

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

Materia 1. Principios de moda (8 ECTS Obligatorios)

		ASIGNATURAS			
		Sociología y Tendencias	Cultura e historia de la Moda	Consumidor de moda	Antropología
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	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	
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	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		
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			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
CG7	Programar objetivos y actividades, gestionar plazos y analizar resultados para implementar procesos de mejora en empresas de moda.				x
CE3	Conocer las técnicas de gestión y desarrollo de negocio implicadas en la elaboración de proyectos de moda (diseño, producción y comercialización).	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	
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	x		x
CE11	Conocer el alcance internacional del negocio de la moda, sus principales mercados y los actores que intervienen en él.	x			
CE13	Manejar las herramientas de análisis del consumidor para poder desarrollar diversas estrategias de mercado.			x	
CE14	Distinguir los procesos de creatividad, innovación y diseño de moda, así como las herramientas existentes para favorecer su protección.	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	
CE18	Diseñar y desarrollar proyectos de experiencia de consumo online (e-commerce y m-commerce) y offline.			x	