

Posgrado en
**Trends Research
y Pensamiento
Estratégico**



POSGRADO EN TRENDS RESEARCH Y PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

- Titulación: Posgrado en Trends Research y Pensamiento Estratégico
- Créditos: 30 ECTS
- Duración: 1 semestre académico
- Fecha de inicio: Octubre
- Idioma: Español
- Modalidad: Presencial

El “trends research” o investigación de tendencias es un proceso que permite identificar y analizar los patrones y cambios significativos en diversos ámbitos que pueden influir en el comportamiento futuro de un mercado, industria, sociedad o cultura. Este tipo de investigación es esencial para empresas, gobiernos y organizaciones que buscan anticipar cambios y ser capaces de innovar y/o adaptarse proactivamente a nuevas condiciones.

Es una disciplina transversal y de gran valor estratégico, una herramienta clave que, en momentos de gran incertidumbre como el actual, permite detectar nuevas oportunidades de negocio que generen innovación y aporten valor.

Se trata también de una metodología muy útil aplicable a todos los sectores comerciales (moda y belleza, automoción, gran consumo, entretenimiento, salud, tecnología o servicios), ya que las empresas necesitan entender su contexto y a sus consumidores, así como explorar y diseñar los posibles escenarios futuros, para incrementar su resiliencia y anticiparse a 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. Aprenderás a utilizar y gestionar de forma adecuada la información, a entender la prospectiva, la cultura de tendencias y los mecanismos que la ponen en funcionamiento, y a desarrollar un pensamiento crítico que te permitirá entender y analizar el entorno para imaginar y construir futuros.

Además, este posgrado te capacitará para comprender el sistema y los ciclos de tendencias, diferenciar los conceptos relevantes, diferenciar y conectar el forecasting con el foresight, conocer las metodologías de detección que emplean las empresas más reputadas del sector y aprender a detectar nuevas señales que permitan definir tendencias y consumidores. También serás capaz de elaborar informes profesionales de tendencias y conocerás y desarrollarás las principales habilidades de un trend researcher, como son el pensamiento estratégico, holístico y de largo plazo.

El programa de estudios incluye el desarrollo de proyectos y contactos con agentes clave conocedores de tendencias, así como la visita a espacios relevantes en ciudades europeas de referencia en la formación, detección y análisis de tendencias de mercado:

Milán: Trend tour diseñado para el desarrollo de prácticas de investigación de tendencias en diferentes lugares de la ciudad italiana.

París: Viaje enfocado a la detección de las señas y señales de identidad de la capital francesa vinculadas con el concepto y el sector del lujo. 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 los principales barrios de la ciudad vinculados con su historia y evolución a fin de identificar señales y tendencias relacionadas con conceptos y estrategias de sostenibilidad. Visita por distintos espacios relevantes de la capital germana dentro del ámbito del retail y la cultura.



Posgrado en Trends Research y Pensamiento Estratégico

Perfil del alumno

Este posgrado está dirigido a personas que quieren adquirir herramientas y metodologías específicas para el desarrollo y la gestión estratégica y de la innovación en sus propios proyectos o en las empresas y organizaciones para las que trabajan:

- Diseñadores o graduados/licenciados en diseño de cualquier disciplina.
- Profesionales del periodismo, la comunicación, el marketing y las relaciones públicas.
- Profesionales del branding y la consultoría de marca.
- Profesionales del mundo de los negocios y la planificación estratégica.
- Sociólogos.
- Trendhunters.
- Perfiles creativos.
- Empresarios y emprendedores de diversos sectores, etc.

El programa ha sido diseñado para todas aquellas personas interesadas en las disciplinas relacionadas con el estudio de futuros.

Salidas profesionales

- Trendspotter
- Creative strategist
- Futurist
- Coolhunter
- Planner estratégico
- CX/UX researcher
- Trends curator
- Stylesearcher
- Trendbooker
- Publicista
- Analista de mercados
- Brand manager
- Art director



Posgrado en Trends Research y Pensamiento Estratégico

VIAJES DEL POSGRADO

*La programación está sujeta a cambios.

MILÁN

Epicentro cultural y creativo durante siglos, el estatus de Milán como líder global en tendencias se ha consolidado en las últimas décadas gracias a su combinación única de tradición y modernidad. Este trend tour por la ciudad italiana está centrado en el ámbito del diseño, el arte y la tecnología (ruta específica pendiente de definir).



PARÍS

El primer día de este viaje se dedica, por una parte, al lujo distintivo y el lujo aspiracional en los sectores de la gastronomía, la moda y las fragancias. Se visitan los Grands Boulevards, la calle Faubourg Saint-Honoré, el Palais Royal y los Passages Couverts. Por otra parte, se pone el foco en el retail y los espacios de consumo, el lujo experiencial y el lujo de propósito, explorando zonas como los Champs Elysées, la Avenue Montaigne y la Avenue George V. El objetivo es analizar diferentes experiencias de marca.

El segundo día del viaje está centrado en imaginarios del lujo dentro del arte, la artesanía contemporánea, el interiorismo, la moda y la cosmética. Se exploran distintos lugares, tendencias y movimientos (elevated heritage, artisan wave, feel-good feeds y neo sanctuaries) en Saint-Germain-des-Prés, uno de los barrios más emblemáticos y elegantes de París.

BERLÍN

El viaje comienza en el distrito de Mitte para explorar muchos de los negocios independientes de moda y cultura que florecen en el centro de la ciudad: OUKAN Japanese and International, DSTM, Schwarzhogerzeil, René Talmon L'Armée, Isabel Vollrath, Our Local Dealer, Onna Jewelry Gallery, Konk, etc.

El segundo día transcurre entre los barrios de Kreuzberg y Charlottenburg, donde se visitan lugares de distintos ámbitos: historia (Checkpoint Charlie, Topografía del Terror y The Remains of Berlin Wall), cultura (Museo Bauhaus Archive y Museo Helmut Newton Foundation), literatura (librería Bücherbogen am Savignyplatz), comercio (Bikini Berlin) y perfumería (Frau Tonis Parfum).

Durante el tercer y último día, centrado también en Kreuzberg, descubrirás los parques y zonas naturales de este barrio, el café tienda Sing Blackbird, el mercado público, las joyerías Fritz Schmuckwerkstatt y Mahnkopf Schmuckgalerie y la tienda DIY Modulor.



Posgrado en Trends Research y Pensamiento Estratégico

PLAN DE ESTUDIOS

*El plan de estudios está sujeto a cambios.

MÓDULO I (5 ECTS) CONTEXTO Y OBSERVACIÓN

ASIGNATURA

- Fundamentos de la investigación de tendencias

VIAJE: MILAN EXPERIENCE

OBJETIVOS

- › Entender y diferenciar los grandes conceptos en la disciplina del trends reseach y la cultura de las tendencias.
- › Interrelacionar el dinamismo existente entre los cambios socioeconómicos, las producciones culturales y el diseño.
- › Saber utilizar 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.
- › Diferenciar y conectar las dos grandes áreas del estudio de futuros: el forecasting y el foresight.

MÓDULO II (6 ECTS) PROSPECCIÓN DE TENDENCIAS

ASIGNATURAS

- Inmersión en tendencias
- Metodologías y análisis de tendencias

VIAJE: PARIS EXPERIENCE

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.
- › Diseñar una metodología propia de investigación a partir del conocimiento de las universales.

MÓDULO III (8 ECTS) LABORATORIO DE TENDENCIAS, CREATIVIDAD Y PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

ASIGNATURA

- Técnicas creativas para la comunicación de tendencias y su aplicación

VIAJE: BERLIN EXPERIENCE

OBJETIVOS

- › Solucionar problemas a través de un pensamiento visual.
- › Conocer herramientas de pensamiento estratégico.
- › Estimular el pensamiento activo (Thinking by Doing).
- › Pasar de las tendencias a la acción.
- › Redactar de forma adecuada los conceptos de las tendencias.
- › Adecuar los textos a los contextos de comunicación oficiales de las tendencias.

PROYECTO FINAL DE POSGRADO (11 ECTS)

CONTENIDOS

- Presentación de briefing, curaduría de contenidos, insights para nuevas tendencias, ideación y creación de tendencias, dirección de arte y exposición de tendencias y soluciones al reto planteado por una empresa colaboradora del programa.
- Presentación y defensa oral del proyecto.

OBJETIVOS

- › Elaboración y argumentación de un trend report, un informe y proyecto de tendencias que responda a los objetivos del briefing propuesto por la empresa colaboradora.

PRÁCTICAS EN EMPRESAS (opcionales)

Posgrado en Trends Research y Pensamiento Estratégico

DIRECTORA DEL POSGRADO



Gema Requena

Licenciada en Publicidad y RRPP y con un Posgrado 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”, presentado en el Instituto Cervantes de Nueva York, y en el que desarrolla un modelo propio para el estudio de las ciudades.

Gema es capaz de trasladar el análisis de factores socioculturales, económicos y tecnológicos a valores, cambios de comportamiento, nuevas necesidades y estilos de vida que inspiran, sustentan y acompañan la ideación y las estrategias del mercado y compañía para marcas e instituciones de diferentes sectores como Casa Batlló, CaixaBank, ING, Bankinter, EAE Business School, UOC, BCN Mobile Week, Mango, Naturgy, Inditex, Seat, Ajuntament de Barcelona, Ambar, Mahou - San Miguel, Campari, Brita, Luxottica, Bourjois, Tea Shop y Tous, entre otras.

Ha impartido conferencias nacionales e internacionales en espacios como el Fashion Institut of Technology (NYC) invitada por el consulado de España, en congresos como el Branding Day de Cadena Ser y EXMA en Colombia y Ecuador, en eventos como el Design Day de DIOS (Design Institute of Spain) y en empresas como Carrefour, Luxottica, Desigual e Inditex.

En el año 2021, Gema fue incluida en la lista “Los 40 mejores futuristas de España” elaborada por la prestigiosa revista Forbes.

[Perfil de LinkedIn](#)
[Web Nethunting](#)

DOCENTES

Livia Fioretti

Director of Insights en TrendWatching, Cultural Strategist y Trend Researcher.

[Perfil de LinkedIn](#)

Gastón Lisak

Artist y Researcher.

[Web profesional](#)

Marta Marín

Directora creativa estratégica.

[Perfil de LinkedIn](#)

Daniel Sáenz

Europe Creative Tech Director para Coca Cola en Studio X / WPP y Creative Tech Director en VML.

[Web profesional](#)

Elsa Yranzo

Diseñadora, directora de arte y comisaria especializada en food design y food art.

[Web Profesional](#)

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)

