



## Jannette Klein UNIVERSIDAD

La Universidad Jannette Klein,  
fundada hace más de 30 años,  
es la institución educativa pionera  
en el sector de la moda en México.

El área de Educación Continua ofrece al estudiante la actualización y la especialización de conocimientos y habilidades necesarias para el desarrollo técnico, teórico y productivo en la industria de la moda; a través de sus diferentes programas divididos en 5 áreas de especialización:

- Desarrollo Creativo
- Gestión y Marketing
- Técnico e Industrial
- Comunicación y Publicidad
- Imagen Personal

Reconocemos la demanda del mercado actual, es por ello que el contenido de dichos programas han sido creados por especialistas activos en la industria de la moda mexicana, mismos que impartirán las sesiones de cada taller, curso o seminario; permitiéndote desempeñar lo aprendido de forma inmediata, eficientando la experiencia laboral, mejorando tus habilidades conocimientos.

## TALLER COOLHUNTING Y ANÁLISIS DE TENDENCIAS

GESTIÓN Y MARKETING | PRESENCIAL | 30 H | 10 SESIONES

El análisis de tendencias es la capacidad de observar y analizar desde un modelo de conocimiento que combina intuición, creatividad y estrategia. Con estas herramientas el coolhunting consigue aplicar dicho conocimiento a las áreas profesionales o a proyectos de emprendimiento. El conocimiento de tendencias es una herramienta vital para una cimentación firme en el desarrollo no solo de proyectos de moda, si no en el de cualquier área de diseño que desee estar en vanguardia.

### OBJETIVO

nocer el origen de las tendencias, así como el poder comprenderlas y aplicarlas en el desarrollo de proyectos de diseño. Al termino de este curso serás capaz de desarrollar proyectos vanguardistas a través del estudio y de la observación aplicando el uso correcto de tendencias.

### PERFIL DE INGRESO

Público en general con el interés común en la moda, y la generación de los conceptos para el consumo de indumentaria.

### REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN

- Copia de Identificación Oficial
- Ficha de Inscripción
- Boucher de Pago

### FORMAS DE PAGO

**BANCO:** Banorte  
**NOMBRE:** Grupo Reyes Klein S.A. de C.V.  
**NO DE CUENTA:** 0835673534  
**CLABE INTERBANCARIA:** 072180008356735348  
**SUCURSAL:** 1322

### RECONOCIMIENTO

Al cubrir en su totalidad el pago del programa y un mínimo del 80% de asistencia, la Universidad Jannette Klein entregará al participante un diploma y una constancia. El prestigio y la credibilidad de la Universidad acredita y da valor curricular a todas las constancias y diplomas que esta otorgue, ya que es una institución reconocida oficialmente por la Secretaría de Educación Pública.

## TEMARIO

---

1. De Tendencia a Moda.
  - 1.1. Introducción a Tendencias.
  - 1.2. Diferencia entre Moda y Tendencia.
  - 1.3. Tipos de Moda.
  - 1.4. Calendario de Moda (Interno/Externo).
2. Target.
  - 2.1. Tipos de Consumidor.
  - 2.2. Efecto Ascendente y Burbuja.
  - 2.3. Prêt-à-Porter.
  - 2.4. High Couture.
3. Consulta de Tendencias.
  - 3.1. Introducción a WGSN.
  - 3.2. Macro Trends.
  - 3.3. Fashion Forecasting.
  - 3.4. Color Direction.
  - 3.5. Research & Reference.
  - 3.6. Moodboard.
4. Aterrizaje de Tendencia.
  - 4.1. Selección de Target.
  - 4.2. Selección de Tendencia.
  - 4.3. Color según región.
  - 4.4. Superficies y Materiales.
  - 4.5. Textil Analysis.
  - 4.6. Prints & Graphics.
5. Tendencia Aplicada.
  - 5.1. Pronostico General.
  - 5.2. Prendas Generales.
  - 5.3. Prendas de Punto.
  - 5.4. Prendas Denim.
  - 5.5 Footwear.
  - 5.6. Accesorios.
  - 5.7. Underwear/ Swimwear.
  - 5.8. Beauty & Styling.
6. Confirmación de Tendencia.
  - 6.1. Seasonal Evolution.
  - 6.2. Runway Analysis.
  - 6.3. Stores Analysis.
  - 6.4. Street Analysis.
  - 6.5. Coolhunting.
  - 6.6. Life Style.
  - 6.7. ¿Cómo influyen los estilos de vida al dictar tendencias?
  - 6.8. Las tendencias en una sociedad de consumo.
7. Coolhunting.
  - 7.1. Concepto.
  - 7.2. Tipos.
  - 7.3. Aplicaciones.
8. Fases y justificación de la materia.
9. Efectos mercadológicos.
  - 9.1. Early Adopters.
  - 9.2. Trend Setters.
10. Estudio Mercadológico.
  - 10.1. Sociológico vs Comercial.
11. Análisis de Macro y Microtendencias.
12. Investigación de mercados.
  - 12.1. Internet y Redes Sociales.
13. Monitoreo de tendencias.