

Máster en
**Marketing,
Comunicación
y Organización
de Eventos de Moda**



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

El Máster en Marketing, Comunicación y Organización de Eventos de Moda ofrece una formación especializada y completamente alineada con las necesidades actuales del sector. Centrado en las dinámicas del marketing 3.0, el programa pone el foco en el usuario y en la construcción de vínculos auténticos entre marcas y audiencias a través de la creatividad, los valores y la experiencia.

Durante el programa desarrollarás una visión estratégica de la comunicación de moda, aprenderás a crear campañas integradas y a generar contenidos que conecten con las nuevas formas de consumir y compartir. Además, adquirirás las competencias necesarias para conceptualizar, planificar y ejecutar eventos con un enfoque omnicanal, experiencial y adaptado al entorno digital. El máster combina herramientas de análisis, branding emocional, storytelling y tendencias en un entorno práctico e inmersivo.

El equipo docente está formado por profesionales en activo con amplia experiencia en moda, medios, agencias y organización de eventos. Gracias a su vinculación directa con el mercado, el máster ofrece masterclasses, dinámicas aplicadas y actividades que te pondrán en contacto con expertos del sector, potenciando tanto tu aprendizaje como tu red profesional.

La conexión con la industria se completa con visitas a empresas, colaboraciones reales y la posibilidad de realizar prácticas en firmas consolidadas y marcas emergentes. Una oportunidad única para desarrollar tu talento y proyectar tu carrera en el universo de la moda desde una perspectiva creativa y conectada con el presente.

¿A quién va dirigido?

Este máster está dirigido a graduados y profesionales del marketing y la comunicación que quieran orientar su carrera hacia el sector de la moda, así como a graduados y profesionales del diseño de moda y disciplinas afines que deseen especializarse en estrategias de marketing, comunicación y organización de eventos. El programa también está pensado para emprendedores y perfiles creativos interesados en liderar proyectos dentro de la industria de la moda.

Salidas profesionales

- Responsable de comunicación y marketing en marcas de moda
- Director de eventos y producción en el sector fashion
- Estratega de branding y publicidad en agencias especializadas
- Gestor de imagen corporativa y relaciones públicas
- Consultor en marketing digital aplicado a la moda
- Brand manager
- Consultor estratégico de marca para el sector moda
- Director creativo
- Especialista en storytelling
- Productor de experiencias y eventos, etc.

Objetivos

- Diseñar experiencias de marca integradas, tanto online como offline.
- Comunicar de forma creativa mediante la generación de historias transmedia y contenidos de valor.
- Organizar, planificar y producir desfiles de moda, showrooms y lanzamientos de productos, entre otros eventos.
- Adquirir experiencia práctica a través de prácticas en la industria.

Metodología

El Máster en Marketing, Comunicación y Organización de Eventos de Moda se basa en una metodología práctica y multidisciplinar, diseñada para sumergirte en contextos reales del sector. El programa combina una sólida base teórica con una aplicación práctica constante, con el objetivo de desarrollar competencias integrales adaptadas a las necesidades de la industria de la moda.

- **Project-Based Learning (PBL):** Trabajo en proyectos reales o simulados centrados en la construcción de marca, estrategias de comunicación y planificación de eventos.
- **Talleres y seminarios:** Sesiones prácticas con profesionales del sector para explorar enfoques creativos y tendencias actuales en marketing y gestión de eventos.
- **Estudios de caso:** Análisis de estrategias exitosas e innovadoras aplicadas por marcas de moda de referencia a nivel global.
- **Prácticas profesionales:** Inmersión directa en el sector a través de estancias formativas en empresas.
- **Aprendizaje colaborativo:** Proyectos en grupo que fomentan el trabajo en equipo y la resolución conjunta de retos.
- **Mentoring:** Acompañamiento por parte del equipo docente y profesionales en activo durante todo el programa.



PLAN DE ESTUDIOS

*El plan de estudios está sujeto a cambios

MÓDULO I (8 ECTS) MARCO CONTEXTUAL GLOBAL DE LA MODA (HISTORIA, CULTURA, INDUSTRIA Y TENDENCIAS)

ASIGNATURAS

- Entorno macro: fuerzas y tendencias que impactan en la moda.
- Historia y cultura de la moda.
- Consumo de moda: insights y tendencias del consumidor.

OBJETIVOS

- Desarrollar tu capacidad para utilizar el conocimiento sobre la historia de la moda y sus ciclos como una fuente de inspiración para generar ideas creativas y aplicarlas estratégicamente en branding y marketing.
- Ofrecerte una comprensión profunda del funcionamiento de la industria de la moda, incluyendo sus distintos segmentos, modelos de organización y prácticas profesionales.
- Dotarte de las herramientas necesarias para identificar cambios y tendencias relevantes en el sector, analizarlos con criterio y transformarlos en estrategias de valor.

MÓDULO II (8 ECTS) BRANDING, ESTRATEGIA DE MARCA Y CREACIÓN DE ACTIVOS

ASIGNATURAS

- ADN de marca y estrategia.
- Desarrollar una identidad de marca creativa.
- Involucrarse con el branding y la gestión de marca.

OBJETIVOS

- Capacitarte en el proceso de creación del ADN de marca y en el uso de herramientas clave para definir una estrategia sólida y coherente.
- Formarte en la planificación estratégica y en la gestión integral de marcas dentro del contexto de la moda.
- Dotarte de habilidades y herramientas para conceptualizar una marca desde cero, desarrollar un brief creativo, sintetizar su identidad en un brand manifesto y un brand book, y definir su estrategia de contenidos.
- Proporcionarte recursos para generar storytelling de marca mediante la creación de imaginarios, relatos y universos creativos con un enfoque diferencial y culturalmente relevante.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO III (14 ECTS) MARKETING DE MODA

ASIGNATURAS

- Marketing y moda: teorías y prácticas.
- Estrategia y planificación de marketing.
- Marketing multicanal.

OBJETIVOS

- Ayudarte a identificar y evaluar el mercado de la moda para establecer un marketing mix y una estrategia alineada con los objetivos planteados.
- Capacitarte en la proyección, desarrollo e implantación de estrategias y planes de marketing aplicados al sector moda.
- Proporcionarte los conocimientos necesarios para definir una estrategia de marketing integrada, combinando las herramientas y técnicas más adecuadas en cada contexto: publicidad, marketing experiencial, relaciones públicas, patrocinios, influencer marketing, marketing digital, marketing de contenidos, etc.
- Formarte para diseñar una estrategia de retail, desarrollar procesos de visual merchandising y crear proyectos de espacios de marca coherentes con la identidad y los valores de cada firma.

MÓDULO IV (8 ECTS) EXPERIENCIA Y PLANIFICACIÓN DE EVENTOS

ASIGNATURAS

- Marca y experiencia del cliente.
- Organización de eventos de moda.

OBJETIVOS

- Capacitarte para comprender los modelos de decisión de compra y definir e implementar una estrategia de customer o user experience alineada con las expectativas del consumidor.
- Formarte en el desarrollo de experiencias de marca multicanal, tanto online como offline, abarcando desde el concepto creativo hasta la implementación y la medición de resultados.
- Dotarte de herramientas para concebir y desarrollar ideas, conceptos y temáticas creativas con un enfoque innovador y multidisciplinar.
- Proporcionarte los conocimientos necesarios para organizar y desarrollar presentaciones de colecciones y eventos de moda (pasarelas, lanzamientos de producto, showrooms, etc.) desde la fase conceptual hasta su ejecución final.

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO V (14 ECTS) COMUNICACIÓN DE MODA

ASIGNATURAS

- Comunicación estratégica.
- Comunicación creativa y dirección.
- Relaciones públicas de moda 3.0.

OBJETIVOS

- Aportarte una comprensión profunda sobre los nuevos paradigmas de la comunicación, los medios, las técnicas y los lenguajes actuales.
- Capacitarte para identificar tendencias, acciones y movimientos culturales que puedas utilizar de forma estratégica como contenido o estilo en tus propias campañas de comunicación.
- Dotarte de las herramientas necesarias para diseñar un plan de comunicación y desarrollar acciones específicas de comunicación y relaciones públicas en el ámbito de la moda.
- Introducirte en la naturaleza y la práctica de la dirección de arte, el storytelling, la creación de contenidos y la comunicación transmedia.
- Enseñarte a combinar elementos verbales, visuales y multimedia para construir imaginarios, relatos y narrativas de marca potentes y coherentes.

MÓDULO VI (4 ECTS) SMART THINKING

ASIGNATURAS

- Pensamiento creativo.
- Liderazgo 3.0 y gestión del cambio.

OBJETIVOS

- Aportarte una comprensión profunda del papel que juegan la creatividad y la innovación en los negocios y en la economía global actual.
- Lograr que conozcas en profundidad todo el proceso creativo, tanto desde la teoría como desde la práctica, así como los principios para generar ideas y soluciones relevantes.
- Dotarte de las herramientas necesarias para aplicar el pensamiento estratégico y creativo a la construcción y gestión de marcas.

PLAN DE ESTUDIOS

TRABAJO FINAL DE MÁSTER (4 ECTS)

Proyecto realizado en grupo que integra todos los conocimientos adquiridos a lo largo del programa. Trabajaréis a partir de un briefing proporcionado por una empresa que marcará el punto de partida para una fase de investigación en la que analizaréis tendencias, mercado, competencia y comportamiento del consumidor.

Con esta base, construiréis una propuesta sólida que incluirá el desarrollo de la identidad de marca, la planificación de marketing y la definición de la experiencia y la comunicación de marca. El proyecto avanzará a través de sesiones estructuradas que os permitirán organizar el trabajo de forma progresiva y coherente.

Para finalizar, presentaréis un dossier completo y defenderéis vuestra propuesta ante un jurado profesional. Este proyecto está diseñado para que demuestres, junto a tu equipo, una comprensión profunda del sector y la capacidad de aplicar soluciones creativas y viables en marketing, comunicación y organización de eventos de moda.

OBJETIVOS

- Aplicar todo lo aprendido durante el máster en un proyecto a gran escala vinculado a una empresa del sector.
- Reforzar tus competencias para desarrollar proyectos en el ámbito de la moda de manera profesional, estratégica y eficiente.
- Fomentar tus habilidades de trabajo en equipo y hacerte experimentar de forma directa los beneficios de la colaboración en entornos creativos.

PRÁCTICAS EN EMPRESA (OPCIONALES)



DIRECCIÓN DEL MÁSTER BARCELONA FASHION PRESS

Plataforma de referencia en los sectores de la moda, las tendencias, la belleza, el lujo, la gastronomía, el arte y el lifestyle, Barcelona Fashion Press cuenta con más de 15 años de trayectoria. A lo largo de este tiempo se ha consolidado como un medio pionero en comunicación digital gracias a su enfoque innovador en social media marketing y a su capacidad para conectar con una audiencia diversa y especializada mediante contenidos propios, artículos y la cobertura de los eventos más relevantes de la escena creativa barcelonesa.

Su misión es dar visibilidad, prestigio y valor al talento emergente y consolidado del mundo de la moda, el arte y la cultura. Es media partner oficial de citas clave como la Barcelona Bridal Fashion Week o el LCI Barcelona Fashion Film Festival. Su comunidad, #BarcelonaFashion, agrupa a diseñadores, influencers, trendsetters, artistas, expertos en belleza, agencias de comunicación y marcas tanto nacionales como internacionales. Asimismo, establece vínculos con periodistas, directores de cine y fashion films, fotógrafos, y centros formativos del ámbito del diseño y la moda.

El lifestyle constituye uno de sus ejes principales, con una apuesta clara por destacar las experiencias más exclusivas de la ciudad en hoteles, restaurantes y espacios de ocio. Con una sólida presencia en redes sociales y un enfoque disruptivo en marketing digital, Barcelona Fashion Press se posiciona como un medio imprescindible para quienes buscan estar al día en moda, tendencias y estilo de vida en Barcelona.



COORDINADORA DEL MÁSTER CHARO MORA

Especialista en cultura de moda y licenciada en Historia del Arte por la Universidad de Barcelona (UB), cuenta con un posgrado en Técnicas de Expresión Gráfica por la UPC, una estancia Erasmus en la Universidad Paul Valéry (París VIII) y un máster en Curator in New Media por la Universidad Ramón Llull.

Ha colaborado con prestigiosos medios nacionales e internacionales como "Woman", "B-guided", "Yo Dona", "Vogue" o "VEIN". Su labor como comisaria de moda ha sido reconocida en diversos festivales y exposiciones, consolidándola como una figura de referencia en la divulgación y reflexión sobre la moda desde una perspectiva cultural y académica.

EQUIPO DOCENTE

DANI CANTÓ

Especialista en comunicación cultural, contenidos y estrategia de marca, con más de 15 años de experiencia en los sectores de la moda, la música y la cultura. Ha trabajado como editor en medios especializados y como redactor y fotógrafo para cabeceras como Pitchfork o Rockdelux. También ha sido fotógrafo oficial en festivales como Primavera Sound, Sónar o el D'A Festival.

En el ámbito de la comunicación ha desarrollado campañas para marcas como Converse, Mahou, Moët Chandon, Uniqlo o Bershka, y ha formado parte de los equipos de marketing del MACBA, Levi's y la editorial Libros del Asteroide.

Su trayectoria musical incluye la dirección del sello Snap! Clap! Club, la organización de conciertos y la creación de un festival internacional de música en streaming, reconocido durante la pandemia.

Desde hace más de una década combina su actividad profesional con la docencia en periodismo, creatividad aplicada y estrategia de marketing en moda, con especialización en fashion film. Ha tutorizado cerca de 500 proyectos de final de grado.

Actualmente forma parte de ARTE Concert, la división musical de la cadena cultural europea ARTE, coordinando la difusión de contenidos musicales en los territorios castellanohablantes.

MIREIA CANYELLAS

Inició su carrera profesional en agencias de publicidad, siempre en el departamento creativo, trabajando en firmas como Slogan, GGK y Delvico/Bates, entre otras. Más adelante, dirigió durante una década un estudio especializado en visual merchandising y escaparatismo, colaborando con marcas como Nike, Speedo y Boboli.

Durante cinco años fue responsable de visual merchandising y decoración para Levi's y Dockers en los mercados de España y Portugal. Desde 2004, ocupa el cargo de directora de Global Retail en Puig, donde da soporte a todas las marcas del grupo —como Carolina Herrera, Paco Rabanne, Nina Ricci o Comme des Garçons— siempre dentro del universo de las fragancias.

ANDREA CARANDINI

Directora de arte e ilustradora, especializada en estampados de moda, color y análisis de tendencias. Desarrolla proyectos creativos en todas las fases del proceso, desde la conceptualización hasta la ejecución y formalización, materializando ideas que aún no han tomado forma.

Gran parte de su trayectoria profesional ha estado vinculada a la industria de la moda, trabajando como diseñadora para empresas como Women'Secret, Bimba y Lola o Inditex. Como analista de tendencias ha trabajado con Estudio Gloria Jover, participando en proyectos para El Corte Inglés, Première Vision o The Color Community.

Desde 2020 trabaja como diseñadora y asesora creativa freelance para marcas, organizaciones y profesionales del ámbito creativo como Mónica Rikić, Rubearth, Autre Aura, Areta Mata, Angle, Spanish Heritage, Acierta Retail, Baud Branding, CCMagazine, Tendencias TV o Dilobonito.

EQUIPO DOCENTE

PAOLA CIRELLI

Diseñadora de moda, especialista en branding y sostenibilidad, escritora y comunicadora. Escribió el libro “Maldita Moda: Cómo crear una marca de moda sostenible y revolucionar el mundo”, en el que explica el método Sewing, una mirada de cambio al sistema de moda desde la sostenibilidad.

Desde hace 17 años dirige el estudio Fashion Design Thinking, con el que ayuda a crear marcas de moda sostenible y asesora a empresas y emprendedores a través de mentorías. Es profesora universitaria desde 2008.

En 2019 lanzó el pódcast Maldita Moda Club, con más de 26.000 oyentes en más de 50 países, centrado en la sostenibilidad. Además, lidera el club internacional Maldita Moda, que organiza encuentros mensuales en línea para discutir temas actuales de sostenibilidad y moda, y es coautora de “Buenos Aires es tendencia: Diseño de indumentaria en la era digital”, publicado por Random House Mondadori.

LOURDES SOPRANIS

Cuenta con más de 20 años de experiencia en marketing y comunicación en empresas del sector gran consumo, belleza y perfumería. Durante 15 años ocupó puestos de alta responsabilidad en Puig, desempeñándose como directora de Marketing Global, directora de Retail y responsable de comunicación 360.

Actualmente trabaja como consultora independiente para marcas de moda, belleza y perfumería. Es consultora asociada en C4E, una consultoría especializada en tendencias e innovación, y colabora en proyectos de comunicación digital con la agencia herraizsoto&co. Además, es partner en Dr. Troy, productora creativa enfocada en el sector moda y lujo.

ENTRE OTROS DOCENTES.



-  LCIBarcelona
-  LCI_Barcelona | LCI_Animacion
-  LCI_Barcelona | LCIBarcelona_Animacion
-  LCIBarcelona
-  LCI-Barcelona
-  LCIBarcelona

+34 93 237 27 40
admissions@lcibarcelona.com
barcelona.lcieducation.com

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

Member of
LCI Education