Máster

Marketing, Comunicación y Organización de Eventos de Moda

LCI Barcelona

The World is Your Classroom

MÁSTER EN

MARKETING, COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MODA

· Titulación: Máster en Marketing, Comunicación y Organización de Eventos de Moda
· Créditos: 60 ECTS
· Duración: 1 año académico
· Fecha de inicio: Octubre
· Idioma: Español o inglés
· Modalidad: Presencial

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 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 (only 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

Objetivos

• Proporcionar un conocimiento profundo sobre el contexto y la industria de la moda global actual.

• Dar a conocer las herramientas necesarias para observar los cambios y tendencias que afectan a la moda, identificar insights relevantes y aplicarlos estratégicamente.

• Capacitar en el proceso de creación del ADN y la estrategia de marca y trasladarlo de forma coherente a todos los puntos de contacto.

• Formar en la conceptualización y construcción de intangibles y universos creativos de marca originales y culturalmente relevantes, plasmarlos en un brandmanifesto y un brand book y generar briefings creativos.

• Capacitar en el diseño e implementación de planes de marketing y planes de comunicación de moda y la gestión creativa de una marca.

• Proporcionar estrategias de retail y de diseño de brandspaces y espacios efímeros.

• Entender los modelos de customer journey y customer experience para poder interactuar con el consumidor de la forma más adecuada en cada momento.

• Capacitar para desarrollar nuevos proyectos de marketing y comunicación en la esfera digital: desde el diseño de una e-shop hasta el uso de las redes sociales de forma creativa y eficiente y la incorporación de nuevas tecnologías como la realidad virtual o la realidad aumentada.

• Enseñar a idear y desarrollar experiencias de marca relevantes, integradas y multicanal, on y offline.

• Proporcionar los conocimientos necesarios para diseñar, organizar y producir presentaciones de colecciones, lanzamientos de nuevos productos y eventos de moda.

• Capacitar en la comunicación creativa 3.0 incluyendo las relaciones públicas, el storytelling y la generación de contenidos multimedia.

• Formar en la dirección creativa y el uso de las distintas técnicas y lenguajes creativos: narrativa, edición, diseño, fotografía y audiovisual.

Competencias

• Identificar, debatir y analizar cuestiones fundamentales del contexto actual (género, sostenibilidad, globalización...) y generar conclusiones relevantes para las marcas de moda.

• Adquirir una visión holística del branding, el marketing y la comunicación de moda y de la interrelación entre las distintas técnicas y herramientas.

• Comprender los modelos teóricos que sustentan el proceso del marketing y la creación de una marca de moda y abordarlos, a la vez, desde una vertiente práctica y de gestión.

• Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demanda de mercado.

• Conocer las distintas herramientas de investigación y aplicar el análisis de datos y de estudios teóricos adecuadamente.

• Comprender los nuevos paradigmas de la comunicación y el ecosistema digital.

• Utilizar de manera eficiente los nuevos medios y lenguajes creativos.

• Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a grupos multidisciplinares.

Estructura

El máster comprende 6 módulos teórico-prácticos y un trabajo final en colaboración con una reputada empresa del sector en el que el estudiante podrá aplicar los conocimientos adquiridos. Todas las sesiones y workshops estarán impartidos por docentes y profesionales expertos en el sector con sólida experiencia en el entorno académico.

Metodología

El programa está orientado a la práctica profesional y diseñado para ofrecer al estudiante una base sólida de conocimiento y unas herramientas que le permitan maximizar su potencial creativo.

El aprendizaje de conocimientos teóricos y prácticos se combina con la participación del alumno (Learning by Doing). A lo largo del máster se emplearán diferentes técnicas y recursos educativos:

Marco teórico y práctico

› Clases presenciales activas:
- Exposición de conceptos claves y marcos conceptuales por parte del profesor
- Análisis y debate
- Aplicación práctica de conceptos y conocimientos adquiridos en clase

› Resolución de briefings y casos prácticos
› Sesiones interactivas de inspiración y contextualización estratégica y creativa
› Tutoriales
› Asistencia a ferias, exposiciones, museos y eventos relacionados con el mundo de la moda

Competencias profesionales: Smart Thinking

› Thinking 360: análisis y desarrollo de proyectos desde la vertiente estratégica, creativa y práctica
› Talleres de Design Thinking y dinámicas creativas
› Retos creativos y ejercicios de resolución de problemas
› Trabajos en equipos multidisciplinares y prácticas colaborativas
› Intercambio de experiencias y debates en grupo

Máster en Marketing, Comunicación y Eventos de Moda

PLAN DE ESTUDIOS

*El plan de estudios está sujeto a cambios

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.

Máster en Marketing, Comunicación y Eventos de Moda

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO IV (8 ECTS)
EXPERIENCIA Y ORGANIZACIÓN

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.

Máster en Marketing, Comunicación y Eventos de Moda

PLAN DE ESTUDIOS

TRABAJO FINAL DE MÁSTER (4 ECTS)

Completa un proyecto final de Marketing de Moda incluyendo:

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

PRÁCTICAS EN EMPRESA (OPCIONALES)

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.

DIRECTOR DEL MÁSTER

JESÚS VÁZQUEZ VIEDMA

Licenciado en Derecho por la Universidad Carlos III de Madrid. Al finalizar sus estudios universitarios se estableció durante una década en Milán, ciudad en la que trabajó como director comercial de las marcas Miu Miu, Trussardi o Marc Jacobs, entre otras. También residió en Londres, donde trabajó para Burberry, hasta acabar de vuelta en España para dirigir a nivel nacional la marca Stella McCartney.
Tras esta etapa de más de 15 años de experiencia profesional en el mundo de la moda, decidió dar el salto y crear JVV, una agencia que conjuga su experiencia y su pasión.

Máster en Marketing, Comunicación y Eventos de Moda

PROFESORES

Mireia Canyellas
Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona, actualmente es la Global Retail Marketing Director del Grupo Puig, después de haber sido durante varios años la directora del Departamento de Merchandising de Levi's y de su propia empresa.

Paola Cirelli
Licenciada en Administración y Gestión de Empresas por la Universidad de Buenos Aires, cuenta con dos másteres en Marketing realizados en la Universidad Pompeu Fabra y Elisava, respectivamente. Es la fundadora del estudio Fashion Design Thinking, especialista en branding y design thinking.

Charo Mora
Especialista en cultura de moda. Es licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Barcelona y posee un posgrado en Técnicas de Expresión Gráfica por la Universidad Politécnica de Cataluña y un máster en Curator in New Media por la Universidad Ramon Llull. Ha dirigido y colaborado en grandes cabeceras españolas del Grupo Zeta como Meta Magazine, B-Guided o Yo Dona. Además, forma parte del comité fundador del festival Feed The Dog, en el que se presentan documentales sobre moda de carácter internacional (muchos de ellos en primicia).

Lourdes Sopranis
Licenciada en Ciencias Empresariales y MBA y máster en Internet Business. Es experta en brand building, desarrollo de nuevos productos y estrategias 360. Cuenta con más de 20 años de experiencia en la industria cosmética y de la perfumería, 13 de ellos como directora de Marketing en Puig.

ENTRE OTROS DOCENTES

LCI Barcelona

LCIBarcelona
LCI_Barcelona I LCI_Animacion
LCI_Barcelona I LCIBarcelona_Animacion
LCIBarcelona
LCI-Barcelona
LCIBarcelona

+34 93 237 27 40
admisiones@lcibarcelona.com
www.lcibarcelona.com

Centro Autorizado (Código 08058398)
Generalitat de Catalunya
Departament d'Educació

LCI Education