

Módulo 2. SOSTENIBILIDAD Y DIGITALIZACIÓN DE EMPRESAS DE MODA (19 ECTS)

Materia 2. Marketing Digital (8 ECTS Obligatorios)

		ASIGNATURAS		
		Comunicación	Marketing	Digitalización
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
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	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	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
CG2	Analizar los dilemas éticos y de responsabilidad social a partir de los protocolos de actuación, los principios deontológicos y los valores organizativos de las empresas de moda.	x		
CG3	Desarrollar las capacidades de liderazgo, creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor en el ámbito de la moda.			x
CG4	Adquirir habilidades para poder transferir al mercado y a la sociedad los resultados de los procesos de creación de productos y servicios del sector de la moda.	x		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
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	
CE9	Distinguir los procesos de digitalización y su aplicación en las fases de diseño, producción, almacenamiento, comercialización y distribución de productos y servicios de moda.			x
CE10	Comprender la moda como fenómeno multidisciplinar e identificar sus referentes culturales e históricos.		x	
CE12	Lograr una visión profunda de un consumidor complejo, que hay que conocer en profundidad y desde diversas perspectivas (segmentación, comportamiento, tendencias).		x	x
CE15	Construir la estrategia comercial en contextos en constante cambio, donde juegan un papel clave: la investigación comercial, el comportamiento del consumidor, la cartera de marcas de la empresa, el proceso de distribución y los planes comerciales.		x	x
CE17	Manejar diferentes plataformas de e-commerce y entender los principales sistemas de seguridad online y métodos de pago.			x
CE18	Diseñar y desarrollar proyectos de experiencia de consumo online (e-commerce y m-commerce) y offline.		x	
CE20	Elaborar estrategias de comunicación de marcas de moda, preparar el lanzamiento de una marca o una colección.	x		x
CE21	Generar contenidos de moda para los formatos comunicativos tradicionales (revistas, desfiles, etc.) e innovadores (redes social, fashion films..) en el sector.	x		x
CE22	Planificar el "Marketing Mix" en diferentes casos de posicionamiento y segmentación de marcas de moda.		x	x