

POSGRADO EN

COOLHUNTING E INVESTIGACIÓN



LCI
Barcelona



DE TENDENCIAS

POSGRADO EN COOLHUNTING E INVESTIGACIÓN DE TENDENCIAS



GEMA REQUENA DIRECTORA DEL POSGRADO

El *coolhunting* es la disciplina que se ocupa de descubrir las necesidades presentes del consumidor y de anticiparse a las que aparecerán en un futuro combinando la sociología, el marketing y el diseño. Aunque la investigación de tendencias tiene sus orígenes en el sector de la moda, actualmente es una herramienta clave para detectar nuevas oportunidades de negocio que generen innovación y aporten valor. Esta metodología se aplica hoy en día en casi todos los sectores comerciales (automoción, gran consumo, tecnología y servicios), ya que las empresas necesitan saber qué va a querer el consumidor en los próximos años para ofrecérselo antes que su competencia.

En un mundo sobrecargado de información, la prospección de tendencias ofrece una brújula para escoger los caminos que lleven nuestros proyectos hacia el éxito. El estudiante aprenderá a usar y manejar de forma adecuada la información, a entender la cultura de tendencias y los mecanismos que la ponen en funcionamiento, a desarrollar un pensamiento crítico que le permita entender y analizar el entorno para imaginar y construir futuros.

Además de comprender el sistema y los ciclos de tendencias, de conocer las metodologías de detección que usan las empresas más reputadas del sector y de aprender a detectar nuevos segmentos de consumidores, el curso formará también en la elaboración de innovadores informes profesionales de tendencias.

El programa de estudios incluye el desarrollo de proyectos y contactos con agentes clave del sector en ciudades europeas* de referencia en la formación, detección y análisis de tendencias de mercado:

Milán: Desarrollo de prácticas de investigación de tendencias en diferentes lugares de la ciudad italiana.

París: Descubrimiento de visiones y sistemas de trabajo de las principales agencias de tendencias parisinas. Detección de la influencia del arte y de la historia en las tendencias actuales de la Ciudad de la Luz. Realización de un *tour* por las tiendas más destacadas.

Berlín: Exploración de distintos negocios e instituciones del ámbito de la moda y la cultura que conviene conocer en la capital germana.

Licenciada en Publicidad y RRPP y posgraduada en Marketing y Coolhunting, Gema es una profesional con más de 20 años de experiencia en la investigación de tendencias y futuros enfocada como herramienta de mercado. En el año 2008 acuñó el término *nethunting* para crear una nueva vía de investigación: el *coolhunting* digital especializado en las tendencias derivadas de las redes sociales. En 2011 publicó el libro *Una coolhunter* en Nueva York, en el que desarrolla un modelo propio para el estudio de las ciudades. Su eje central son las tendencias sociales y está especializada en áreas como la moda, las redes sociales, el retail, el consumidor y ciudadano, las ciudades y el city branding.

En 2014 lanzó el servicio *Cool Spot NYC* para mostrar tendencias sobre el terreno a partir de rutas en las ciudades, y ese mismo año comenzó la internacionalización de *Nethunting* con su primera sede fuera de España, concretamente en Colombia. Gema trabaja con los departamentos de marketing y comunicación de diferentes agencias, marcas e instituciones.

*El importe de los vuelos y los alojamientos durante los viajes están incluidos en el precio del posgrado. La planificación de los viajes puede sufrir modificaciones.

PROGRAMA DE ESTUDIOS

MÓDULO I (5 ECTS) CONTEXTO Y OBSERVACIÓN

ASIGNATURA

Fundamentos de la investigación de tendencias

OBJETIVOS

- > Interrelacionar el dinamismo existente entre los cambios socioeconómicos, las producciones culturales y el diseño.
- > Saber usar la semiótica y la metodología de análisis de las imágenes.
- > Conocer los métodos actuales de las ciencias sociales aplicados a la producción de innovación.
- > Responder a los grandes debates de la actualidad.

VIAJE

Milan experience

MÓDULO II (6 ECTS) PROSPECCIÓN DE TENDENCIAS

ASIGNATURAS

Inmersión en tendencias
Metodologías y análisis de tendencias

OBJETIVOS

- > Saber implementar una investigación de tendencias propia.
- > Razonar sobre casos reales y consolidar el conocimiento adquirido.
- > Comprender e integrar los datos cuantitativos en la investigación de tendencias.
- > Usar el *big data* para obtener *insights* sobre el consumidor actual.

VIAJE

Paris experience

MÓDULO III (8 ECTS) LABORATORIO DE TENDENCIAS Y CREATIVIDAD

ASIGNATURAS

Técnicas de *Design Thinking* para la creación de tendencias
Comunicación e informes

OBJETIVOS

- > Solucionar problemas a través de un pensamiento visual.
- > Dominar la metodología del *Design Thinking*.
- > Estimular el pensamiento activo (*Thinking by Doing*).
- > Redactar de forma adecuada los conceptos de las tendencias.
- > Adecuar los textos a los contextos de comunicación oficiales de las tendencias.

VIAJE

Berlin experience

PROYECTO FINAL DE POSGRADO (11 ECTS)

PRÁCTICAS EN EMPRESAS (OPCIONALES)



FICHA TÉCNICA



TITULACIÓN: Posgrado en Coolhunting e Investigación de Tendencias



CRÉDITOS: 30 ECTS



DURACIÓN: 1 semestre



CONVOCATORIA: Marzo



IDIOMA: Español



MODALIDAD: Presencial



SALIDAS PROFESIONALES

- *Coolhunter*
- *Trendspotter*
- *Stylesearcher*
- *Trendbooker*
- Publicista
- Analista de mercados
- Brand manager
- Art director

C/ Balmes, 209. Barcelona
www.lcibarcelona.com
93 237 27 40



LCI EDUCATION
NETWORK
MEMBER