



CÁMARA DE COMERCIO
ITALIANA EN MÉXICO

DE LA
EL NEGOCIO
MODA
Y
DEL DISEÑO

DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA: CONOCER EL SISTEMA ITALIANO
Y COMO APLICARLO EN MÉXICO



OBJETIVOS

- APRENDER UN MÉTODO DIRECTAMENTE POR LOS PROFESIONALES QUE TIENEN EXPERIENCIA MADURADA EN LAS CAPITALES DE LA MODA Y DEL DISEÑO.
- CONOCER EL NEGOCIO DE LA MODA Y DEL DISEÑO EN LA PRÁCTICA Y LOS NUEVOS PROCESOS DE CONTAMINACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS.
- APRENDER NUEVAS FORMAS Y MÉTODOS DE TRABAJO.
- APRENDER A LEER LOS MOVIMIENTOS CULTURALES EUROPEOS E INTERNACIONALES QUE SE CONVIERTEN EN LAS TENDENCIAS DE ESTILOS DE VIDAS EXITOSOS Y NUEVOS NEGOCIOS.



OBJETIVOS

PROYECTO FINAL: CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN

MÉTODO DE NEGOCIO

Ciudad de México

Identificación y definición del perfil de un consumidor de bienes.

MILÁN

Selección de los productos más interesantes y adecuados para el consumidor identificado, a través de una búsqueda exhaustiva de marcas, salones, tiendas de ropa, muebles y accesorios.



IMPARTIDO POR ORIETTA PELIZZARI

CONSULTORA INTERNACIONAL EXPERTA EN DETECCIÓN Y ANÁLISIS DE TENDENCIAS CON BASE EN MILÁN. ENTRE SUS CLIENTES SE ENCUENTRAN FIRMAS DE MODA, *RETAIL* Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

HA REALIZADO INVESTIGACIONES AVANZADAS EN DISTINTOS PAÍSES Y SECTORES (ROPA, CALZADO, ACCESORIOS, *RETAIL*).

CADA PROYECTO ES UN *MIX* ÚNICO DE METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS, REALIZADO A TRAVÉS DE EQUIPOS ESPECÍFICOS DE EXPERTOS.

ENTRE SUS CLIENTES SE ENCUENTRAN LA *CAMERA NAZIONALE DELLA MODA ITALIANA*, *ANCI* (ASOCIACIÓN ITALIANA DEL CALZADO), *RUSSIAN SHOE WEEK*, *LA RINASCENTE*, (GALERIAS COMERCIALES DE LUJO) *NABA* (NUEVA ACADEMIA DE BELLAS ARTES), *DOMUS* (ACADEMIA DE DISEÑO), *CHINA TEXTILE INFORMATION CENTER*, (BEIJING, SHANGHAI), *GLOBAL COLOUR RESEARCH* (LONDRES), *M.I.T.* (MASSACHUSSET INSTITUTE OF TECHNOLOGIES BOSTON), *ACCENTURE ITALY*, *HUGO BOSS* , *DIESEL*.



LOS DESTINATARIOS

ESTUDIANTES DE LA INDUSTRIA DEL DISEÑO, DE LA MODA, DE LA COMUNICACIÓN, DEL DISEÑO GRÁFICO, DE LA MERCADOTECNIA, QUE QUIERAN REFORZAR SUS CV Y APRENDER NUEVAS FORMAS DE TRABAJO, QUE LOS APOYARÁN EN SU FUTURA PROFESIÓN O PROYECTOS EMPRESARIALES.

PROFESIONALES Y EMPRESARIOS DE LA MODA Y EL DISEÑO QUE QUIERAN PROFUNDIZAR EL ENFOQUE DE NEGOCIO EN SUS ACTIVIDADES, SEGÚN LAS METODOLOGÍAS MÁS MODERNAS DE TRABAJO.



UNA OFERTA ÚNICA

- UNA INMERSIÓN EN EL NEGOCIO Y LA CREACIÓN DE LA MODA EN MILÁN, CIUDAD QUE MARCA TENDENCIA A NIVEL MUNDIAL, DONDE PODRÁN CONOCER A PROFESIONALES Y REALIZAR INVESTIGACIONES IN SITU.
- CONOCIMIENTOS TEÓRICOS Y HABILIDADES PRÁCTICAS.
- UN PROCESO FORMATIVO ESTRUCTURADO.
- ENFOQUE EN EL NEGOCIO DE LA MODA Y EL DISEÑO.
- ACCESO A EVENTOS DE NIVEL GLOBAL.
- EXPERTA DE NIVEL INTERNACIONAL, QUE FUNGE DE “INTERPRETE” DE LA REALIDAD ITALIANA PARA EL PARTICIPANTE.
- ENTREGA DE UN CERTIFICADO DE LA CÁMARA ITALIANA.



CONTENIDO DIDACTICO

CIUDAD DE MÉXICO

INVESTIGACIÓN

- APRENDER EL MÉTODO DE ANÁLISIS DE TENDENCIAS Y APLICARLO CON UN FORMATO DE NEGOCIO.
- OBSERVAR Y RECOPIAR LA INFORMACIÓN ADECUADA PARA CONSTRUIR EL PERFIL DEL CONSUMIDOR.
- IDENTIFICAR LOS TIPOS DE CONSUMIDORES: LOS TOMADORES DE DECISIONES, *INFLUENCERS*, IINDEPENDIENTES.
- ELABORAR CUESTIONARIOS ESPECÍFICOS PARA ENTREVISTAS A CONSUMIDORES Y A MINORISTAS.
- RECOLECTAR INFORMACIÓN CUALITATIVA Y CUANTITATIVA SOBRE LOS HÁBITOS DE ESTILO DE VIDA.
- PROCESAR EL CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN Y CONVERTIRLO EN INFORMACIÓN FUNCIONAL.

DESARROLLO DEL OUTPUT FINAL

- SABER DISTINGUIR LAS TENDENCIAS CREATIVAS Y TENDENCIAS DEL MERCADO.
- ANTICIPAR LA EVOLUCIÓN DEL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES LOCALES, DE ACUERDO CON LOS ESTÍMULOS DE COMUNICACIÓN.
- APLICAR LAS TENDENCIAS INTERNACIONALES EN EL MERCADO LOCAL.
- RECONOCER LOS LÍDERES DE OPINIÓN QUE INFLUENCIAN EL ESTILO DE VIDA DE LOS CONSUMIDORES
- INTERPRETACIÓN DE LA CONTAMINACIÓN ENTRE LA MODA, DISEÑO, ARTE, ETC...: OBSERVAR Y CONVERTIRLOS EN ESTÍMULOS CREATIVOS Y EMPRESARIALES.
- MAPEO DE MARCAS. RECONOCER LAS MARCAS QUE SON LÍDERES DE OPINIÓN DE AQUELLAS QUE SON LÍDERES DEL MERCADO, ADECUADAS PARA EL MERCADO LOCAL.
- INVESTIGACIÓN E IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS / MARCAS QUE APELAN A UN CONSUMIDOR EN PARTICULAR.
- EL ENFOQUE Y LA EXPERIENCIA DE COMPRA DEL CONSUMIDOR.
- CREAR Y CONSTRUIR UN PLAN DE NEGOCIOS PARA UN TIPO DE BIENES DE CONSUMO.



CONTENIDO DIDACTICO

MILÁN

INVESTIGACIÓN Y OBSERVACIÓN

- PARTICIPAR COMO PROTAGONISTAS EN LOS EVENTOS EN MILÁN, CAPITAL DE LA MODA Y EL DISEÑO.
- CONOCER EL *MADE IN ITALY*, SU HISTORIA Y LO CONTEMPORÁNEO.
- IDENTIFICAR ESTILOS Y ACTITUDES DE ESTILO DE VIDA.
- CONOCER LA ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA QUE INFLUYE EN LOS ESTILOS DE VIDA Y EL CONSUMO INTERNACIONAL.
- CONOCER LAS MARCAS EN LOS MOMENTOS MÁS IMPORTANTES DE LA EMPRESA Y LA PRESENTACIÓN DE LAS NUEVAS COLECCIONES.
- OBSERVAR Y RECOGER INFORMACIÓN, ESTILOS Y ACTITUDES QUE SE CONVERTIRÁN EN LA TENDENCIA.

DESARROLLO DEL OUTPUT FINAL

- CREAR LA PRESENTACIÓN RESULTADO DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN Y RECOLECCIÓN.
- RESALTAR LOS ESTÍMULOS DE ESTILO DE VIDA Y DE MARCAS QUE SE APLICAN EL PROYECTO DE NEGOCIO.



PROGRAMA 2015

Dónde	julio	septiembre
	México	Milán
Descripción	<p>Taller de 5 días</p> <p>↓</p> <p>Profesionales y empresarios</p>	<p>Taller en ocasión de la “Milan Fashion Week Woman”</p> <p>↓</p> <p>“Salón con expertos del estilo de vida en el mundo”</p>



ESTRUCTURA Y CONTENIDO DE LAS CLASES

	México	Milán
Actividad	<i>Workshop de 5 días*</i>	<i>Visitas a la Milan Fashion Week</i>
	<ul style="list-style-type: none">•Clases en aula;•Ground Research con entrevistas y fotoreport.	<ul style="list-style-type: none">•Encuentros con profesionales;•Visitas a tiendas, <i>showrooms</i>, hoteles;•Participación en eventos.
Descripción	<ul style="list-style-type: none">•Aprender a identificar los elementos y transformarlos en un estilo de vida construyendo un perfil real de consumidor, con <i>consumer profile</i> y marcas de referencia (todo esto real, no emocional o para consumidores de fantasía).•Aprender a estudiar al consumidor local, entendiendo sus productos, pensamientos y estilos de vida.	<ul style="list-style-type: none">•Realización de una investigación con un método específico.•Aprender a conocer el mercado italiano, tanto productos para exportar, como inspiración para eventuales interpretaciones.

* 8 horas diarias para estudiantes; 5 horas diarias para profesionales (3 horas adicionales facultativas).



CIUDAD DE MÉXICO

JULIO 2015

Horario	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes
10:00-13:00	Presentación del proyecto. Introducción a los <i>trend lifestyle</i> con focus sobre los productos consumer	Resumen y <i>work in progress</i> con Orietta. Encuentro con profesionales (<i>Fashion and Design industry</i>)	Presentación de medio término. <i>Work in progress</i>	Resumen y <i>work in progress</i> con Orietta. Encuentros con profesionales (<i>Fashion and Design industry</i>)	Control final y revisión
14:00-18:00	Investigación de campo y entrevistas	Investigación de campo y entrevistas	Investigación de campo y entrevistas	Investigación de campo y entrevistas	Presentación Final
18:00-19:00	Conclusiones	Conclusiones	Conclusiones	Conclusiones	Presentación Final



MILÁN

SEPTIEMBRE 2015

Horario	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes
11:00-13:00	Introducción al Estilo de Vida Italiano y de Milán	Resumen con Orietta	Resumen con Orietta	Resumen con Orietta	Presentación de la investigación
Tarde	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	En la calle: visita a lugares de interés del <i>Lifestyle, Fashion y Design</i> ; Encuentro con profesionales	Resumen Final
Noche	Eventos externos	Eventos externos	Eventos externos	Eventos externos	



Participa en la Semana de la Moda en Milán

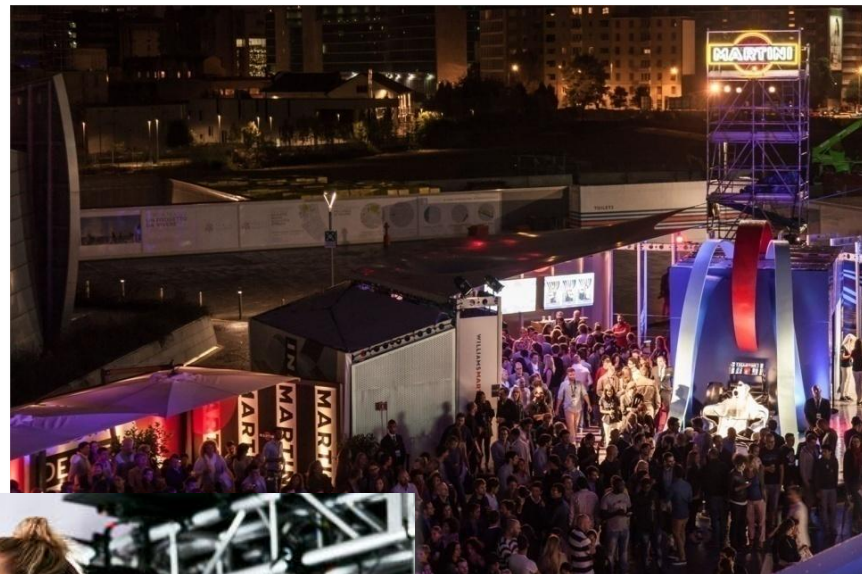
EL EVENTO MÁS IMPORTANTE
DEL MUNDO
PARA EL NEGOCIO DE LA MODA



DESFILES



EVENTOS



PRESENTACIONES



El Estilo de Vida de Milán

CONOCER EN PRIMERA PERSONA CÓMO Y DÓNDE NACEN LAS TENDENCIAS Y CÓMO SE TRANSFORMAN EN NEGOCIOS CONCRETOS, EN UNA DE LAS CIUDADES QUE MÁS MARCAN LA TENDENCIA A NIVEL GLOBAL.



DESIGN STORE "LA RINASCENTE"



EXCELSIOR MILANO



ARMANI DULCES



INTERESTING STREET STYLE



COSTOS

MÓDULO EN LA CIUDAD DE MÉXICO, MÁS
MÓDULO EN ITALIA TOTAL: 10 DÍAS DE ACTIVIDADES

PRECIO PÚBLICO: \$35,000* (+IVA, SI APLICA)

*ESTE COSTO NO INCLUYE GASTOS DE VIAJE, ALOJAMIENTO NI VIÁTICOS.



PARA MAYOR INFORMACIÓN
Y
PARA CONOCER EL PROGRAMA DE
BECAS

LIC. ANDREA DE CAMILLIS

ANDREA.DECAMILLIS@CAMARAITALIANA.COM.MX

LIC. SANDRA GALIMBERTI

SANDRA.GALIMBERTI@CAMARAITALIANA.COM.MX

