

IDEM

INSTITUTO DE ESTILISMO Y MODA



MÁSTER

ESTILISMO Y DIRECCIÓN CREATIVA DE MODA

INSTITUTO IDEM

ATELIER SCHOOL

Nuestro formato educativo nace de la necesidad de crear una escuela de **grupos reducidos** donde poder trabajar de una forma individual con cada uno de nuestros alumnos garantizando de esta forma **potenciar** sus capacidades y talentos que de otra forma sería imposible. Ambiente familiar, cercano y **multicultural** de IDEM, esta sin duda es una de las señas de identidad más importante.

PROFESORADO ÚNICO

Con una fuerte **vocación** a la docencia todo el profesorado de IDEM se encuentra en activo en el sector de la moda y los medios audiovisuales lo cual nos permite además ofrecer una formación **actualizada** y realista.



UBICACIÓN PRIVILEGIADA

En uno de los barrios con mayor actividad cultural como es **Malasaña** en pleno centro de **Madrid**.

PRÁCTICAS

En nuestro programa de prácticas se incluyen **showroom**, organización de **eventos**, prácticas en **televisión**, teatro, realización de **editoriales** y trabajo con fotógrafos, **desfiles** de moda todo ello para obtener una formación completa.



FACILIDADES

Otros de los **pilares** que IDEM siempre ha mantenido firmes, es que la educación debe ser lo más accesible para cualquier persona que quiera estudiar. Por eso nuestra oferta sin bajar la **calidad formativa** está amparada por los profesionales que nos acompañan desde hace años, los cuáles comparten la misma **filosofía educativa**.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Va dirigido a aquellas personas interesadas en la moda y la dirección creativa que quieran obtener las herramientas necesarias para poder desarrollar su futuro profesional como estilistas.

REQUISITOS

Para poder acceder al máster no es necesaria una formación específica previa, se puede acceder o bien por haber realizado estudios previos o bien realizando una entrevista motivacional.

SALIDAS PROFESIONALES

Estilista de ficción en el campo audiovisual (televisión, cine, teatro), estilista de moda (en publicidad, editorial de moda), asesor de imagen personal, personal shopper, comunicación de moda, director creativo, creador de contenido para marcas de moda.



OBJETIVO

El estilista es un psicólogo de la imagen, un profesional que elige y combina prendas y accesorios para un evento concreto. Es un constructor de personajes. Aprende a **interpretar** el gusto, personalidad y necesidad de los clientes. El estilista es la pieza clave en la presentación atractiva del producto. Debe ser capaz de **crear** un estilo diferente para cada persona y explotar al máximo su atractivo. Su función es adaptar la **imagen** estética de los personajes, coordinar las distintas áreas, seleccionar proveedores y suministrar el **vestuario**.

El alumno obtendrá una formación extensa, **especializada** y práctica de esta área desde una perspectiva diferente y altamente creativa, desarrollando competencias destinadas al vestuario de moda y ficción (teatro, cine y televisión). Este tendrá la capacidad de **construir** y gestionar marcas, desde una perspectiva **estratégica** y de dirección artística, a través de los conocimientos adquiridos y las herramientas necesarias para dirigir, coordinar y ejecutar cualquier producción de moda. Además, a través del desarrollo de una metodología **multidisciplinar** permitirá que el alumno se incorpore al mercado laboral de forma exitosa.

A man is the central figure, standing in a minimalist white studio. He is wearing a vibrant, multi-colored costume that appears to be made of draped fabric or paper, featuring a complex, abstract pattern of red, blue, yellow, and white. His face is also painted with the same colorful, abstract pattern. He is looking upwards and to the right. A long, flowing white fabric trails from his waist down to the floor. The background is a plain white wall and floor, with some dark structural elements visible at the top and sides.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

PROGRAMA DE ESTUDIOS

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN Y FUNDAMENTOS DEL ESTILISMO DE MODA

HISTORIA DE LA INDUMENTARIA

Recorrido **histórico** y cultural por las distintas capitales europeas analizando **estilos** de vida y consecuencias de estos en la **moda** y en el vestir, donde veremos los trajes de mundo desde la Antigüedad hasta el SXIX.

Antigüedad

- Sumeria
- Mesopotamia
- Egipto
- Grecia
- Roma
- Pueblos bárbaros

Edad Media

- Imperio Bizantino
- Del 476 d.c. al 1453 d.c.
- Civilizaciones europeas
- Edad Moderna
- Del 1453 d.c al 1789 d.c.

Edad Contemporánea

- De 1789 hasta nuestros días
- El cambio de la Revolución Francesa y el libre mercado textil

ARTE Y MODA

Recorrido histórico por los distintos **movimientos artísticos** para entender la moda y la conexión entre ambos. Desde el s. XX, el siglo de los diseñadores, hasta las últimas vanguardias.

Principios de siglo XX

- El fin de corsé
- Paul Poiret. El primer diseñador

1910 – 1920

- La influencia de los ballets rusos
- La I Guerra Mundial
- Actrices del cine mudo

1920 – 1930

- Los años locos
- La mujer garçonnette
- El charleston
- Coco Chanel

1930 – 1940

- El renacer de la elegancia
- Star System. Cine y moda se unen

1940 – 1950

- La II Guerra Mundial
- Cristóbal Balenciaga
- Pin up

1950 – 1960

- Christian Dior

1960 – 1970

- La década rebelde
- Yves Saint Laurent
- Democratización de la Moda
- Aparición del Pret a Porter

1970 – 1980

- La década eclética: glam, disco y punk.

1980 – 1990

- Los japoneses en París
- Ídolos de la década: Madonna, televisión, cine y deporte

1990 – 2000

- El minimalismo. El grunge. Los grupos de lujo
- El grupo de Ambers, Galliano, McQueen
- El fenómeno de las supermodelos
- Fenómeno Zara

Principales Diseñadores de Moda españoles

- Recorrido por las distintas etapas de la historia
- La importancia de la televisión, el cine y la música

MOVIMIENTOS SOCIALES

Las **tribus urbanas** como reflejo de moda y tendencia. Recorrido por los distintos movimientos sociales y su consecuencia en tribus urbanas y estilos. Desde los rockers en los años 50 hasta las últimas tendencias en Japón. Analizaremos cultura, contexto histórico, formas de vida, influencias musicales y artísticas.

PSICOLOGÍA DE LA MODA

La función del estilista no es solo la de vestir cuerpos sino dotarles de un sentido e identidad propias. En esta asignatura te enseñaremos a encontrar tu **creatividad** y **personalidad** como estilista. El desarrollo de habilidades sociales es decisivo en esta profesión.

- Qué es la psicología social.
- Autoconcepto y Autoestima. o Actitudes
- Aceptación Social

- Empatía
- Persuasión e influencia social
- Distinción Social y Moda

ILUSTRACIÓN

Concepto figurín y proporciones.

ESTILISMO

Fundamentos básicos del campo del estilismo que permitan al estilista desenvolverse en el área de la moda sin problema.

- Diccionario de la moda
- Léxico de prendas
- Terminología en moda

BLOQUE 2. ESTILISMO DE MODA Y MEDIOS AUDIOVISUALES

FICCIÓN

Los estilistas llevan a cabo una serie de **procesos** en función del campo en el que estén trabajando. En esta asignatura veremos cual son las herramientas necesarias para trabajar dentro del campo de la **ficción** y crear personajes adaptados al proyecto según su naturaleza.

- El estilista en cine
- Jerarquías
- Modo de trabajo
- Vocabulario técnico

TELEVISIÓN

Los estilistas llevan a cabo una serie de procesos en función del campo en el que estén trabajando. En esta asignatura veremos cual son las herramientas necesarias para trabajar dentro del campo de la **televisión** para obtener un resultado optimo.

- El estilista en televisión
- Jerarquías
- Modo de trabajo
- Vocabulario técnico

TEATRO

Según la naturaleza de cada proyecto, el estilista debe tener en cuenta ciertos procesos y herramientas, por lo que esta asignatura veremos cómo debe trabajar el estilista, dentro del campo del **teatro**, para obtener una creación de personajes y un resultado que se ajuste a las necesidades del proyecto.

- El estilista en teatro
- Jerarquías
- Modo de trabajo
- Vocabulario técnico

MÚSICA Y MODA

Al entender la moda como un arte, este arte se nutre también de distintas corrientes artísticas por ello en el máster no solo incluimos conocimientos en historia del arte e historia de la moda, sino que

también, y de manera muy importante, recorreremos las distintas **corrientes musicales** y su influencia y presencia en el mundo de la moda.

- Música y tipología
- El estilista en el videoclip
- Jerarquías
- Modo de trabajo
- Vocabulario técnico

EDITORIAL DE MODA

Desarrollo de una producción de moda.

- Qué es una editorial de Moda
- Showrooms y relación con el estilista
- Tipos de editorial y cliente
- Campañas e ecommerce
- Creación de Modboards
- Pre / Desarrollo / Post en una producción de Moda

PUBLICIDAD

Con esta asignatura aprenderéis a diferenciar los proyectos por su naturaleza, ya sea dirigiendo el departamento de vestuario para un anuncio de tv, de marcas de alimentación o como responsables de imagen para una **campaña** de una marca que requiera de los servicios de un estilista para crear outfits que vayan en su línea editorial.

- **Dirección y Agencia.** Con estas sesiones, el alumnado conoce de primera mano como un director de producciones audiovisuales desarrolla un proyecto, cómo deben trabajar con las distintas figuras que les presenta y descubren el funcionamiento de una agencia, cómo presentar una propuesta a cliente y a los distintos directivos de un proyecto.
- El estilista en Publicidad
- Jerarquías
- Modo de trabajo
- Vocabulario técnico

PRENSA Y ANÁLISIS DE PASARELA

Las revistas son un medio que hace uso de imágenes, textos o entrevistas para exponer ideas que hacen al lector **reflexionar**. Nosotros como estilistas, creativos que hacen uso de esta para mostrar sus trabajos, debemos tener esa capacidad de saber **exponer** nuestra idea, de forma concisa, para mostrar la visión que tenemos y que el espectador se plantee una serie de cuestiones respecto a nuestro trabajo.

- Tipos de prensa especializada
- Frecuencia de publicación
- Diferencia entre países
- Público al que se dirigen
- Tratamiento y visión de la moda para cada medio

NARRATIVA DE LA IMAGEN

Con esta asignatura se pretende que el alumnado trabaje la **fotografía** desde diferentes prismas, teniendo en cuenta los elementos que intervienen en ella, y su composición en cuanto a la construcción de imágenes en moda.

- Introducción
- ¿Cómo componemos?
- Análisis de imágenes de moda.

- La narrativa en campañas de moda
- El relato en moda

UPCYCLING Y COSTURA

Para un estilista es fundamental saber desenvolverse en el espacio de trabajo y tener la capacidad de obtener **recursos**. Por eso te enseñamos **confección** básica, plancha, arreglos rápidos y manejo de la máquina de coser como herramienta de trabajo ya sea partiendo desde cero, a través de la **reutilización** de prendas antiguas o la transformación de vestuario ya existente.

BLOQUE 3. ESTILISMO Y PERSONAL SHOPPER

ASESORÍA DE IMAGEN

Los alumnos aprenderán, a través de herramientas, como **armonizar** la imagen externa de un cliente.

- Análisis de formas
- Tipos de cuerpo
- Fundamentos técnico

PSICOLOGÍA DEL COLOR

El color desprende diferentes expresiones del ambiente, en esta asignatura, el alumno aprenderá que nos **transmite** cada color y como lo aplicamos a nuestro trabajo como estilista.

- ¿Qué es color?
- Colores primarios, secundarios y matices
- Psicología de color
- Utilización del color según tipo de piel, ojos y cabello
- Test de color

PERSONAL SHOPPER

Los alumnos aprenderán como trabajar con un cliente aplicando las técnicas de color, **morfología**, asesoramiento de imagen y estilo personal, aprendidas previamente.

- - Como trabaja un personal shopper.
- - Fichas técnicas y formularios.
- - Rutas de shopping.

PROTOCOLO

Los alumnos aprenderán el conjunto de normas sociales que se establecen a la hora de vestir en diferentes situaciones o **eventos** sociales.

- Hombre
 - Vestuario masculino
 - Vestuario de etiqueta
- Mujer
 - Vestuario femenino
 - Vestuario de etiqueta

CELEBRITIES Y ALFOMBRA ROJA

En muchas ocasiones, los estilistas realizan estilismos para celebrities, o personas con exposición pública y cuya imagen tendrá repercusión mediática. Es el caso de premieres, apariciones en

eventos como invitados, alfombras rojas, o participaciones de otro estilo. En esta asignatura veremos las herramientas adecuadas, no solo para conseguir un resultado óptimo, sino para conocer el protocolo en el trato de personajes públicos y dominar los procesos de trabajo en este tipo de proyectos.

BLOQUE 4. DIRECCIÓN CREATIVA

DIRECCIÓN CREATIVA

En esta asignatura veremos la cara más **alternativa** de la moda, con un repaso desde los 90s, con la aparición del anti-fashion, hasta la actualidad, el alumnado verá cómo es la evolución de la moda no mainstream y el papel del **director creativo** desde una perspectiva refrescante y única.

FOTOGRAFÍA DE MODA

Desde los inicios de la fotografía pasando por los principales fotógrafos del siglo XX los alumnos tendrá una visión completa de este departamento y su relación con el campo de la moda.

Introducción a la fotografía.

- Tipos de Cámara
- Parámetros
- Resolución de la imagen
- Planos
- Reglas de composición
- Tipos de luces

Fotógrafos del siglo XX.

- Fotógrafos del siglo XX

PROCESO Y PENSAMIENTO CREATIVO

Para llegar a la forma tangible de una **idea** es necesario seguir varias etapas, esta asignatura enseña a los alumnos el proceso que sigue todo **creativo** hasta obtener la idea de forma palpable a través de diferentes herramientas como collage, moodboard, etc.

- Dirección Artística en Moda
- Objetivo / concepto /Relato o Narrativa
- Relato Vs. Historia
- Aplicación
- Tendencias Globales
- Pensamiento Creativo
- Desarrollo Proceso Creativo

ARTE Y MODA DEL SXXI

- La Revolución de la moda en el SXXI (Grupos de lujo)
- Directores artísticos (Los nuevos diseñadores y los nuevos gurús del estilo)
- Globalización de gustos y estilos

MARKETING DE MODA

Introducción

- Pilares y Fundamentos del Marketing I

El Sector textil

- Estructura del sector
- Tipos de empresas textiles y su funcionamiento
- Herramientas necesarias para analizarla

Mercado

- Investigación de Mercados
- Principales variables a estudio

Tipos de análisis sector

- Producto
- Clasificación
- Tipos de producto y sus características
- Ciclo de vida de un producto y sus diferentes estrategias

Precio

- Definición
- Estudio y toma de decisiones de las estrategias de precios puestas en marcha en el sector textil por las diferentes marcas

Distribución

- Tipos de canales
- Estudio de las diferentes figuras que forman parte del sector distribución
- Principales estrategias

La Marca

- Pilares principales de una marca
- Tipos de marca

Principales estrategias

Imagen de marca

Análisis de imagen de marca

- Fotógrafos en la moda

Agencias de publicidad

Elementos de comunicación

- Definición de la idea
- Gestión y control de producción y post producción
- Selección y trabajo con prendas
- Formatos
- Modelos y tipos de negociación
- Exteriores y revistas
- Tipos de soporte

Merchandising

- El escaparate como elemento de transmisión de imagen
- Análisis de los principales elementos de un escaparate
- El escaparate como elemento de transmisión de imagen
- Análisis de los principales elementos de un escaparate

Elementos de comunicación: La tienda

Requisitos de la imagen corporativa

- Elementos de comunicación

Ventas

- Estudio
- Análisis
- Interpretación y realización de informes de ventas

Técnicas de ventas

- Estereotipos de clientes y estudio de las diferentes técnicas de venta

Elementos de comunicación

Internet y principales plataformas

Marketing en Moda

- Aspectos claves para tener en cuenta a la hora de realizar una web de moda
- Proceso de creación
- Arquitectura de contenidos y navegación
- Imagen Vs producto
- Acciones

Marketing relacional

- La importancia de la idealización
- Formas de fidelizar y principales campañas de idealización de moda en diferentes medios
- Acciones
- Gestión y medición de una campaña

La democratización de la moda

- Lujo versus mass market
- Triunfo del mass market (H&M, GAP, ZARA, MANGO, etc.)
- Moda Digital

IDENTIDAD VISUAL

Esta asignatura explora cómo construir y definir el **universo estético y conceptual** propio de cada creativo. A través de referencias, dirección artística y coherencia visual, el alumnado desarrollará una identidad sólida aplicada a sus proyectos, imagen y lenguaje creativo. El objetivo es transformar la visión personal en una narrativa visual reconocible, auténtica y alineada con la industria de la moda y la dirección creativa.

SOCIAL MEDIA

Los alumnos recibirán los recursos necesarios para ser capaces de crear **contenido**, como estilistas, y compartirlo en las redes sociales.

MARKETING DIGITAL

Promocionar tu marca de forma digital requiere que se tenga en cuenta una serie de estrategias. Con esta asignatura se pretende enseñar todos aquellos **métodos** y canales que el estilista debe usar para obtener un buen resultado.

COOLHUNTER

Con esta asignatura se pretende que el alumno comprenda cómo funciona esta figura y entienda como de esencial es dentro del campo de la moda.

- Proceso de creación de una tendencia.
- Qué es una tendencia y quién las crea
- Análisis de tendencias

CULTURA CONTEMPORÁNEA

Esta asignatura analiza la **evolución de la moda**, la dirección creativa y las industrias visuales contemporáneas. A través de las casas de moda más populares, figuras culturales, artistas, celebridades y fenómenos mediáticos, el alumnado comprenderá cómo se construyen las narrativas, identidades y códigos visuales que definen la cultura contemporánea. El objetivo es desarrollar una **visión crítica** y contextual capaz de conectar moda, imagen, arte y sociedad dentro del panorama creativo actual.

REFERENTES EN INTERIORISMO Y SET DESIGN

Tan importante para un director creativo son los conocimientos en fotografía, como en interiorismo y estilos decorativos. Este tipo de recursos marcan la diferencia al realizar una editorial de moda, escenario, escaparate o la distribución del interior de una tienda.

CV Y PORTFOLIO

El alumno aprenderá a crear esta herramienta esencial para los creativos donde podrán reunir, de forma digital, todos aquellos proyectos que han realizado como estilistas para poderlos mostrar a los profesionales que buscan sus servicios.

- Soportes
- Comunicación
- Diseño y creación de Portfolio
- Planteamiento y desarrollo de contenidos

TFM

La asignatura de TFM acompaña al alumnado en el desarrollo conceptual, estratégico y visual de un **proyecto final** propio dentro del ámbito de la moda y la dirección creativa. A lo largo del proceso, se integrarán las herramientas, metodologías y conocimientos adquiridos durante el máster para construir una propuesta sólida, coherente y profesional. El objetivo es materializar una **visión creativa personal** capaz de reflejar identidad, criterio y capacidad de ejecución dentro de la industria contemporánea.

DATOS ORGANIZATIVOS

Inicio: septiembre

Finalización: julio

Duración: 11 meses.

Horarios (opción de mañana o tarde):

- mañanas de lunes a viernes, de 10h a 14h
- tardes de lunes a viernes, de 16h a 20h

Precio totalidad matrícula incluida: 6.000€.

Modalidades de pago:

- Importe de matrícula incluida en el precio, imprescindible para la reserva de plaza de 500€
- Pago aplazado en cuotas con un importe de 500€/mes

Plazos de matriculación: abierto desde 7 de mayo hasta completar las plazas disponibles

Grupos reducidos

Contacto directo con profesionales del sector en activo

Orientación profesional

Bolsa de trabajo

Certificado acreditativo tras haber superado satisfactoriamente el curso. Consultar normas de matriculación en <https://www.institutoidem.es/condiciones-generales-de-matriculacion/>.

¿CÓMO MATRICULARSE?

- Llamando y concertando cita directamente en el **+34 91 521 12 68**
- Modo online a través de la web en <https://www.institutoidem.es/matriculacion/>

Ponte primero en contacto con la escuela a través del teléfono o del email en info@institutoidem.es y luego podrás cumplimentar tu matrícula online.

Documentación necesaria:

- Formulario de matrícula cumplimentado
- 1 fotografía tamaño carnet
- Fotocopia del DNI o Pasaporte
- Resguardo de pago del importe de la matrícula
- CV actualizado

*Te invitamos a dar el siguiente paso hacia una carrera en
el mundo del estilismo y la dirección creativa en moda.
Descubre cómo nuestro curso especializado te preparará para
destacarte como un verdadero especialista en la industria.
Asegura tu lugar ahora y comienza a construir tu futuro en la
moda hoy mismo con IDEM.*

Ester Díez-Merino
Directora de IDEM



www.institutoidem.es
Teléfono +34 91 521 12 68
info@institutoidem.es

Calle de la luna, 19 | 28004 Madrid (Spain)