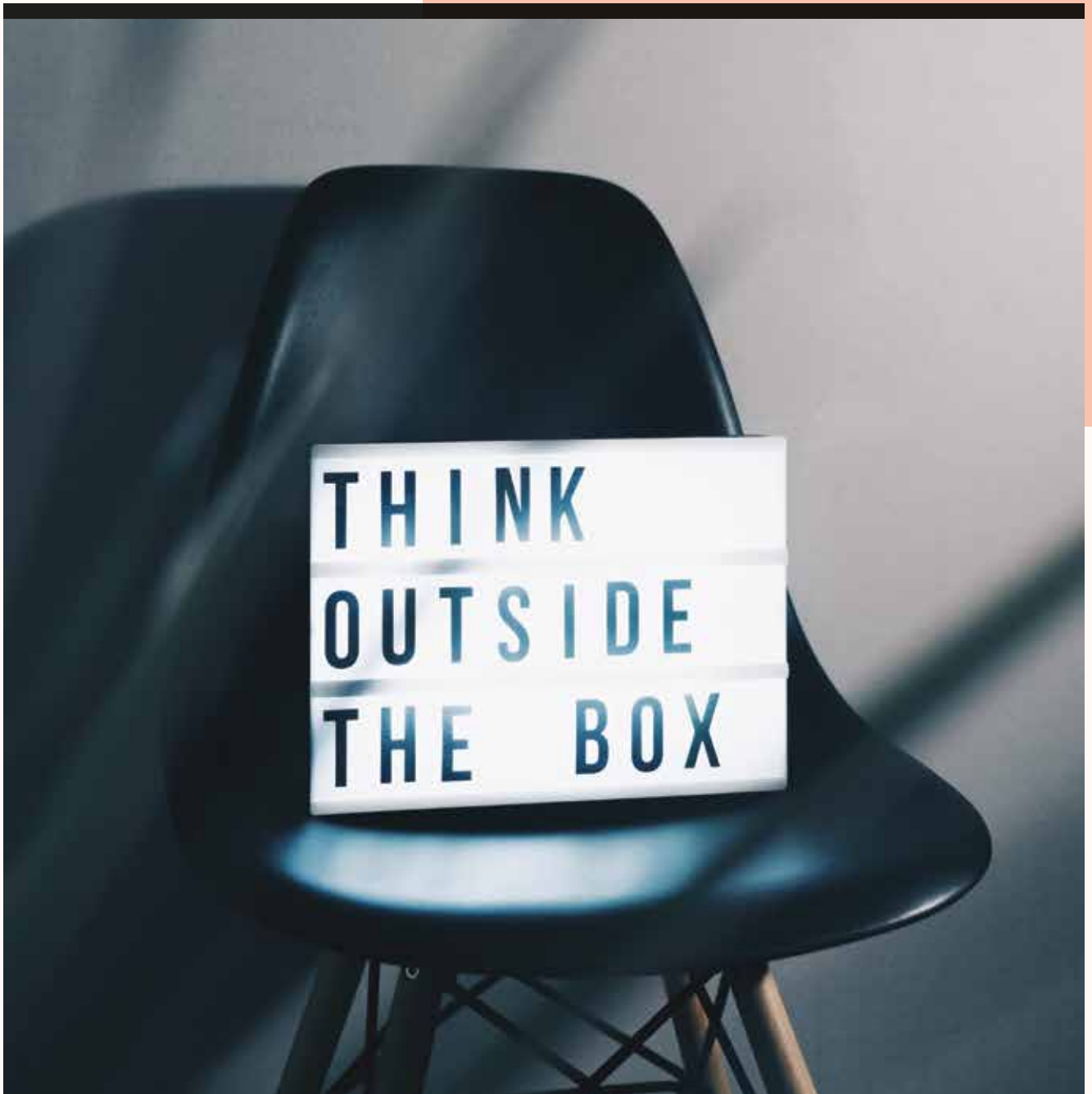


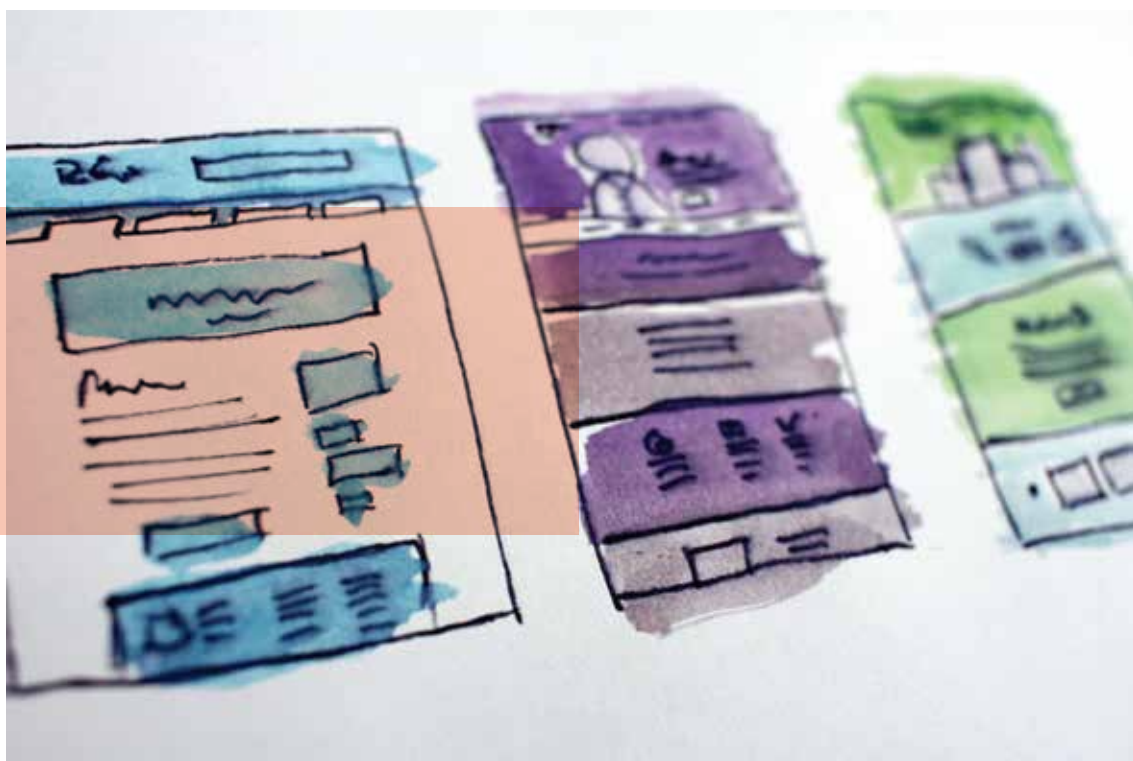
BRANDING MODA.

Cómo construir marcas saludables y sus
Planes de futuro



DESCRIPCIÓN.

Flip Flop College se ha mantenido a la vanguardia en la innovación del sector moda calzado a lo largo de los últimos años. Ahora conscientes de la vertiginosa evolución que se está llevando a cabo en este sector, hemos querido trasladar NUESTRA EXPERIENCIA a los profesionales inmersos en estos procesos de innovación.



6 SEMANAS



100%
PRESENCIAL



2000€



OBJETIVOS DEL CURSO

Generar estrategias de comunicación y branding eficaces, para incidir de manera determinante en la consecución de los objetivos de una organización. Desarrollar políticas de comercialización que requieran de una comunicación estructurada a través de la marca, siendo esta el principal eje estratégico.

DESTINATARIOS DEL CURSO

Profesionales que ejerzan en departamentos de Comunicación, Publicidad o Marketing de empresas de cualquier sector, y desee adquirir conocimientos estratégicos en la gestión de marca.

Personas de negocio que quieran profundizar y especializarse en el mundo del Branding y de todas sus posibilidades.

Futuros profesionales que acaben de finalizar sus estudios de Diseño, Publicidad, Comunicación, etc., y deseen especializarse con todas las garantías en el mundo del Branding y la Identidad Visual.



MÓDULOS



01. **La Historia de las marcas**
Recorrido por la historia de las grandes marcas.

02. **La Estrategia**

- Análisis de las otras tres “P” kotler.
- Definición de objetivos y metas de tu marca.
- ADN de tu marca.

03. **La marca:**

- El Nombre.
- El Logotipo y sus composiciones.
- El Color.
- La Tipografía.
- El slogan.

MÓDULOS

04. La protección legal del branding

05. Imagen corporativa:

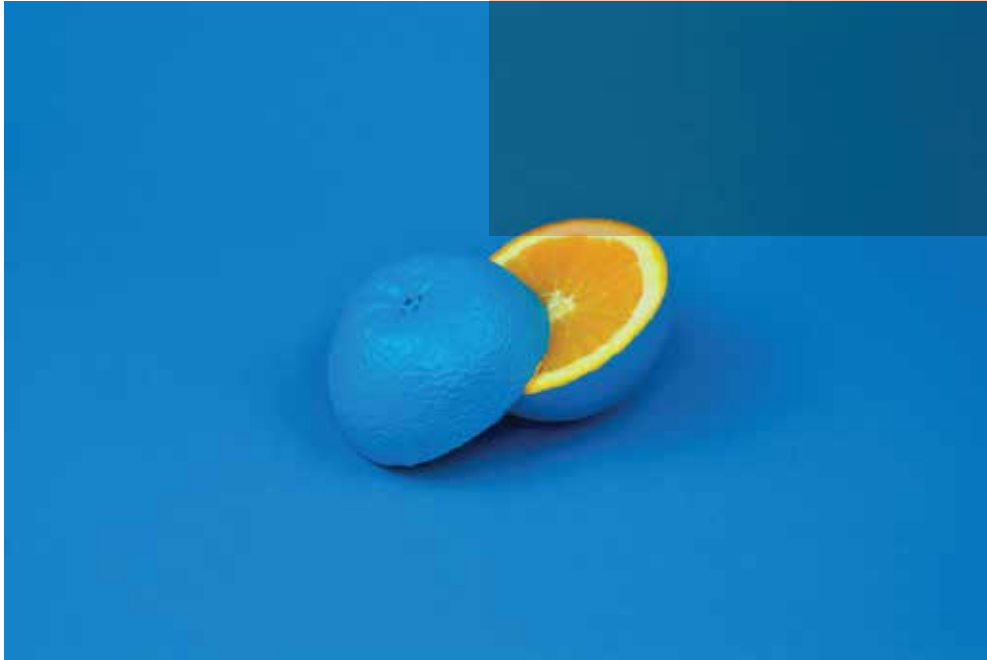
- Concepto.
- Coordinación y Desarrollo.
- Gestión y supervisión. “Manual de normas gráficas “

06. Packaging:

- Filosofía Nipona.
- Embalaje.
- Envase.
- Etiquetado.
- Qué más?



MÓDULOS



07. Punto de venta offline:

- Universo p.v.
- Escaparate.
- Lineal.
- Mostrador.

08. Punto de venta online:

- Tecnología en ecommerce: plataformas, plantillas y módulos
- Modelos de negocio en ecommerce
- El proceso de venta fase a fase
- Estrategias de captación de tráfico y analítica en ecommerce
- Gestión de tienda y escaparates online
- Organización de un departamento de ecommerce

09. Ferias:

- Stands
- Relaciones con la prensa

MÓDULOS

10. Plan de comunicación:

- Plan de medios.
- Of line.
- On line
- Campaña publicidad
 - Direccion de arte.
 - Sesión de fotos/vídeo.
- Piezas (brochures, flyers, etc.)

12. Gabinete de prensa:

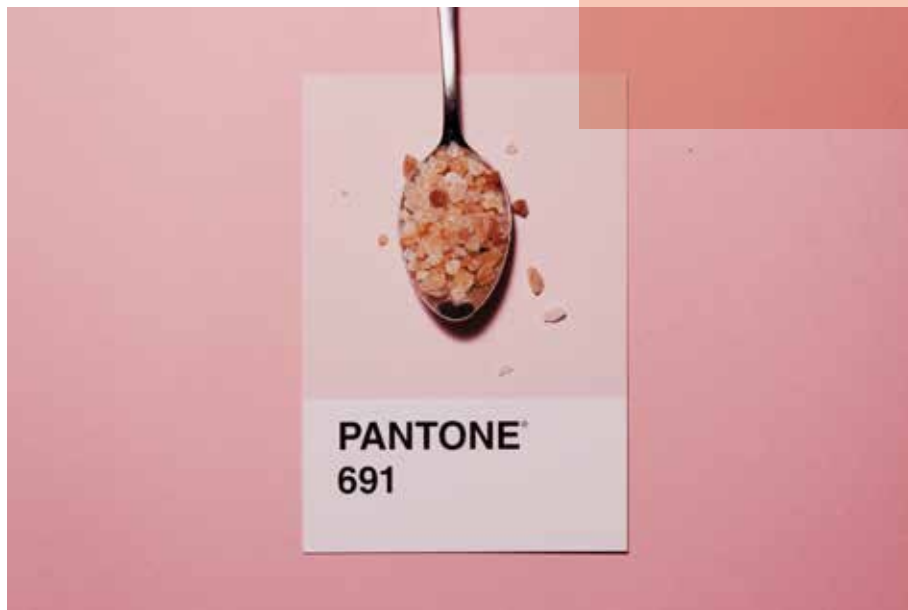
- Show Room.
- Dossier de prensa
- Influencers.
- Product placement.

11. R.R.S.S.

- In-bound Marketing
- Gestión y perfiles de Redes Sociales:
 - YouTube
 - Pinterest
 - LinkedIn
 - Instagram
 - Facebook
 - TikTok
- Creación de contenido original.

13. R.S.C

- Colaboración
- Dinamización
- Mecenazgo





Ana León

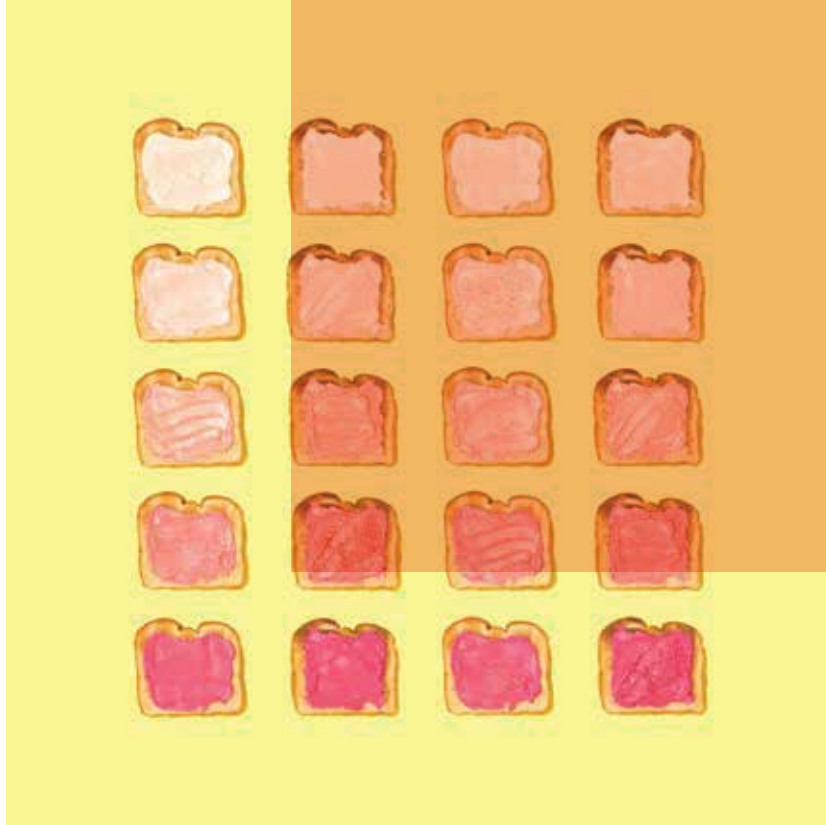


DIRECTORA DE PROGRAMAS

El programa BRANDING, CÓMO CONSTRUIR MARCAS SALUDABLES Y SUS PLANES DE FUTURO, capacitará a emprendedores y gestores de empresas a gestionar sus marcas de la forma más eficiente, atractiva y bien dirigida posible, proporcionando herramientas reales que pueden ponerse en práctica desde el primer día.

Ana León
Directora de Programas
Flip Flop College

METODOLOGÍA.



Este programa se desarrolla en un entorno altamente colaborativo, que se fomenta a través de foros de discusión y actividades grupales.

El enfoque es totalmente práctico, apoyado en el método del caso y en la utilización de herramientas que podrán ponerse en práctica desde el primer día en la vida profesional real.

PROFES

Fundador y Ex-CEO de la cadena de salones de peluquería y belleza Oh my Cut!, formador de gestores de negocios de peluquería y belleza, conferenciante y colaborador de escuelas de negocio y universidades en España.

En el mundo de la peluquería desde el año 1991 cuando se incorpora al primer salón de peluquería, compaginando sus estudios de grado superior de peluquería con el trabajo en el salón. En el año 1993 comienza su desarrollo en el mundo de la formación a través de la compañía Sebastian Professional, llevando a cabo formación para profesionales de peluquería en España y posteriormente en Europa, USA y Latinoamérica. En el año 2000, abre su primer salón de peluquería, al que seguirían en los próximos años dos más.

Es en el año 2002 donde su carrera cambia de dirección y comienza a dirigir el Departamento de Formación de Sebastian España, cargo que ocuparía hasta Septiembre del 2008. En este momento comienza a redirigir su capacidades formativas hacia el mundo de la gestión y las marcas, aplicando los conocimientos de empresa adquiridos en la compañía de productos para la cual trabaja junto con sus conocimientos del sector de la peluquería.

En el año 2007 crea la marca de salones de peluquería Oh my Cut!, llegando a tener más de 90 salones y cerca de 500 colaboradores en España, México y Colombia



Kiko Medina

Business Skills

Creación y Estrategia de marca.
Planificación y ejecución de proyectos
Desarrollo de equipos.
Analítica de datos.
Comunicador.
Desarrollo de puntos de venta.

+

Sebastian Professional: 1993-2002
Wella: 2002-2005
Procter & Gamble: 2005-2008
CEO Oh my Cut!: 2007-2020
Años impartiendo Formación: 27 años

Cursos impartidos: + de 800

Marcas y entidades para las que ha

colaborado: System Professional, Sassoon Professional, COTY, Universidad Privada de Pamplona, Universidad CEU, Universidad de Alicante, Universidad Miguel Hernández, Escuela de Negocios EOI, Impulsa Alicante, EDEM. Banco de Santander, Westin Hotels



Begoña Mogica

Graduada en criminología Universidad de Alicante
Master en marketing y redes sociales por Internacional de Marketing

Soy adicta a las redes sociales y no se me ocurrió una profesión mejor a la que dedicarme.

Tras estudiar el Grado en Criminología, lo que me enseñó a entender mejor el comportamiento del ser humano y por ende del consumidor, me di cuenta de que lo mío era el marketing y las Redes Sociales, empecé montando un blog con unos amigos y terminé estudiando un Máster de Marketing Digital y redes sociales.

Sigo cada día descubriendo un mundo apasionante y en constante cambio con la suerte de poder trabajar en Dostintas, una agencia de comunicación que lleva más de 20 años en el sector. Mi especialidad es el contenido, toda estrategia en redes sociales debe partir de una marca con una identidad bien definida y un contenido adaptado a ella. Las redes sociales son el punto de contacto más directo de las marcas con los usuarios, lo que hagas en ellas determinará el éxito de tu marca.”

Ecommerce Manager | Desarrollo de negocios
en internet | Estrategia digital | Marketing |

Más de 10 años gestionando directamente ecommerce de marcas internacionales del sector de la moda como Pikolinos y Martinelli, con responsabilidad directa sobre elaboración de modelos de ingresos, estrategia de crecimiento, captación y fidelización de clientes. Apasionado de internet y de la innovación con mente analítica y estratégica, soy en la actualidad CMO y cofounder de la consultora Ola Ecommerce desde donde ayudamos a las marcas a hacer crecer su negocio de venta online, ofreciendo un servicio completo que abarca desde la programación y el diseño de comercios electrónicos eficientes, hasta las estrategias de marketing óptimas para incrementar el tráfico y las ventas.



Fernando Tormo



Enrique Martín

Enrique Martín, es abogado en ejercicio, especializado en litigación civil-mercantil. Su interés en la estrategia de negocio le ha llevado a cursar estudios en Dirección de Marketing por FUNDESEM, en dirección estratégica de la marca por ESADE, un MBA Senior por la Universidad Miguel Hernández (UMH) y un programa de alta dirección por el IE Business School.

Como especialista en “Fashion Law”, es socio de diversas asociaciones, como el Grupo Español de la Asociación Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial e Intelectual (AIPPI) y ha sido presidente de la Sección de Propiedad Industrial del Ilustre Colegio de Abogados de Elche (ICAE), al que pertenece. En la actualidad es socio director de IBIDEM ABOGADOS ESTRATEGAS SLP. (HYPERLINK "<http://www.ibidem.com>" www.ibidem.com), empresa líder en derecho del marketing y de la propiedad industrial en la Comunidad Valenciana.

Ha escrito los libros “Cómo crear marcas poderosas a través del naming” y “Nominología”, que alcanzó el ranquin de los libros de Management más leídos en 2005 según el periódico Expansión. Asimismo, ha participado en el libro “Propiedad Industrial II” de la Escuela Judicial del Consejo General del Poder Judicial con la ponencia “El valor del diseño en la industria de la moda” y en la “Guía anti-copia para la industria del calzado” editado por la Agrupación de Exportadores de Calzado de la Comunidad Valenciana.

Licenciado en Bellas Artes U.P.V Valencia
Master en Biónica I.E.D. (Milan)
Master en Dirección de Marketing (Fundesem)

Experto en solucionar problemas de comunicación visual | Desarrollo de estrategias de comunicación | 360° de comunicación corporativa y de producto|

Más de 25 años al frente de mi propia agencia de comunicación, gestionando la creación y el crecimiento de marcas de primer orden a nivel nacional e internacional relacionadas con el sector del calzado, textil hogar o la náutica de lujo entre otros, me han llevado a amar el trato con el cliente y concebir mi trabajo como una ayuda indispensable para el desarrollo de proyectos que precisan un valor añadido en la comunicación y sus marcas. Entusiasta del mundo online donde experimento día a día en primera persona el mundo de la generación de contenido como estrategia de posicionamiento natural. Experto en desarrollar planes de comunicación y dirección de marketing con el modelo outsourcing y con una dilatada experiencia en el mundo de la creación de marcas y del re-branding. Varios premios de comunicación visual a nivel nacional avalan nuestra trayectoria como agencia, pues seguir hablando en singular no sería justo, ya que estos logros son de distintas comunicación mi alter ego, mi modo de vida.



Andrés Orts



CERTIFICADO

Todos los participantes que completen con éxito el programa recibirán un certificado avalado por las instituciones, FLIP FLOP COLLEGE Y FUNDESEM BUSINESS SCHOOL.

CÓMO INSCRIBIRSE

- 01.** Completa el formulario de registro en la página de inscripción:
<https://flipflopcollege.com/-brandingmoda/>
- 02.** Tu plaza quedará reservada en el momento en el que recibamos confirmación.
- 03.** Te enviaremos los datos de acceso al campus virtual para que puedas empezar a familiarizarte con él. El contenido del programa estará disponible el día de inicio de la convocatoria.



BRANDING.

A large, vibrant pink balloon is positioned in the upper right quadrant of the image. A thin white string extends from the bottom of the balloon down to a white wooden chair with a curved backrest, which is centered in the lower half of the frame. The background is a soft, light blue gradient, and a vertical orange-to-white gradient bar is on the right side.

Más información

Si deseas más información, puedes ponerte en contacto con nosotros.



601 362 819



info@flipflopcollege.com



<https://flipflopcollege.com/brandingmoda>

Alianza Estratégica

Para el lanzamiento e impartición de este programa Flip Flop College se ha asociado a Fundesem Business School.