



LCI
Barcelona

MÁSTER ONLINE EN

MARKETING, COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN



DE EVENTOS DE MODA

ESCUELA
DE DISEÑO Y
ARTES VISUALES

FICHA TÉCNICA



TITULACIÓN: Máster en Marketing, Comunicación y Organización de Eventos de Moda



CRÉDITOS: 60 ECTS



DURACIÓN: 1 año académico



FECHAS: Marzo a febrero



IDIOMA: Español



MODALIDAD: *Online*

MÁSTER ONLINE EN MARKETING, COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MODA

Las dinámicas de la industria de la moda están cambiando vertiginosamente. La globalización, la sostenibilidad, la irrupción digital y otros retos globales son fuerzas que impulsan al sector en la actualidad. Este emocionante contexto de cambio necesita nuevos profesionales que se adapten y satisfagan las necesidades de la industria y del consumidor. Con un enfoque riguroso e innovador, el Máster Online en Marketing, Comunicación y Organización de Eventos de Moda ofrece una formación sólida, integrada y 3.0 de las nuevas herramientas del marketing y la gestión creativa de marcas de moda.

A lo largo del curso, el estudiante aprenderá a analizar el contexto, identificar oportunidades e *insights*, a construir marcas sólidas, creando intangibles y universos de marca propios y diferenciales, a sentar las bases del *marketing mix* y planificar la estrategia de marca. Situando al consumidor en el centro, se familiarizará con conceptos como el *customer journey/experience*, las nuevas herramientas digitales y el marketing multicanal. Todo ello para diseñar experiencias de marca fluidas (*on* y *offline*) y aprender a comunicar de forma creativa, generando historias y contenidos transmedia, originales y que aporten valor. El máster también proporciona los conocimientos necesarios para diseñar, organizar y producir presentaciones de colecciones, lanzamientos de nuevos productos y otros eventos de moda (desfiles, *showrooms*, etc.).

Impartido por expertos y profesionales de la moda, el programa está diseñado para fomentar el pensamiento creativo en un marco estratégico y gestionar marcas de forma integral, de la estrategia a la creatividad, del concepto a la implementación.



PERFIL DEL ALUMNO

- Profesionales del marketing y la comunicación que quieran dirigir su trayectoria hacia el sector moda.
- Profesionales del diseño que necesiten ampliar sus conocimientos en el campo del marketing y la comunicación.
- Otros profesionales o estudiantes para quienes el mundo de la comunicación y la moda sea estimulante y por ese motivo deseen ampliar sus conocimientos en este ámbito.

SALIDAS PROFESIONALES

En empresas del sector de la moda y agencias especializadas:

- Responsable de marketing y/o comunicación en empresas de moda
- *Brand manager*
- Consultoría estratégica de marcas de moda
- Experto en comunicación de moda
- Responsable de marketing digital de moda
- Relaciones públicas de moda
- Experto en *customer experience*
- Director creativo o miembro del Departamento Creativo de empresas o agencias especializadas
- *Brand content manager*
- *Storyteller*
- Productor de experiencias y eventos
- Profesional en agencias especializadas: tendencias, diseño de experiencias, gabinetes de comunicación, etc.



PROGRAMA DE ESTUDIOS

MÓDULO I (8 ECTS)

MARCO CONTEXTUAL DE LA MODA A NIVEL GLOBAL (HISTORIA, CULTURA, INDUSTRIA Y TENDENCIAS)

ASIGNATURAS

- Macroentorno. Fuerzas y tendencias que impactan en la moda
- Historia, cultura e industria de la moda
- Consumo de moda. *Insights* y tendencias de consumo

OBJETIVOS

- Capacitar para poder utilizar el conocimiento sobre la historia de la moda y sus ciclos para generar ideas y estimular la creatividad aplicada al *branding* y el marketing.
- Proporcionar un conocimiento profundo de la industria de la moda: segmentos, organizaciones y prácticas.
- Dar las herramientas para identificar cambios y tendencias relevantes y analizarlos y aplicarlos de forma estratégica.

MÓDULO II (8 ECTS)

BRANDING, UN ACTIVO ESTRATÉGICO Y CREATIVO DE MARCA

ASIGNATURAS

- ADN y estrategia de marca
- Desarrollo creativo de la identidad de marca
- *Branding* y *brand management*

OBJETIVOS

- Capacitar en el proceso y las herramientas de creación del ADN y la estrategia de marca.
- Formar en la planificación estratégica y la gestión de marca.
- Dotar de habilidades y herramientas para conceptualizar una marca, desarrollar un brief creativo, sintetizarla en un brand manifesto y un brand book y definir su estrategia de contenidos.
- Proporcionar herramientas para generar storytelling de marca: imaginarios, historias y universos creativos, diferenciales y culturalmente relevantes.

MÓDULO III (14 ECTS) MARKETING DE MODA

ASIGNATURAS

- Marketing y marketing de moda: teorías y prácticas
- Estrategia y plan de marketing
- Marketing multicanal

OBJETIVOS

- Identificar y evaluar el mercado de la moda para establecer el *marketing mix* y una estrategia acorde a los objetivos fijados.
- Capacitar en la proyección, realización e implantación de estrategias y planes de marketing de moda.
- Proporcionar los conocimientos necesarios para definir una estrategia de marketing integrada utilizando y combinando las técnicas más adecuadas para cada momento (publicidad, experiencial, RRPP, patrocinios, *influencer marketing*, marketing digital, marketing de contenidos, etc.).
- Capacitar para diseñar una estrategia de *retail*, desarrollar procesos de *visual merchandising* y proyectos de espacios de marca.

MÓDULO IV (8 ECTS) EXPERIENCIA Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

ASIGNATURAS

- Experiencia de marca y consumidor (Customer Experience)
- Organización de eventos de moda

OBJETIVOS

- Capacitar para comprender los modelos de decisión de compra y poder definir e implementar una estrategia de customer/user experience.
- Formar en el desarrollo de experiencias de marca multicanal (on y offline), desde el concepto a la implementación y medición de resultados.
- Dotar de las herramientas para concebir y desarrollar ideas, conceptos y temas creativos innovadores y con un enfoque multidisciplinar.
- Proporcionar los conocimientos necesarios para organizar y desarrollar presentaciones de colecciones y eventos de moda (pasarelas, lanzamiento de producto, showrooms...), desde el concepto a la ejecución.





MÓDULO V (14 ECTS) COMUNICACIÓN DE MODA

ASIGNATURAS

- Comunicación estratégica
- Comunicación y dirección creativa
- RRPP moda 3.0

OBJETIVOS

- Aportar una comprensión profunda sobre los nuevos paradigmas de comunicación, medios, técnicas y lenguajes.
- Capacitar para identificar tendencias, acciones y movimientos culturales que puedan ser adecuadamente utilizados como contenido o estilo de campañas de comunicación propias.
- Dotar de las herramientas necesarias para diseñar un plan de comunicación y desarrollar acciones de comunicación y RRPP de moda.
- Introducir en la naturaleza y práctica de la dirección de arte, el storytelling, la generación de contenidos y la comunicación transmedia.
- Aprender a crear y combinar elementos verbales, visuales y multimedia para crear imaginarios, historias y narrativas de marca.

MÓDULO VI (4 ECTS) SMART THINKING

ASIGNATURAS

- Pensamiento creativo
- Liderazgo 3.0 y gestión del cambio

OBJETIVOS

- Aportar una comprensión profunda del papel de la creatividad y la innovación en los negocios y la economía global.
- Conocer todo el proceso creativo (teoría y práctica) y los principios de generación de soluciones e ideas.
- Dotar de las herramientas para aplicar el pensamiento estratégico y creativo a la gestión de marca.

TRABAJO FINAL DE MÁSTER (4 ECTS)

- Presentación - *Briefing*
- Sesiones de investigación
- Sesiones de *branding* y marketing
- Sesiones de experiencia y comunicación
- Sesiones finales
- Presentación - Defensa oral

OBJETIVOS

- Aplicar todo lo aprendido durante el máster en un proyecto real a gran escala.
- Reforzar las competencias que permitan al alumno desarrollar proyectos en el sector de la moda de manera eficiente.
- Fomentar las habilidades y beneficios del trabajo en equipo.





JEFA DEL ÁREA DE MODA



ESTEL VILASECA

Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pompeu Fabra (2000), fundó en 1999 itfashion.com, una de las primeras revistas online de moda. Desde entonces se ha especializado en la creación y edición de contenidos on y offline, tanto para publicaciones –VEIN, El País, Telva, SModa– como para marcas –Absolut, Bershka, Stradivarius, TOUS Baby o Naf Naf– así como en la construcción de intangibles dentro del sector de la moda. Actualmente compagina su trabajo como consultora y editora con la dirección del Área de Diseño de Moda de LCI Barcelona

PROFESORES

MIREIA CANYELLAS

GLOBAL RETAIL MARKETING DIRECTOR DEL GRUPO PUIG
👉 [PUIG.COM](https://www.puig.com)

PAOLA CIRELLI

DISEÑADORA Y FUNDADORA DEL ESTUDIO FASHION DESIGN THINKING 👉 [FASHIONDESIGNTHINKING.COM](https://www.fashiondesignthinking.com)

CHARO MORA






PERIODISTA, PROFESORA, COMISARIA, INVESTIGADORA Y CONSULTORA DE MODA 👉 [LINKEDIN.COM](https://www.linkedin.com)

LOURDES SOPRANIS

DIRECTORA DE MARKETING EN PUIG 👉 [PUIG.COM](https://www.puig.com)

ENTRE OTROS



-  LCIBarcelona
-  LCI_Barcelona | LCI_Animacion
-  LCI_Barcelona | LCIBarcelona_Animacion
-  LCIBarcelona
-  LCIBarcelona

Centro Autorizado (Código 00050396)

