

MÁSTER EN

MARKETING, COMUNICACIÓN



LCI
Barcelona



Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MODA



LA RED LCI EDUCATION



17.000 estudiantes



3.000 profesores



100 nacionalidades



23 campus



5 continentes



CAMPUS DE LA RED

América:

Montreal, Canadá · Vancouver, Canadá · Monterrey, México · Bogotá, Colombia · Barranquilla, Colombia · San José, Costa Rica

Asia:

Yakarta, Indonesia · Surabaya, Indonesia

África:

Casablanca, Marruecos · Marrakech, Marruecos · Rabat, Marruecos · Tánger, Marruecos · Túnez, Túnez

Europa:

Barcelona, España · Estambul, Turquía

Oceanía:

Melbourne, Australia

LA ESCUELA

LCI Barcelona es el campus de la red educativa canadiense LCI Education en Barcelona, un referente en diseño que cuenta con la presencia de numerosos estudiantes internacionales y la incorporación de talento de profesionales de todo el mundo, conocedores de un entorno local y global.

Nuestro sistema educativo es dinámico y se actualiza constantemente, siempre conectado con el contexto social, cultural y económico para integrar y transmitir al estudiante las técnicas y las necesidades de las personas, empresas e instituciones.

El objetivo es fomentar el potencial creativo y humano de cada uno de los alumnos para que puedan asumir los retos de la industria en un mundo globalizado.



FICHA TÉCNICA



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



CRÉDITOS: 60 ECTS



DURACIÓN: 1 año académico



CONVOCATORIAS: Octubre y marzo



IDIOMA: Español



MODALIDAD: Online

MÁSTER EN MARKETING, COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DE MODA

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 programa, el estudiante aprenderá a analizar el contexto, a 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 a 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. Impartido por expertos y profesionales de la moda, el máster 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 *brand manifesto* 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 *brand spaces* 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.



ESTRUCTURA

El máster comprende 6 módulos teórico-prácticos y un trabajo final 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.

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.



METODOLOGÍA

La metodología *online* de LCI Barcelona ofrece al estudiante las ventajas de la formación presencial allá donde esté y cuando lo necesite:

- Clases *online* en directo
- *Masterclass* por *streaming*
- Campus virtual accesible 24 horas 7 días a la semana
- Herramientas y recursos didácticos basados en los modelos *flipped classroom* y *design thinking*
- Seguimiento personalizado por parte de cada profesor y del personal de Ordenación Académica
- Calendarización precisa
- Planteamiento de retos periódicos y dinámicas de grupo
- Sistema de evaluación continua
- Aprendizaje activo e interactivo
- Orientación práctica para formar a los profesionales del futuro



HERRAMIENTAS SÍNCRONAS



Asistencia no obligatoria pero sí recomendada. Todas las sesiones quedan grabadas.



Diferentes tipos de clases *online*: *masterclass*, *feedback*, demostraciones, *Q&A*, trabajos en equipo, tutorías, etc.



Clases *online* dos días a la semana de dos horas de duración (lunes y miércoles o martes y jueves) de 19:00 a 21:00h.

HERRAMIENTAS ASÍNCRONAS



Documentación adicional en formato PDF.



Bibliografía, webgrafía y videografía.



Recursos y ejercicios *online*.



Cápsulas de 30 minutos (tutoriales con herramientas, conceptos teóricos, prácticas, etc.).

PROGRAMA DE ESTUDIOS

MÓDULOS

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

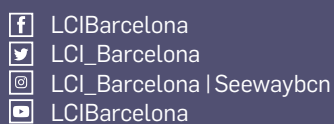
(4 ECTS)

- › 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.





Centro Autorizado (08058398)



Generalitat de Catalunya
Departament d'Ensenyament



LCI EDUCATION
NETWORK
MEMBER