



# TENDENCIAS APLICADAS Y SU BAJADA AL CONSUMIDOR

---

POR GUADALUPE PO



ESPACIO  
*Buenos Aires*

# DIRIGIDO A

---

PERSONAS INTERESADAS EN COMPRENDER CÓMO SE PRESENTARON LAS TENDENCIAS INTERNACIONALES, CÓMO BAJAN AL MERCADO LOCAL, SON INTERPRETADAS Y USADAS COTIDIANAMENTE. ESTO PERMITIRÁ CONTAR CON LAS HERRAMIENTAS PARA TRABAJAR CON ELLAS Y APLICARLAS A DIVERSOS PROYECTOS.

ESTUDIANTES DE DISEÑO DE INDUMENTARIA, PRODUCCIÓN DE MODA, PRODUCCIÓN DE DESFILES, FOTOGRAFÍA, MAQUILLAJE, DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE ACCESORIOS, COMUNICACIÓN DE MODA, PERIODISMO DE MODA, ASESORAMIENTO DE IMAGEN, BLOGGERS, EMPRENDEDORAS QUE NECESITEN SABER CÓMO VENDER SUS PRODUCTOS INCREMENTANDO EL INTERÉS, ETC.

# OBJETIVO

---

ENTENDER LA CONSTRUCCIÓN DE UNA MACROTENDENCIA; LA REINTERPRETACIÓN EN MICROTENDENCIAS EN LAS PASARELAS INTERNACIONALES Y SU POSTERIOR BAJADA AL MERCADO LOCAL, TENIENDO EN CUENTA SUS CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS.

CONSTRUIR UN CRITERIO ESTÉTICO PARA COMPRENDER LA NUEVA TEMPORADA Y ENTRENAR LA INTERPRETACIÓN DE CÓMO LO RECIBE Y USA EL PÚBLICO EN LA CALLE; TENIENDO EN CUENTA UNA MIRADA SOCIOLÓGICA, CULTURAL Y COMERCIAL DEL MERCADO.

# TEMARIO

- Cómo es el **mercado de moda**.
- Qué es una **tendencia**. Tipo de tendencias.
- Qué hace un **coolhunter**. Cómo es su trabajo.
- El **consumidor** de moda: ¿Por qué necesitamos de las tendencias? ¿Qué nos llama la atención de ellas cada temporada? ¿Víctimas de la moda o necesidad real? El nuevo consumidor.
- Las **Microtendencias**: Presentación y análisis en profundidad de las tendencias internacionales.
- Reinterpretación en la calle. Subjetividad de miradas.
- Bajada al **mercado internacional** de productos de moda influenciados por cada una de éstas.
- **Bloggers**: Interpretación personal y comunicación horizontal sobre tendencias. Quiénes son y por qué sirven para comunicarlas a todos los públicos.
- Cómo son reinterpretadas esas tendencias en el **mercado nacional**.
- Comprensión de las características de la **consumidora local**.Cuál es su forma de consumo.
- Análisis de la cobertura de los **medios editoriales** sobre las tendencias.

## EXTRA

Se entregarán apuntes y material complementario.

TENDENCIAS APLICADAS  
Y SU BAJADA AL CONSUMIDOR

# PROFESORA

---

## GUADALUPE PO



Estudió la carrera de Comunicación Institucional y Publicitaria en la UCA y se especializó en la Escuela Superior de Creativos.

Trabajó como Directora de Arte en el departamento creativo de las principales agencias publicitarias del mercado.

Se capacitó en Producción de Moda, Fotografía, Make up, Vestuario, Iluminación, Asesoramiento de Imagen, Fashion Branding, Marketing y Comunicación de moda.

Se vuelca al Estilismo y al Fashion Branding aplicando los conocimientos adquiridos, donde continúa trabajando actualmente después de 15 años.

Trabajó para WGSN, empresa internacional dedicada al relevo de tendencias, interpretándolas desde la visión del mercado argentino.

Es colaboradora del equipo de LuliB Lovely Things de Luli Ballestrin, (primera bloguera argentina en Revista Ohlala de La Nación Group) cubriendo tendencias, eventos y las últimas novedades del mercado.

Como docente, dirige el curso de Fashion Branding y forma parte de la Carrera de Asesoramiento de Imagen.

TENDENCIAS APLICADAS  
Y SU BAJADA AL CONSUMIDOR

# /SOBRE EL WORKSHOP

PROFESORA    Guadalupe Po

---

ARANCEL        \$3100

**COMUNIDAD EBA:**

Alumnos \$2500 / Ex Alumnos \$2800

---

DURACIÓN     6 hs + 1h almuerzo

---

FECHA            Sábado 14 de septiembre de 2019

---

HORARIO        10 a 17 hs.

---