

ÍNDICE



- 8 Capítulo 1
INDUSTRIA Y CONTEXTO**
- 10 La construcción de marca
16 El cambiante panorama
 de las comunicaciones
22 Los cambios en el mercado
 global
24 El nuevo consumidor de moda
28 Caso práctico: Hall Ohara
30 Entrevista: José Neves
34 Ejercicio: la moda global
- 36 Capítulo 2
EL MARKETING**
- 38 Investigación y tendencias
46 El desarrollo del concepto de
 marca
52 El marketing multicanal
60 Caso práctico: la tienda *pop-up*
 de Mary Kay
62 Entrevista: Julia Kasper
66 Ejercicio: creación de un
 concepto de marca
- 68 Capítulo 3
LOS MEDIOS DE
COMUNICACIÓN Y LAS
RELACIONES PÚBLICAS**
- 70 Las relaciones públicas
 en la moda
76 El desarrollo de las relaciones
 con los medios
82 La creación de contenidos para
 la difusión

- 86 Caso práctico: la Fashion Press Week
- 88 Entrevista: Rebecca Gray
- 92 Ejercicio: creación de contenidos de marca

94 Capítulo 4 LA CREACIÓN DE IMÁGENES

- 96 La fotografía y el estilismo
- 102 La ilustración y el diseño gráfico
- 106 El vídeo
- 110 El diseño de elementos visuales para páginas web
- 114 Caso práctico: Poppy Roberts
- 116 Entrevista: Jayne Pierson
- 120 Ejercicio: creación de una ilustración

122 Capítulo 5 LA MODA DIGITAL

- 124 Una industria cambiante
- 130 El uso de los medios sociales para llegar al cliente
- 134 El periodismo ciudadano y el *blogging*
- 138 El futuro
- 140 Caso práctico: What Katie Wore
- 142 Entrevista: Harriet Williams
- 146 Ejercicio: análisis de un blog de moda

148 Capítulo 6 COLABORACIONES Y CONTACTOS

- 150 La colaboración con otros sectores
- 154 El respaldo de los famosos
- 158 Caso práctico: DONT WALK
- 160 Entrevista: Emma Griffiths
- 164 Ejercicio: la responsabilidad social corporativa
- 166 Conclusión
- 168 Glosario
- 170 Créditos de las fotografías
- 171 Sitios web de utilidad
- 172 Índice onomástico
- 176 Agradecimientos
- 177 La ética profesional