

**EDITORIAL
STYLING**

Lograr generar una propuesta editorial y llevarla a cabo, así como también una campaña comercial. Introducción al mundo del estilismo, que se divide en dos segmentos: Editorial; se complementará con fotógrafos y maquilladores, en donde los alumnos realizarán una investigación en términos de luz, estilos y make up. Propuesta comercial; crearán una campaña o catálogo bajo la supervisión de un eventual cliente de retail y agencia.

1. INTRODUCCIÓN

- Presentación del curso y objetivos.
- Diferenciación entre editorial y campaña publicitaria.
- Búsqueda de referencias y métodos de trabajo.

2. MOODBOARDS

- Editorial.
- Producir un mood editorial individual para la próxima clase.
- Maquillador - Invitado.

3. PROPUESTAS

- Revisión y elección de la mejor propuesta editorial.
- Elección de modelo, referencias de make up, styling y luz.
- Fotógrafo experto en moda editorial - Invitado.

4 y 5. TERRENO

- Realización editorial con modelo, maquillador y fotógrafo.

6. CAMPAÑAS COMERCIALES

- Comercial.
- Desglose de la propuesta de trabajo.
- Cliente y Agencia Digital - Invitado.

7. TERRENO

- Práctica real de alumnos en una campaña comercial.

8. EVALUACIÓN FINAL

- Evaluación de trabajo realizado.

**MARÍA IGNACIA
HERRERA**

Diseñadora industrial de profesión, vivió en España donde trabajó como visual merchandiser de Max Mara. A su vuelta a Chile abrió la tienda Poupée. Hace años está dedicada 100% a las producciones de moda y editorial donde destacan sus trabajos para la revista Ya Colección, ED, Revista Mujer, Paula, Falabella, Ripley y Paris.