

MÁSTER EN

GESTIÓN Y DIRECCIÓN



LCI
Barcelona



DE EMPRESAS 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 Gestión y Dirección de Empresas de Moda



CRÉDITOS: 60 ECTS



DURACIÓN: 1 año académico



CONVOCATORIAS: Octubre y enero



IDIOMA: Español



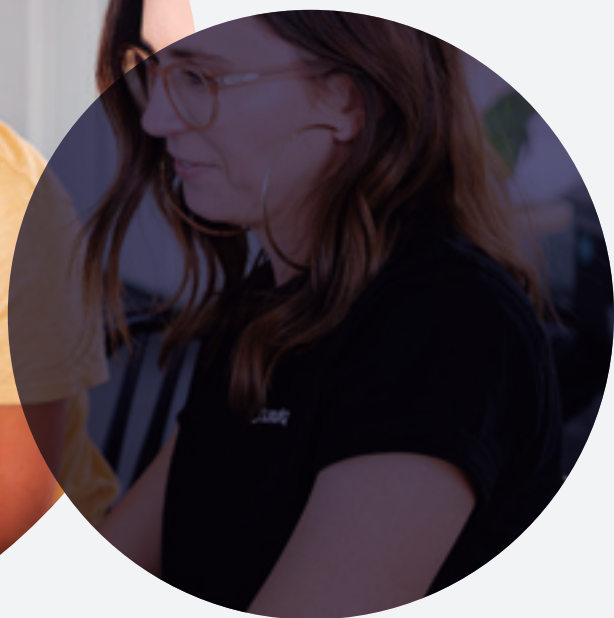
MODALIDAD: Online

MÁSTER EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE MODA

Este programa está avalado por la gran experiencia docente de LCI Barcelona a través del legado de la Escuela de Moda Felicidad Duce, garantizando un plan docente estructurado y con profesores expertos en los contenidos, tanto del área del producto como en las disciplinas relacionadas con el ámbito de las finanzas y de la gestión del negocio.

A través del máster se desarrolla una formación integral: *fast fashion*, creación, *luxury*, fragancias y cosméticos. Los conocimientos y las habilidades adquiridas permitirán al alumno trabajar en puestos de relevancia en diferentes departamentos de la industria de la moda (creativos, de producción, comerciales o de comunicación), así como en áreas financieras y de gestión empresarial.

Dentro de un sector como el de la moda, tan cambiante y complejo a nivel competitivo, este máster hace especial hincapié en las últimas tendencias en *marketing* digital tales como la omnicanalidad, la gestión de *influencers* y el uso del *social media*. Al mismo tiempo, ofrece un enfoque especial en las *start-ups* y en cómo gestionar nuevos modelos de negocio.



PERFIL DEL ALUMNO

- Licenciados, diplomados o graduados que quieran orientarse profesionalmente en la dirección y gestión de las diferentes áreas del sector textil y de la moda.
- Profesionales y directivos de empresas interesados en desarrollar funciones de responsabilidad en compañías de este ámbito.
- Profesionales que deseen ampliar y mejorar sus conocimientos a fin de llevar a cabo funciones directivas.

SALIDAS PROFESIONALES

- *Product manager*
- *Project manager*
- Responsable de desarrollo y de producción
- Responsable de compras
- *Marketing manager*
- Responsable de comunicación
- *Brand manager*
- *Retail manager*
- Responsable de administración
- Consultor en organización y gestión de empresas de moda
- Gestor de RRHH



OBJETIVOS

- Proporcionar las herramientas necesarias para emprender y/o gestionar eficazmente una empresa del sector textil y de la moda.
- Conocer el marco legal, económico y organizativo que regula las compañías de este ámbito.
- Saber analizar una empresa con el objetivo de adaptarla a las necesidades actuales.
- Aportar la capacidad creativa necesaria a fin de potenciar nuevos recursos de gestión y liderazgo empresarial.

COMPETENCIAS

- Disponer de conocimientos globales y totalizadores que vinculen la moda al mundo del arte y viceversa para aportar una visión sintética, analítica y crítica en los procesos creativos y productivos de la gestión.
- Conocer y aplicar la interdisciplinariedad entre los diferentes productos y ver el modo en que se complementan y relacionan, con el fin de completar de forma global un proceso creativo y/o competitivo en el mundo de la empresa de moda.
- Tener la máxima fluidez en el conocimiento de los medios gráficos vinculados al mundo de la moda, así como su función proyectual y comunicativa.
- Obtener todos los conceptos necesarios para poder clasificar y evaluar las necesidades del lenguaje gráfico relacionadas con los procesos creativos dentro del diseño de indumentaria, su gestión y dirección.
- Saber utilizar todos los recursos necesarios de carácter conceptual y técnico para garantizar que en la dirección y gestión de empresas de moda se incorpore adecuadamente el lenguaje creativo de carácter gráfico, plástico e informativo.
- Tener una visión global del mundo de la moda y del funcionamiento de la empresa, sus procesos y las interacciones entre ellos.
- Conocer el proceso de toma de decisiones que comporta toda acción directiva.
- Tener las capacidades para dialogar con el resto de directivos de la empresa, así como con las entidades externas de las que depende.
- Saber orientar la estrategia de la empresa que abrirá el camino para alcanzar los objetivos.
- Disponer de los conocimientos y la madurez necesarias para ilusionar y orientar al bien máspreciado de una empresa: su equipo humano.



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

MÓDULO I (4 ECTS)

ANTROPOLOGÍA DE LA MODA

ASIGNATURAS

Evolución histórica y sociológica de la moda
Entorno de la manufactura textil

OBJETIVOS

- › Situar e identificar la diversidad de factores y corrientes estéticas que intervienen en la definición y concreción de la moda.
- › Aplicar los conceptos históricos y sociológicos de la moda en la creación de colecciones o eventos alrededor de la moda.
- › Seleccionar los tejidos adecuados teniendo en cuenta el objetivo previsto para las colecciones.
- › Ubicar el producto en un contexto local, europeo o mundial.

MÓDULO II (10 ECTS)

DIRECCIÓN CREATIVA

ASIGNATURAS

Tools & Fashion Trends
Plan de colección

OBJETIVOS

- › Conocer las herramientas adecuadas en el proceso de creación y desarrollo de las colecciones.
- › Capacitar para supervisar y definir propuestas de productos del sector textil y de la moda, concretando estilos, tendencias y materiales más idóneos para cada temporada.

MÓDULO III (8 ECTS)

DIRECCIÓN DE LA PRODUCCIÓN

ASIGNATURAS

Estructura y desarrollo del producto
Ecodesign y sostenibilidad

OBJETIVOS

- › Conocer e identificar los procesos a utilizar en el desarrollo de los diferentes productos que configuran el sector textil y de la moda.
- › Sensibilizar en la importancia del *ecodesign* y la sostenibilidad como valor añadido a una marca y como responsabilidad social de la empresa.

MÓDULO IV (14 ECTS)

DIRECCIÓN COMERCIAL Y DE LA COMUNICACIÓN

ASIGNATURAS

Gestión de la marca
Gestión de la comunicación
Gestión de la publicidad
Gestión del *retail*

OBJETIVOS

- › Capacitar para definir objetivos, diseñar estrategias y planificar acciones de comunicación y comercialización en el sector, en coherencia con el plan de marketing.
- › Proporcionar los conocimientos y habilidades necesarias para dirigir y coordinar las áreas de comunicación y comercialización con las demás unidades de la empresa del sector textil y de la moda.

MÓDULO V (9 ECTS)

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASIGNATURAS

Entorno empresarial
Técnicas para emprendedores
Técnicas directivas
Lean startup
Modelo Canvas
Factor humano
Sistemas de información: ERP, CRM
Aspectos legales básicos

OBJETIVOS

- › Adquirir los conocimientos propios de la dirección empresarial.
- › Saber elaborar un *business plan*.

MÓDULO VI (10 ECTS)

GESTIÓN INTERNA DEL NEGOCIO

ASIGNATURAS

Toma de decisión empresarial
Alternativas de financiación
Análisis coste-beneficio
Control de gestión
Cuadro de mando
Gestión financiera
Gestión de la producción y de la logística

OBJETIVOS





- › Adquirir los conocimientos básicos contables y financieros de una empresa.
- › Obtener una visión global del funcionamiento de la logística en una compañía.
- › Conocer los parámetros que influyen en el proceso de producción de un producto.

TRABAJO FINAL DE MÁSTER

(5 ECTS)

Desarrollo de una propuesta de negocio, desde la ideación y creación del producto hasta su implantación en el mercado actual, poniendo en práctica las herramientas aprendidas en el ámbito de la dirección y la gestión empresarial específicas del sector moda y complementos.



 LCIBarcelona
 LCI_Barcelona
 LCI_Barcelona | Seewaybcn
 LCIBarcelona

Centro Autorizado (08058398)



Generalitat de Catalunya
Departament d'Ensenyament



LCI EDUCATION
NETWORK
MEMBER