico, Retail y Distribución en Moda, abarcando aspectos fundamentales para entender y aprovechar las oportunidades en el ámbito digital y físico de la industria de la moda. Equipará a los estudiantes con el conocimiento y las habilidades necesarias para navegar con éxito el complejo ecosistema del comercio electrónico y retail en la moda, preparándolos para enfrentar los retos actuales y futuros de la industria con una perspectiva integral y estratégica.

### **1 Estrategias de marketing digital para e-commerce de moda.**

En este apartado, los estudiantes aprenderán cómo desarrollar y ejecutar estrategias de marketing digital efectivas específicamente diseñadas para tiendas online de moda. Se enlazan temas como el SEO, marketing de contenidos, email marketing, y marketing en redes sociales, enseñando a los estudiantes a atraer, retener y convertir a su audiencia en clientes leales.

### **2 Gestión de la experiencia del cliente online y offline.**

Este apartado se enfocará en la importancia de ofrecer una experiencia de cliente excepcional tanto en entornos online como offline. Se discutirán prácticas para mejorar la satisfacción del cliente, fidelización y estrategias para integrar experiencias de compra sin fisuras entre canales físicos y digitales.

### **3 Distribución y logística en la industria de la moda.**

Los estudiantes adquirirán conocimientos sobre la logística y distribución en la industria de la moda, incluyendo el almacenamiento, gestión de inventarios, cumplimiento de pedidos y transporte. Se enseñarán estrategias para optimizar la cadena de suministro, reducir costos y mejorar la eficiencia operativa.

### **4 Distribución y promoción internacional en el negocio de la moda.**

Finalmente, este apartado cubrirá las estrategias para expandir y promocionar marcas de moda a nivel internacional. Los alumnos aprenderán sobre los desafíos y oportunidades de entrar en mercados extranjeros, incluyendo aspectos legales, culturales y logísticos. También se explorarán técnicas de marketing internacional y estrategias de entrada al mercado.

# MÓDULO VI

## Tendencias y nuevas tecnologías en la industria de la moda.

Este módulo se dedica a explorar las Tendencias y Nuevas Tecnologías en la Industria de la Moda, preparando a los estudiantes para liderar e innovar en un sector en constante evolución. Los estudiantes obtendrán una comprensión profunda de cómo las tendencias y tecnologías emergentes están configurando el futuro de la moda, equipándolos con el conocimiento y las habilidades necesarias para impulsar la innovación y liderar el cambio hacia una industria más sostenible y tecnológicamente avanzada.

### 1 Aplicaciones de Inteligencia Artificial (IA) en moda, Blockchain y Metaverso.

Este apartado se enfocará en cómo la inteligencia artificial está transformando la industria de la moda, desde el diseño hasta la experiencia del cliente, incluyendo la personalización de productos y la optimización de la cadena de suministro. También se explorará el impacto emergente de la tecnología blockchain en la trazabilidad y la autenticidad de los productos, así como el potencial del metaverso como un nuevo espacio para la moda digital y las experiencias de marca inmersivas.

### 2 Visual merchandising y presentación de productos (RA) y (RV); Tecnología Wearable, Impresión 3D.

Los alumnos aprenderán sobre las últimas técnicas y tecnologías en visual merchandising, incluyendo el uso de realidad aumentada (RA) y realidad virtual (RV) para crear experiencias de compra envolventes. Se discutirá el papel de la tecnología wearable en la moda y cómo la impresión 3D está innovando en la creación de productos personalizados y sostenibles.

### 3 Tecnologías sostenibles en la industria de la moda.

Se abordará cómo las nuevas tecnologías están siendo utilizadas para promover prácticas sostenibles dentro de la industria de la moda. Se examinarán innovaciones en materiales sostenibles, procesos de producción eco-amigables, y sistemas de reciclaje y reutilización, enfatizando cómo la tecnología puede ayudar a reducir el impacto ambiental de la moda.

### 4 Ética y moda: responsabilidad social corporativa.

Finalmente, los estudiantes reflexionarán sobre la importancia de la ética en la moda, explorando temas de responsabilidad social corporativa (RSC). Se discutirá cómo las marcas pueden operar de manera ética, incluyendo la protección de los derechos laborales, la promoción de la diversidad e inclusión, y el compromiso con la sostenibilidad, para construir una industria de la moda más justa y responsable.

# TFM

Trabajo Fin de Máster

**Asimilados todos los conceptos previos, llega el momento de poner a prueba todos los conocimientos adquiridos en el Máster.**

El alumno planteará un Plan de Marketing Digital aplicado al sector Moda para una marca o producto, para ello utilizará todas las técnicas estudiadas y las herramientas aprendidas en los distintos módulos del Máster.





# EQUIPO DOCENTE

*Clases y tutorías con  
grandes profesionales  
del sector de la moda.*



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

 nticmaster

# EQUIPO DOCENTE

## Equipo directivo



Ana María  
Romero Martínez

**Directora del Máster  
de Marketing de Moda**

Destacada por su labor docente en emprendimiento y dirección estratégica. Reconocida investigadora en creación de empresas y emprendimiento corporativo, con múltiples publicaciones en revistas de prestigio nacional e internacional.



José Carlos  
Soto Gómez

**Co-Director del Máster  
de Marketing de Moda**

Socio Fundador de NTIC Master y Aplimovil. Amplia experiencia en proyectos nacionales e internacionales en IT y analítica en empresas como Banco de España, NEC, Telefónica, Vodafone, Orange, medios de comunicación...

## Cordinadores



David  
del Ser

**Coordinador del Máster  
de Marketing de Moda**

David es Licenciado en Marketing por ESIC, Honours Degree in Business Administration por HumberSide University, MBA por UNED, Máster Dirección Financiera, Máster Marketing Digital, Máster en Big Data.

Especialista en el desarrollo de negocio y transformación digital en Ntic Master. Gran experiencia profesional trabajando en Grupo Iberostar, Grupo Avintia, entre otras.



Cristóbal  
Martínez Martínez

**Coordinador del Máster  
de Marketing de Moda**

Cristóbal es Ingeniero informático.

Director de IT en Aplimovil y Ntic Master. Profesor máster marketing digital de la UCM, UNED, Cámara de Comercio y CEEIC. Experto en sistemas y procesos informáticos. Gran experiencia profesional trabajando en empresas referentes como NEC, BNP Paribas, Banco de España, Vodafone.

# EQUIPO DOCENTE

## Equipo docente



Ana  
Díaz del Río

**Consultora & Interim Manager de Marketing/Comunicación especializada en el sector Moda**

Licenciada en periodismo y estudios superiores como Community Manager.

Ha trabajado como consultora, profesora y mentora en los últimos diez años. Reconduciendo la estrategia de numerosas empresas y mejorando sus resultados. Guiando al mismo tiempo a sus estudiantes a convertirse en grandes profesionales del marketing digital y moda.



Ainhara  
Rubio García

**Digital Marketing Manager en Springfield**

Máster en MBA y Digital Marketing.

Cuenta con más de 18 años de experiencia en la creación de estrategias creativas de comunicación y el marketing digital.

Su enfoque está puesto en el incremento de ventas en tiendas online y la gestión de perfiles sociales a través de contenidos como medio para alcanzar los KPIs.



Luis  
Gasset

**General Manager en Ansorena 1845**

Doctorado en economía y empresa.

Ejecutivo internacional con destacada carrera estratégica en negocios de lujo, arte y fusiones internacionales. Experto en finanzas, fundador y consejero de diversas empresas.

Especializado en posicionar empresas para el crecimiento, liderando startups, turnarounds y consolidación. Habla cuatro idiomas, y posee habilidades en gestión financiera, marketing estratégico y operaciones.



Domingo  
Delgado

**Socio Fundador Escuela de Coaching de Imagen**

Licenciado en Psicología.

Emprendedor del sector Bienestar e Imagen personal, consultor y facilitador de Life Coaching e Inteligencia Emocional, asesoría de imagen y estilo de vida.

Creador del método y especialidad de Coaching de Imagen y la primera Escuela de habla hispana de la misma materia.

Trabaja con personas y empresas que quieren ser más coherentes, auténticas y libres en el fondo y en la forma. Entrena a profesionales del sector de la Imagen y el desarrollo personal que quieren diferenciarse en la industria por una nueva profesión: Experto en Coaching de Imagen.



Rocio  
Viñas

**Directora Adjunta Coordinación DGIE en ICEX**

Licenciatura en derecho y diplomada empresarial por la Universidad Pontificia Comillas ICAI-ICADE.

Gestora y diseñadora de la internacionalidad de empresas a través de diferentes actividades que están enfocadas en la innovación e incorporación de nuevas tecnologías.



Mariana  
Pasquet

**Gerente de Marketing & Ventas en Zureo**

Doble licenciatura como RRPP, organización de eventos y comunicación.

Administrativa, redactora y asistente en el desarrollo institucional, le han dado la experiencia suficiente para convertirse en la gerente de Marketing & Ventas en Zureo.

Donde gestiona campañas innovadoras y estrategias de ventas que han contribuido al éxito y crecimiento sostenido de la empresa.



# EQUIPO DOCENTE

## Equipo docente



Paula  
 López Cochero

### Consultora de comunicación

Licenciada en Community manager y RRSS y postgrado de Social Media Management. Más de 25 años de experiencia en comunicación, centrada en moda y belleza, y en sectores más técnicos como ferrocarril, aluminio, ingeniería, economía y salud. Dirige el diario digital enpozuelo.es, gestionando 2.500 visitas diarias, y trabaja como agente independiente en RE/MAX Jumbo, combinando consultoría inmobiliaria y comunicación efectiva.



Guadalupe  
 Grande

### Jefa de Belleza y Moda en la revista ¡QMD! del grupo Hearst Magazines

Licenciada en Ciencias de la Información, he trabajado durante 25 años como Jefa de Belleza y Moda en Hearst, primero en la revista QMD! y más tarde en Diez Minutos. Experimentada en la cobertura de eventos, como la Mercedes Benz Fashion Week Madrid, en la coordinación y elaboración de reportajes y producciones y en el seguimiento de las tendencias a través de las colecciones de los diseñadores de moda y lujo más importantes del mundo.



Carmen  
 García Cuevas

### Directora de comercio y market- ing internacional de la comisión de comercio de España - ICEX

Máster en gestión y comercio internacional de la empresa. Más de 15 años de experiencia en comercio internacional y consultoría estratégica trabajando para entidades gubernamentales españolas y empresas privadas.



Carmen  
 Bejarano

### Talent Advisor

Licenciada en comunicación y marketing. Con experiencia en reclutamiento y desarrollo de equipos, ha cultivado relaciones estratégicas para impulsar el éxito profesional. Su enfoque proactivo y conocimientos especializados hacen de ella una asesora valiosa en el mundo del marketing y la moda.



Edgar  
 Sánchez

### Profesor asociado en la UCM

Licenciado en marketing e informática de sistemas por la UPV y diplomado en SEO, SEM y Social Media por Dubin Business School. Digital Performance Marketing en NH Hotel Group. Más de 20 años de experiencia en marketing de resultados, con especial atención al marketing de búsqueda. Ha trabajado en plataformas como (Yahoo Inc.), agencias (WPP) y empresas (NH Hotel Group parte de Minor). Profesor de Search & Marketing Digital en varias Universidades y Escuelas de Negocio. Apasionado de Search (SEO|SEM), Digital Performance Marketing y nuevas tecnologías emergentes.



Pavel  
 Mazuelas

### Profesor de Growth & Product en la UCM

Máster en Marketing Digital. Licenciado en comercio. Con 9 años de experiencia en Growth Hacking y trabajando desde Silicon Valley, Pavel sabe cómo hacer crecer comunidades de seguidores y atraer a más clientes sin gastar un solo euro en publicidad. Aprenderás la metodología de Growth desde inicio a fin.

# EQUIPO DOCENTE

## Equipo docente



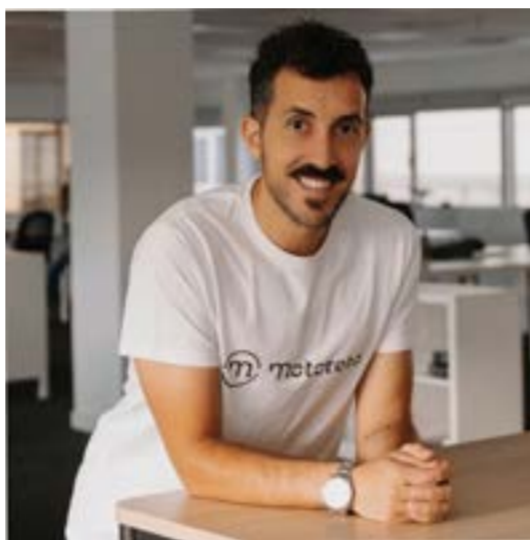
Susana  
Aparicio

**Profesora titular de Search  
Marketing en la UCM**

Máster en Marketing Online. Diplomada en Advances Studies in Broadcasting and Literature and internet Marketing.

Responsable del equipo que gestiona las cuentas de Search de Mediacom y Wavemaker (parte de GroupM).

A cargo de la gestión de equipo, definición de estrategias, new business, formaciones, reuniones con search engines y otras herramientas, entre otras funciones, además de la gestión de cuentas.



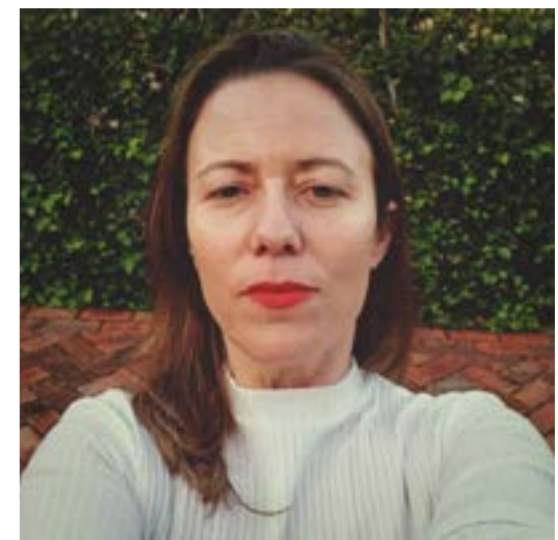
Marco  
Conde

**Profesor  
de la UCM**

CEO & Founder Motoreto.

Licenciado en Periodismo por la Universidad Rey Juan Carlos.

Marco también es el Director de Fútbol Británico. es especialista en email marketing y Growth Strategy Consultant.



Almudena  
Otegui Carles

**Profesora asociada  
en la UCM**

Investigadora y docente. Candidata a Doctora en Turismo por la Universidad de Vigo, posee un Máster en Profesorado y otro en Dirección y Planificación del Turismo.

Propietaria de una agencia de viajes en España y Portugal, profesora asociada en la Universidad Complutense de Madrid y editora en revistas científicas internacionales.

Su experiencia incluye publicaciones, conferencias y una beca Erasmus+ en Albania.



Gonzalo  
Carpio del Saz

**SEO Manager  
en Fever**

Experto en el mundo digital para optimizar la visibilidad online de sitios web.

Analista de algoritmos de búsqueda, seleccionador de palabras clave, y diseñador de estrategias para mejorar el ranking en buscadores.

Creador de contenido relevante y fácilmente accesible para el público objetivo.



Nuria  
Recuero Virto

**Profesora en la UCM**

Doctora en economía de la empresa. MBA en empresas audiovisuales y máster en teacher training.

Trabaja como profesora en el departamento de marketing en la Universidad Complutense de Madrid, especializada en Marketing Turístico Cultural. Galardonada con premios académicos y reconocimientos internacionales. Su enfoque holístico proviene de experiencias en medios como Antena 3 y Punto Radio.



Ainhoa  
Rosado

**CEO en Fedra Agency Digital  
Fashion Business Management**

Licenciada en periodismo y máster del profesorado, lengua y literatura española.

Lider estratégico de empresas, dirigiendo equipos y tomando decisiones clave para el crecimiento y éxito. Su enfoque abarca desde la visión empresarial hasta la gestión diaria, asegurando que cada aspecto de la operación contribuya al logro de objetivos y a la excelencia en nuestro sector.

# INFORMACIÓN GENERAL

*El marketing de moda  
desempeña un papel  
crucial en el denso y  
competitivo mundo de la  
industria de la moda.*



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

**nticmaster**



# La importancia del Marketing de Moda

El marketing de moda desempeña un papel crucial en el denso y competitivo mundo de la industria de la moda. Su importancia radica en **la capacidad de conectar marcas y diseñadores con su público objetivo**, comunicando no solo el valor estético de las prendas o accesorios sino también su significado cultural y emocional.

El marketing de moda es una pieza clave en el éxito de las marcas y diseñadores, permitiéndoles no solo destacar en un mercado saturado sino también construir relaciones significativas con sus clientes. A medida que la industria evoluciona, las estrategias de marketing de moda continúan adaptándose, **aprovechando nuevas tecnologías y medios para comunicar y vender moda de manera efectiva**.

El marketing de moda permite a las marcas **establecer una identidad única y diferenciada en el mercado**. A través de estrategias de branding y posicionamiento, las marcas pueden comunicar su historia, valores y visión, creando una conexión emocional con sus clientes.

En un sector **donde las tendencias cambian rápidamente**, el marketing ayuda a **mantener las marcas relevantes y visibles para su público objetivo**. Esto incluye desde campañas publicitarias tradicionales hasta la presencia en redes sociales, donde el contenido creativo y atractivo puede captar la atención de los consumidores.

Mediante estrategias promocionales, lanzamientos de productos y colaboraciones, el marketing de moda incentiva directamente las ventas. Al **generar deseo y anticipación por los productos**, las marcas pueden impulsar tanto las ventas en línea como en tiendas físicas.

A través de una comunicación efectiva y consistente, las marcas de moda pueden **fomentar una relación duradera con sus clientes**. El marketing de moda no solo se trata de atraer nuevos clientes sino también de retenerlos, ofreciéndoles experiencias de compra personalizadas y contenido de valor.

El marketing de moda es esencial para entender y **adaptarse a las tendencias cambiantes del mercado**. A través del análisis de mercado y la investigación de consumidores, las marcas pueden anticiparse a las demandas del público y ajustar sus estrategias en consecuencia.

El marketing de moda también se ha convertido en una herramienta para promover **prácticas sostenibles y la responsabilidad social empresarial**. Las marcas utilizan sus plataformas para informar y educar a los consumidores sobre sus esfuerzos para reducir el impacto ambiental y mejorar las condiciones laborales en sus cadenas de suministro.



# Salidas Profesionales

El Máster en Marketing de Moda UCM abre un amplio abanico de oportunidades profesionales de la dinámica y en constante evolución industria de la moda. Los alumnos están equipados con habilidades especializadas en marketing junto con un profundo entendimiento del negocio de la moda, lo que los hace candidatos ideales para una variedad de roles en marcas de moda, agencias de publicidad, medios digitales, empresas de moda y más. A continuación, se detallan algunas de las salidas profesionales más destacadas para titulados de un Máster en Marketing de Moda:

*Estas son solo algunas de las muchas oportunidades profesionales disponibles para los graduados de un Máster en Marketing de Moda. Este sector ofrece salidas variadas para aquellos apasionados por combinar la creatividad con estrategias de negocio en el mundo de la moda.*

## **Especialista en Marketing de Moda:**

Encargado de desarrollar y ejecutar estrategias de marketing y comunicación para marcas de moda, incluyendo campañas publicitarias, promociones, y eventos.

## **Gerente de Marca:**

Responsable de la gestión y posicionamiento de la marca en el mercado, asegurando que todas las actividades de marketing se alineen con la identidad y los valores de la marca.

## **Director de Comunicación de Moda:**

Se encarga de supervisar todas las comunicaciones internas y externas de una empresa de moda, incluyendo relaciones públicas, eventos, y colaboraciones con medios e influencers.

## **Gerente de Redes Sociales y Contenido Digital:**

Especializado en la creación de contenido atractivo y la gestión de plataformas de redes sociales para interactuar con la audiencia y aumentar la presencia online de la marca.

## **Analista de Tendencias de Moda:**

Investigador especializado en prever tendencias futuras de moda y consumo, proporcionando insights valiosos para el desarrollo de productos y estrategias de marketing.

## **Profesional de Moda y Merchandising:**

Trabaja seleccionando productos para tiendas o cadenas de moda, basándose en análisis de tendencias y comportamiento del consumidor, y también puede estar involucrado en la presentación visual de los productos.

## **Consultor de Moda y Marca:**

Ofrece asesoramiento experto a marcas de moda sobre estrategias de marketing, desarrollo de productos, y mejoras operativas para aumentar la rentabilidad y el reconocimiento de marca.

## **Gestor de Eventos de Moda:**

Planifica y ejecuta eventos de moda, como lanzamientos de productos, desfiles de moda, y exhibiciones, con el objetivo de promocionar la marca y sus productos.

## **Especialista en Marketing Digital y E-commerce**

Enfocado en optimizar la presencia en línea de una marca de moda y aumentar las ventas a través de su sitio web y otros canales de comercio electrónico.

## **Responsable de Sostenibilidad en Moda:**

Desarrolla e implementa estrategias y políticas de sostenibilidad dentro de una organización de moda, alineando las prácticas de negocio con objetivos ambientales y sociales.



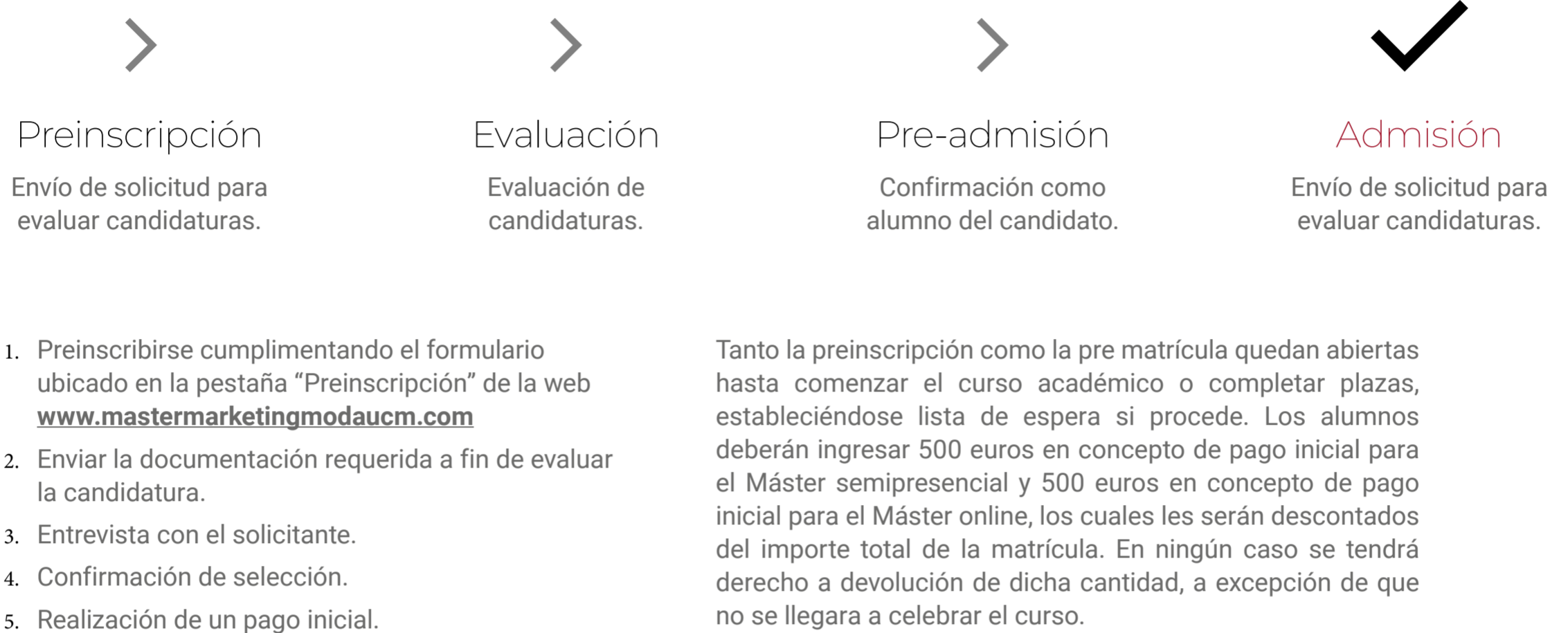
# ADMISIONES

*Tanto la preinscripción  
como la pre matrícula  
quedan abiertas hasta  
comenzar el curso  
académico o completar  
plazas.*





# Proceso de admisión



## Documentación requerida

### Alumnos con titulación de **España**

Los documentos identificativos requeridos para la inscripción en el Máster son:

- Fotocopia del documento de identidad/pasaporte.
- Certificado de notas oficial.
- Título universitario o resguardo de solicitud de título.
- Curriculum.

### Alumnos con titulación de **Fuera de la Unión Europea**

- Curriculum Vitae.
- Pasaporte/NIE (no válidas las cédulas de identificación de fuera de España).
- Título universitario legalizado con la Apostilla de la Haya (no es valido el certificado del título).
- Certificado oficial de notas.

\*La documentación debe estar traducida al castellano por un traductor jurado homologado. (Solicitar listado oficial)

### Alumnos con titulación de **Unión Europea**

- Curriculum Vitae.
- Pasaporte/NIE (no válidas las cédulas de identificación de fuera de España).
- Título universitario (no es valido el certificado del título).
- Certificado oficial de notas.

\*La documentación debe estar traducida al castellano por un traductor jurado homologado. (Solicitar listado oficial)

# MODALIDADES

*La evaluación de los alumnos se realizará a lo largo de todo el programa a través de ejercicios y casos prácticos.*



UNIVERSIDAD  
COMPLUTENSE  
MADRID

 nticmaster

# Master Semipresencial



## Duración

1 Año / 520 horas

60 ECTS

Próxima fecha prevista

Inicio: Octubre de 2025

Fin: Octubre de 2026

Viernes: De 16:00 a 21:00 h

Sábados: De 09:00 a 14:00 h



## Lugar

Online con presencialidad  
de 3 semanas

Facultad de Comercio y  
Turismo de la UCM.

Universidad Complutense de  
Madrid, Av. de Filipinas, 3,  
Chamberí, 28003 Madrid



## Precio

5.600 €

+ 40 € de tasas de secretaría

Pregunta por nuestras becas,  
facilidades de pago, prácticas en  
empresas y bolsa de trabajo.

**Una vez finalizados y superados estos estudios, la Universidad Complutense de Madrid emitirá el título, conforme a las normas de admisión y matriculación de los títulos de Formación Permanente de la UCM**

## Metodología Semipresencial

La formación se realizará de forma tutorizada por los profesores. Se utilizará una plataforma de formación virtual para la comunicación entre los alumnos y profesores, creando una comunidad virtual de trabajo. Los distintos profesores de cada módulo, guiarán a los alumnos proponiendo actividades adicionales dependiendo del temario que se esté cubriendo en cada momento. La modalidad semipresencial contempla la realización de 3 semanas presenciales con master class impartidas por diferentes expertos para preparar los TFM y hacer networking.

## Características plataforma On-line

La plataforma actuará como vía de comunicación entre el alumno y el entorno global de formación.

El estudiante tendrá información actualizada sobre los conceptos que se estén estudiando en cada momento, como enlaces a contenidos adicionales incluyendo noticias, artículos, etc.

Los alumnos deberán realizar y aprobar todas las prácticas de los distintos módulos, y realizar el trabajo fin de máster para poder aprobar el Máster.

### La plataforma cuenta con:

- Mensajería individualizada para cada alumno integrada en la plataforma
- Vídeos
- Videotutorías
- Documentación
- Comunicación con los profesores vía mensajería, foro y chat



# Master Online



## Duración

1 Año / 520 horas

60 ECTS

Próxima fecha prevista

Inicio: Octubre de 2025

Fin: Octubre de 2026



## Lugar

Plataforma Online



## Precio

4.600€

+ 40€ de tasas de secretaría

Pregunta por nuestras becas, facilidades de pago, prácticas en empresas y bolsa de trabajo.

**Una vez finalizados y superados estos estudios, la Universidad Complutense de Madrid emitirá el título, conforme a las normas de admisión y matriculación de los títulos de Formación Permanente de la UCM**

## Metodología 100% Online

La formación se realizará de forma tutorizada por los profesores. Se utilizará una plataforma de formación virtual para la comunicación entre los alumnos y profesores, creando una comunidad virtual de trabajo. Los distintos profesores de cada módulo, guiarán a los alumnos proponiendo actividades adicionales dependiendo del temario que se esté cubriendo en cada momento.

## Características plataforma On-line

La plataforma actuará como vía de comunicación entre el alumno y el entorno global de formación.

El estudiante tendrá información actualizada sobre los conceptos que se estén estudiando en cada momento, como enlaces a contenidos adicionales incluyendo noticias, artículos, etc.

Los alumnos deberán realizar y aprobar todas las prácticas de los distintos módulos, y realizar el trabajo fin de máster para poder aprobar el Máster.

### La plataforma cuenta con:

- Mensajería individualizada para cada alumno integrada en la plataforma
- Vídeos
- Videotutorías
- Documentación
- Comunicación con los profesores vía mensajería, foro y chat

# Contacto

**Teléfono de información**

+34 687 30 04 04

**Correo electrónico**

info@mastermarketingmodaucm.com

**Sitio Web**

www.mastermarketingmodaucm.com

\*\*\*La dirección del Máster se reserva el derecho de modificar, suprimir y actualizar los profesores, la información y el programa del Máster







UNIVERSIDAD  
**COMPLUTENSE**  
MADRID

**ntic**  
master