

Módulo 1. PRINCIPIOS Y GESTION DE LA MODA (17 ECTS)

Materia 2. Gestión aplicada a la moda (9 ECTS Obligatorios)

		ASIGNATURAS				
		Modelos de negocio	Contabilidad y finanzas	Análisis de Datos	Ética de los negocios	Subsectores de moda
COMPETENCIAS						
CB6	Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación	x		x		x
CB7	Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio	x		x		
CB8	Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios				x	
CB9	Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades			x		x
CB10	Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.	x		x		
CG1	Comprender desde un punto de vista antropológico los conceptos de motivación, comunicación interpersonal y en la organización, para poder gestionar empresas de moda de diferente estilo.				x	
CG3	Desarrollar las capacidades de liderazgo, creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor en el ámbito de la moda.	x				
CG5	Proponer soluciones creativas a los problemas de logística, gestión de almacenaje, distribución y atención al consumidor de moda previa y posteriormente a la venta.	x	x	x		
CG6	Aplicar las herramientas colaborativas propias de las empresas del sector en el trabajo con equipos multidisciplinares.	x		x		
CG7	Programar objetivos y actividades, gestionar plazos y analizar resultados para implementar procesos de mejora en empresas de moda.	x				
CG8	Alcanzar acuerdos satisfactorios para las partes implicadas, descubriendo o creando elementos que produzcan valor añadido a las relaciones comerciales con proveedores y distribuidores de moda.		x	x		x
CE1	Entender y aplicar los resultados del análisis de datos en la toma de decisiones para la definición, configuración y gestión de los proyectos de moda.			x		
CE2	Aplicar las técnicas relativas a la gestión de las operaciones (productos, procesos, sistemas de información, etc.) en empresas de moda. Ser capaces de diagnosticar e implementar procesos de mejora continua.	x		x		
CE3	Conocer las técnicas de gestión y desarrollo de negocio implicadas en la elaboración de proyectos de moda (diseño, producción y comercialización).	x	x			
CE4	Manejar las técnicas de marketing y gestión de los procesos de puesta en el mercado y lanzamiento de productos del sector de la moda.			x		
CE5	Aplicar los conceptos de sostenibilidad e impacto social como herramientas emergentes en la gestión de proyectos y actividades empresariales de moda.	x	x			
CE6	Entender en profundidad los modelos de negocio más innovadores de la industria de la moda y el funcionamiento de sus cadenas de valor	x				
CE7	Identificar, en la industria de la moda, la problemática específica de empresas de tamaño pequeño y mediano.	x	x	x		
CE8	Manejar las herramientas principales para estudiar los resultados económicos de las empresas de moda.		x	x		
CE10	Comprender la moda como fenómeno multidisciplinar e identificar sus referentes culturales e históricos.				x	x
CE11	Conocer el alcance internacional del negocio de la moda, sus principales mercados y los actores que intervienen en él.	x				x
CE12	Lograr una visión profunda de un consumidor complejo, que hay que conocer en profundidad y desde diversas perspectivas (segmentación, comportamiento, tendencias).	x				
CE13	Manejar las herramientas de análisis del consumidor para poder desarrollar diversas estrategias de mercado.			x		x
CE16	Evaluar la calidad del producto y su permanencia en las diferentes fases de distribución y comercialización, según los requisitos de cada sector de la moda.					x
CE17	Manejar diferentes plataformas de e-commerce y entender los principales sistemas de seguridad online y métodos de pago.					
CE18	Diseñar y desarrollar proyectos de experiencia de consumo online (e-commerce y m-commerce) y offline.			x		x
CE19	Conocer los procesos de desarrollo de estrategias de economía circular en empresas de moda.	x				