



## Curso Universitario de Formación en Intelligence Influencers: Fashion & Beauty

---

Escuela de Inteligencia Económica de la  
Universidad Autónoma de Madrid



### AVANCE DE PROGRAMA

#### Objetivo

Nuestro objetivo general es que, finalizado el curso, una persona que lo complete con provecho, sea capaz de utilizar los conocimientos adquiridos para hacer de su actividad como influencer el inicio de una profesión.

#### Dirigido a

No universitarios, estudiantes universitarios de grado y posgrado, graduados y licenciados, de cualquier titulación. Profesionales del marketing, comunicación, y relaciones públicas, community managers, etc...

# Características del curso

**Número de plazas:** Limitado.

**Requisitos académicos:** Para acceder a este curso no es requisito indispensable haber superado la selectividad. No obstante se requiere:

- Ser mayor de edad
- Estar en posesión de una cuenta web/blog, Instagram, o YouTube.
- Para la asistencia a las clases se requiere ordenador portátil o tablet, y Smartphone.

**Número de créditos ECTS:** 20

**Modalidad de enseñanza:** Presencial. No obstante, en el siguiente apartado les presentaremos una **alternativa a la presencialidad: la Virtual Classroom**

**Número de horas:** Total: 500

- **Presenciales:** 160 horas
- **No presencial:** 340 horas (realización de Challenges, ejercicios, estudio, exámenes, etc.)

**Lugar de impartición del curso:** Facultad de Psicología de la Universidad Autónoma de Madrid (*aula definitiva pendiente de asignación*)

**Acto inaugural:** viernes 19 de Octubre de 2018 a las 12 horas, en [*lugar por especificar*]. Se requiere la presencia del alumnado ya que se impartirá la lección inaugural del Curso.

- **Lección inaugural:** Ágata Ruíz de la Prada

**Fechas y horario de la actividad docente:**

- **Inicio** el día 22 de Octubre de 2018
- **Finalización** el día 20 de marzo de 2019.
- **Horario:** lunes, martes, y miércoles de 5,30pm a 8,30pm.

**Acto de Clausura** y entrega de títulos: jueves 11 de abril de 2019 a las 18 horas, en [*lugar por especificar*]. Se requiere la presencia del alumnado.

## Virtual Classroom: una alternativa al curso

Para las **personas interesadas** en el curso, pero **que no puedan cursar el título**, existe la **modalidad "Virtual Classroom"**. Con ella podrán **seguir** bien las **clases regulares**, bien las **Máster Class**, o ambas como un todo, vía **streaming** en el horario previsto para el curso regular.

Esta modalidad carece de titulación oficial aunque **se entregará una certificación oficial de asistencia y/o aprovechamiento del curso**.

## Organización

**Dirección:**

- **Directora de Honor:** Ágata Ruiz de la Prada
- **Dirección:**
  - Manuel de Juan Espinosa (Catedrático de la UAM y Director de La\_SEI) y
  - Manel Torrents Condeminas (CEO de la IBIZA FASHION WEEK y partner de la MIAMI FASHION WEEK , Productor de tv, cine y teatro)

**Entidades Implicadas:** El presente curso es un proyecto fruto de la **colaboración** entre las **Facultades de Psicología, Ciencias Económicas y Empresariales**, la **Ibiza Fashion Week**, y la **Escuela de Inteligencia Económica** de la Universidad Autónoma de Madrid.

## Programa de contenidos

### Programa de sesiones

#### Sesión 1: Fashion & Beauty Influencers

**Contenido:** Fashion & Beauty Intelligence o Inteligencia económica aplicada a la moda. El individuo como herramienta de prescripción: Qué es y qué cualidades tiene un influencer. La figura del Influencer como líder de opinión: Cualidades del liderazgo, ética personal y responsabilidad social. El paso de blogger, youtuber, o instagramer a influencer. Tipos de influencers. La especialización: Fashion influencers. Qué aporta un influencer al sector de la moda. El influencer y el marketing. Agencias de influencers. Ética de influencers y ética de marketing de influencers.

#### Sesión 2: Optimización del espacio personal: web/blog, Instagram, y YouTube

**Contenido:** Web e Instagram como espacio personal. **Optimización de la Web/blog:** Diseño de estrategia. El SEO (Search Engine Optimization), posicionamiento, y atractivo de la web/blog para buscadores. **Optimización de Instagram:** Diseño de estrategia. El perfil: Principales herramientas de optimización. Monitorización de la competencia o hashtags: Herramientas. Otras herramientas de gestión. **Optimización de You Tube:** Diseño de estrategia. Posicionamiento con SEO optimizado (SEI Tube) y Social Media.

#### Sesión 3: El marco de trabajo del Fashion Influencer - Moda, estilismo y tendencias

**Contenido:** El binomio Fashion & Beauty. Formas, cortes, y tejidos. Breve historia. Belleza y moda a través de los diseñadores que marcaron tendencia. Tendencias y tipos de tendencias. La expresión de las tendencias de moda. Moda, tendencias e identidad de género. El arte como inspiración. Qué debe tener un estilismo para convertirse en icónico. La moda a través de sus iconos: La influencia de la música, el cine, y la fotografía. La expresión de tendencias a través de los desfiles. Showrooms. El papel de las revistas y los libros de moda. Blogs y Webs de referencia. El influencer como creador de tendencia. Influencers clave en el sector de la moda: Casos de éxito.

#### Sesión 4: Personal Branding - Creación de la marca personal en la red

**Contenido:** Qué es la Personal Branding. Elementos fundamentales. Ventajas de la Personal Branding. Creando una marca personal: Diferenciación, estrategia y objetivos, visibilidad y plan de acción. Casos de éxito de creación de una Personal Branding. Buenas y malas prácticas para la creación de marca. El proyecto de creación de una marca personal. Buenas prácticas y conciencia social.

#### Sesión 5: Psicología de la moda

**Contenido:** ¿Qué son y cómo surgen las modas? ¿Por qué nos imitamos? Deseo mimético y mecanismos de imitación (Fundamentos biológicos y sociales). ¿Qué es el “buen gusto”? La arbitrariedad de las modas. El Capital simbólico: el secreto de lo “Cool”. El efecto Mateo o cómo predecir tendencias. ¿Por qué nos vestimos? Efectos y funciones psicológicas del vestir. Vestido y mente. Vestido y emociones.

¿Qué dice tu ropa de ti? Embodiment y Encloded cognition: El poder transformador del vestido (el hábito y el monje, la mona y la seda, y el “Power Dress”)

## Sesión 6: Comunicación, influencia y persuasión para influencers

**Contenido:** Comunicación, influencia y persuasión: liderando tendencias en la sociedad del siglo XXI. Tipos de comunicación e influencia. Habilidades de comunicación verbal y no verbal para influencers. Comunicación y persuasión. El influencer persuasivo: credibilidad, estatus, atractivo personal y social. El mensaje influyente: cambiando actitudes, conductas y tendencias. Razón y emoción. Características del mensaje persuasivo. El influencer efectivo: Tácticas y técnicas de influencia y persuasión. Contenidos y receptores: Matching y tailoring. Claves del liderazgo de tendencias. El impacto de nuestra comunicación: La responsabilidad del mensaje interpersonal.

## Sesión 7: El lado oscuro de la comunicación - Estrés, Trolls, y Haters

**Contenido:** ¿Todo es tan bonito? Identidad virtual y real: consecuencias psicológicas de una vida pública. La presión y el estrés de la novedad diaria. Personalidad fuerte y vulnerable ante la presión. ¿Cuánto vale un *like*?: el precio emocional. El fracaso. Trolls y Haters: Tolerancia a la crítica y la frustración. Auto concepto. Gestión y autorregulación del estrés y las emociones. Estrategias a afrontamiento. Técnicas de relajación y control.

## Sesión 8: El influencer ante el grupo y la sociedad

**Contenido:** Influencia grupal y social: la transmisión de normas, roles, valores, significados socialmente compartidos. Principios universales de influencia. Influencia minoritaria y mayoritaria. Movimientos sociales y acción colectiva. El lado oscuro de la influencia: la difusión de estereotipos, prejuicios, discriminación, estigmatización y deshumanización. Ética y responsabilidad del/a influencer ante el grupo y la sociedad.

## Sesión 9: Taller de creatividad

**Contenido:** Pensamiento creativo o “pensar fuera de la caja”. El proceso de creación e innovación. Estrategias y técnicas de creatividad. ¿Cómo son las personas creativas? El proyecto creativo de la marca personal. Fijación del foco creativo: la innovación en moda y belleza. La búsqueda de ideas para influencers. Validación de ideas en búsqueda de rentabilidad.

## Sesión 10: Taller de estilismo e imagen personal

**Contenido:** Tú como marca: Estilismo como identidad personal e imagen de marca. Principios básicos de morfología: Conoce tu propio cuerpo, color de piel, ojos, etc.: Estudio del color. Estilismo y género. El lado oscuro del tallaje. Estilismo según ocasiones. Facciones personales: Maquillaje personal y selección de peinado. Maquillaje para fotografía, publicidad, y pasarela. Modelaje para publicidad, y pasarela. Estilismo según las ocasiones: Código de atuendo y estilismo. Elección del look personal en función de la ocasión.

## Sesión 11: Taller de fotografía y edición

**Contenido:** ¿Qué cámara necesito? Diferencias entre cámaras Réflex, sin espejo, compactas y Smartphone. Conceptos básicos, manejo. El Smartphone como herramienta diaria. La luz, como usar la luz para los resultados que deseamos. Diferencias entre luz dura y luz blanda, cuándo usar cada una. Medición de luz y exponer correctamente. Composición. Reglas de composición fotográfica, el poder de la observación y la perspectiva. Cómo el consumidor percibirá nuestra foto y cómo podemos mejorarla. Diferencias entre fotos cuadradas y otros formatos. Sensibilidad Iso, profundidad de campo. La importancia de la distancia focal en tus fotos. Las fotos comerciales y “artísticas”. Reencuadrar, un ejercicio muy útil para mejorar tu fotografía a diario. Selección de fotografías y edición de las mismas desde nuestro dispositivo. Diferentes APPS, desde filtros a retoque fotográfico y como mantener

coherencia visual en tu feed. Fotografía de producto, técnica y práctica. Trucos para los Selfies y dirección de fotógrafo (hasta ahora era al revés) Coherencia visual. Propiedad intelectual, buenas artes fotográficas. Manejo de la fotografía diaria básica. Repaso del manejo de los distintos dispositivos de cada alumno@.

## Sesión 12: Taller de vídeo y edición

**Contenido:** Nociones básicas. Producción y edición de vídeo. Herramientas básicas de software libre y profesional. Creación de efectos visuales. Corrección de color. Composición de vídeo. Aplicaciones para vídeos con Smartphone. Grabación, producción, y edición de video y audio para Youtube. Herramientas de software. Videos para plataformas. Viralidad de vídeos. El caso de los Haul Vloggers.

## Sesión 13: Taller de redacción de contenidos

**Contenido:** La búsqueda de contenidos. Cómo se hace. Las fuentes de información. La fiabilidad como informador. La construcción de una red: importancia para el influencer especializado y la construcción de una imagen fiable. El influencer como informador de prestigio. La información de calidad. El secreto de las fuentes de información. El principio de confianza. Los intereses cruzados. La manipulación. La redacción atractiva de informaciones. Principios de una buena redacción. La autoedición. La corrección. La consulta de dudas gramaticales y ortográficas.

## Sesión 14: Taller de Creación de contenidos efectivos

**Contenido:** Creación de contenidos digitales. Definición de objetivos y generación de ideas. Herramientas para la creación de contenidos. Storytelling o el arte de contar una historia. Storytelling escrito. ¿Cómo se hace? Contenido y forma. Storytelling verbal. ¿Cómo se hace? Dicción, tono, ritmo, y expresividad. Storytelling visual. Copywriting o el arte de crear contenidos con impacto. Tendencias de contenidos. Viralidad de contenidos. Networking: más allá de la comunicación usual.

## Sesión 15: Gestión de redes y reputación online

**Contenido:** La gestión de integrada de redes. Herramientas de gestión integrada. Qué es y para qué sirve el RSS: Suscripción, recepción, ventajas y desventajas de RSS. La gestión de clientes CRM: Customer Relationship Management. Monitorización de marca. ORM: Online Reputation Management. Analytics: Qué es y para qué sirve. Análisis de la reputación: Google Analytics. Más allá de Google Analytics: Herramientas avanzadas. Interpretación de estadísticas de seguidores. El plan de reputación online.

## Sesión 16: Difusión de contenidos y dinamización de marca

**Contenido:** El plan estratégico de difusión con redes sociales. Las grandes redes: Instagram, Youtube, Facebook, Twitter... Community Management, gestión de redes sociales: herramientas. Optimización de Redes Sociales (SMO): Facebook, Instagram, uso de hashtags y apps. Mobile Marketing. Newsletters. Configuración de la privacidad. La tarjeta de visita virtual. Cómo conseguir publicaciones de impacto: nuevos algoritmos y cómo usarlos.

## Sesión 17: Fashion & Beauty Market

**Contenido:** La moda y el entorno de mercado. Segmentación de mercado y variables de segmentación. Posicionamiento e investigación de mercado. Consumidor de moda y análisis de consumidores. Política del producto moda y marca. Pricing. Políticas de comunicación y promoción en la moda. Políticas de distribución. E-commerce o comercio electrónico en el sector de la moda. Plan de Marketing en la moda. Influencers como estrategia de marketing. Eficacia del influencer frente al marketing tradicional, Inbound Marketing o Branded Content.

## Sesión 18: Guía legal para influencers

**Contenido:** La necesidad de regulación legal del influencer como profesión. Implicaciones legales de la actividad: Constitución del proyecto. Marketing de influencers. Negociación con agencias y representantes. Fiscalidad para influencers.

## Sesión 19: Representación de influencers

**Contenido:** El papel de las agencias de representación en el marketing de influencers. La representación laboral de influenciadores y marcas. Relaciones entre influencers, marcas, y usuarios a través de las agencias. Ventajas e inconvenientes para los influencers. ¿Cómo funciona una agencia de representación? Las principales agencias de representación. La elección de un influencers para una marca. Herramientas de inteligencia para el análisis y selección de influencers.

## Sesión 20: Monetizando tu marca

**Contenido:** La clave del éxito: tu plan de negocio. La atención a la SEO como primer paso para la monetización. Monetiza tu blog: Internet como modelo publicitario. Definir espacios publicitarios. Herramientas: Utilización de AdServer, Google AdSense, y Google AdWords. La viabilidad del negocio: El Plan financiero. Comercialización de productos asociados. Recomendaciones: Cómo obtener ingresos. El proyecto de negocio desde sus inicios. CRO: conversation rate optimization. Monitorización, analíticas y métricas digitales.

## Programa de Máster Class

A lo largo del curso (cada quince días aproximadamente) se impartirán un conjunto de Máster Class impartidas por personas de reconocido prestigio en su campo, en las que narran su experiencia. Los alumnos, por equipos, deberán recabar información sobre la figura invitada y preparar con conjunto de preguntas para la Máster Class.

Algunos ejemplos de **títulos** previstos son:

- *Mujer y género en el mundo digital de la Fashion & Beauty.*
- *La moda en España.*
- *Mi experiencia personal en la construcción de la marca personal.*
- *La creatividad en el mundo de la moda.*
- .....

Entre los **profesores** figuran, [Ágata Ruíz de la Prada](#), [Cristina Rodríguez](#), [Modesto Lomba](#), [Mónica Gómez-Cuéstara](#), [José Fernández Pacheco \(Josie\)](#), etc.

## Programa de Challenges

Los **Challenge** o “retos” son un conjunto de ejercicios que, con un tiempo limitado de desarrollo, se realizarán a lo largo del curso. En ellos se trabaja en grupos de no más de 5 personas, con el propósito de alcanzar una meta que suponga un desafío tanto para el grupo como para cada participante en particular.

Para no facilitar la preparación previa, cada profesor comunicará las normas y el contenido u objetivo específico de cada *challenge* antes de que dé comienzo el mismo.

**MÁS INFORMACIÓN: 27 DE AGOSTO DE 2018**