****

**MASTER IN FASHION MANAGEMENT**

**COMPETENCIAS BÁSICAS**

**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

**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

**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

**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.

**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.

**COMPETENCIAS GENERALES**

**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.

**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.

**CG3** - Desarrollar las capacidades de liderazgo, creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor en el ámbito de la moda.

**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.

**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

**CG6** - Aplicar las herramientas colaborativas propias de las empresas del sector en el trabajo con equipos multidisciplinares.

**CG7** - Programar objetivos y actividades, gestionar plazos y analizar resultados para implementar procesos de mejora en empresas de moda.

**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.

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

**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.

**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.

**CE3** - Conocer las técnicas de gestión y desarrollo de negocio implicadas en la elaboración de proyectos de moda (diseño, producción y comercialización).

**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.

**CE5** -Aplicar los conceptos de sostenibilidad e impacto social como herramientas emergentes en la gestión de proyectos y actividades empresariales de moda.

**CE6** - Entender en profundidad los modelos de negocio más innovadores de la industria de la moda y el funcionamiento de sus cadenas de valor.

**CE7** - Identificar, en la industria de la moda, la problemática específica de pymes.

**CE8** - Manejar las herramientas principales para estudiar los resultados económicos de las empresas de moda.

**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.

**CE10** - Comprender la moda como fenómeno multidisciplinar e identificar sus referentes culturales e históricos.

**CE11** - Conocer el alcance internacional del negocio de la moda, sus principales mercados y los actores que intervienen en él.

**CE12** - Lograr una visión profunda de un consumidor complejo, que hay que conocer en profundidad y desde diversas perspectivas (segmentación, comportamiento, tendencias).

**CE13** - Manejar las herramientas de análisis del consumidor para poder desarrollar diversas estrategias de mercado.

**CE14** - Distinguir los procesos de creatividad, innovación y diseño de moda, así como las herramientas existentes para favorecer su protección.

**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.

**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.

**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.

**CE19** - Conocer los procesos de desarrollo de estrategias de economía circular en empresas de moda.

**CE20** - Elaborar estrategias de comunicación de marcas de moda, preparar el lanzamiento de una marca o una colección.

**CE21** - Generar contenidos de moda para los formatos comunicativos tradicionales (revistas, desfiles, etc.) e innovadores (redes social, fashion films..) en el sector.

**CE22** - Planificar el "Marketing Mix" en diferentes casos de posicionamiento y segmentación de marcas de moda.