



Máster en

Gestión y Dirección de Empresas de Moda



**LCI
Barcelona**

The World is
Your Classroom

MÁSTER EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS DE MODA

Titulación: Diploma de Máster en Gestión y Dirección de Empresas de Moda



Créditos
60 ECTS



Duración
1 año académico



Fecha de inicio
Octubre



Idioma
Español



Modalidad
Presencial

Este programa, avalado por la gran experiencia docente de LCI Barcelona a través del legado de su Escuela de Moda, se basa en los principios de calidad, diversidad y competitividad.

El resultado es un plan docente estructurado y con docentes expertos en los contenidos, tanto del área del producto como en disciplinas relacionadas con las finanzas y la gestión del negocio. Cabe destacar también la participación de MODACC - Clúster Catalán de la Moda, cuya colaboración ha posibilitado el desarrollo de un programa de estudios profesionalizador, adaptado a las necesidades y funcionamiento del sector empresarial del textil y de la moda.

A través de este programa académico se desarrolla una formación integral: fast fashion, creación, outdoor & indoor, complementos, 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: departamentos creativos, de producción, comerciales o de comunicación, así como en áreas financieras y de gestión empresarial.

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.

Estructura

El programa está estructurado en 7 módulos, cada uno de los cuales contiene asignaturas relacionadas con el contenido concreto y bloques temáticos específicos. Las sesiones están impartidas por docentes y profesionales expertos en el sector de la moda y la gestión empresarial.

La metodología del máster está basada en la combinación de la teoría con la aplicación práctica de los conceptos, todo ello complementado con conferencias, casos prácticos, clases magistrales y workshops a cargo de docentes, diseñadores y empresarios. Durante el curso se plantean actividades adicionales como visitas a empresas y ferias del sector y asistencia a desfiles, eventos, etc.

Los estudiantes realizarán un trabajo final partiendo de un encargo real y en base a las necesidades de una empresa. El objetivo del proyecto es aportar una solución de acuerdo con los conocimientos, métodos y herramientas adquiridas a lo largo del programa de estudios: investigación y análisis del mercado, creación, desarrollo, implementación en el mercado y gestión administrativa y financiera. El periodo de desarrollo del trabajo comprende de enero a julio en formato de tutorías semanales, en las que diferentes especialistas asesorarán a los estudiantes. Finalmente, el proyecto se expondrá oralmente ante un tribunal profesional formado por profesores y expertos del sector.

En anteriores ediciones, los alumnos han investigado y elaborado proyectos diversos como: la creación de un modelo de negocio basado en el desarrollo de una línea de producto de indumentaria utilizando tecnología de impresión 3D, el lanzamiento de una línea de negocio basada en género de punto, el desarrollo de una cadena propia de retail, la creación de una nueva marca de moda, la ampliación del negocio a través de una nueva línea de negocio basada en colecciones infantiles, el lanzamiento de una marca total look de hombre cuyas prendas están diseñadas para el confort y disfrute de la vida urbana, la creación de una nueva línea de productos de continuidad y diferenciación, el desarrollo de una línea de negocio para talla grande y destinada a un público joven y la expansión de una e-shop internacional, entre otros.

PLAN DE ESTUDIOS

*El plan de estudio está sujeto a cambios

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 eco-design y la sostenibilidad como valor añadido a una marca y como responsabilidad social de la empresa.

PLAN DE ESTUDIOS

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.

Máster en Gestión y Dirección de Empresas de Moda

PLAN DE ESTUDIOS

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.

PRÁCTICAS EN EMPRESAS (OPCIONALES)

DIRECTORES DEL MÁSTER



Jorge Bachs Ferrer

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Barcelona, donde trabaja como profesor de finanzas. Ha ocupado puestos de responsabilidad en empresas nacionales e internacionales, es autor de varios libros y publicaciones especializadas y académico de la Real Academia Europea de Doctores.



Sílvia Viudas Bernabeu

Licenciada en ADE por la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Barcelona, Máster en Dirección EconómicoFinanciera por ESADE y Executive MBA por ESIC. Después de ejercer de auditora y directora financiera en distintas empresas de ámbito nacional, se convirtió en empresaria y, desde el año 2002, es la directora general de LCI Barcelona.

Sílvia se define como una persona luchadora y con espíritu ganador que ha hecho de su trabajo una de sus pasiones

Máster en Gestión y Dirección de Empresas de Moda

PROFESORES

Gema Gilgado

Licenciada en Traducción e Interpretación de inglés y ruso. Consultora independiente especialista en tendencias y aplicación del color. Ha colaborado en la creación de tendencias y de color con The Color Community. Ha sido responsable de compras en Grupo Natura y responsable de compras internacionales en Campi y Jové S.A.

Carles Grau

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales con amplia experiencia empresarial. Es especialista en control de gestión y toma de decisiones.

Laurent Laigat

Profesional en dirección de colecciones textiles. Ha sido responsable de diseño y product manager en sectores como outdoor, skywear, bikewear, intimate y brand under license. Desde 2009 trabaja como profesional freelance coordinando y diseñando colecciones de deporte para clientes internacionales, además de asesorando a empresas en su estrategia de construcción de un portafolio de marcas o propiedades bajo acuerdos de licencias.

José López Parada

Doctor en Economía y Organización de Empresas por la Universidad de Barcelona. Diploma de Suficiencia Investigadora por la Universidad de Barcelona, ingeniero técnico industrial por la Universidad Politécnica de Cataluña, diplomado en Desarrollo Directivo por IESE - Universidad de Navarra. Profesor del Departamento de Economía y Organización de Empresas de la Universidad de Barcelona. Consultor de organización y gestión de empresas. Ha sido director general de HRM Ross Systems. Director de Softmatic Software Solutions y director de tecnologías de la información en el grupo Philips Ibérica.

Francesc Maristany

International Management por la HES Amsterdam School of Business y máster en Derecho Marítimo en Barcelona. Ha trabajado para varias empresas del puerto de Barcelona, así como en el sector de la logística. Actualmente es director general del Grup Met y miembro de la junta directiva de Modacc - Clúster Catalán de la Moda.

Roser Masip

Doctora en Bellas Artes. Profesora titular de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona. Artista y pintora. Trabaja en una línea de investigación referente a temas de enseñanza y aprendizaje del dibujo. Dirige diversas tesis doctorales sobre dibujo, producto de moda e ilustración y tiene editadas diferentes publicaciones centradas en la enseñanza, metodología y didáctica del dibujo. Realiza colaboraciones en torno al tema de la moda, la ilustración y la creación en estos sectores.

Pilar Perea

Fundadora y directora del centro de coaching Pilar Perea Coaching Personal y Profesional. Coach ejecutiva para EEC. Licenciada en Filosofía y máster en Coaching y Liderazgo Personal por la Universidad de Barcelona. Es autora del libro *El arte de quitarte la máscara*.

Beatriz Pérez

Licenciada en Psicología. Profesora asociada de RRHH en la Universidad de Barcelona.

Cristina Proença

Doctora en Administración (especialidad Marketing). Consultora de marketing y retail. Colabora como docente en diversas escuelas y universidades. Ha escrito varios libros, entre ellos *Marketing Business to Consumer* y *El precio y la ventaja competitiva: un estudio de caso múltiple en la industria al por menor*.



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

Centro Autorizado (Código 08058398)



Member of
LCI Education