

Créditos ECTS / 30 ECTS repartidos entre clases presenciales, clases online, trabajo tutelado y trabajo de proyecto final.

Idioma / Español e inglés.

Titulación / Especialista universitario en **Fashion Trends Analysis** expedido por el C.U.Villanueva, adscrito a la Universidad Complutense de Madrid.

Modalidad / Semi-presencial.

Dirigido / A profesionales con un interés por conocer y captar la innovación en el ámbito de la moda, la creatividad y el diseño. Licenciados y graduados orientados a una especialización profesional.

Áreas de acceso / Comunicación (Publicidad, Comunicación Audiovisual, Periodismo), Empresa, Marketing, Psicología, Sociología, Arquitectura, Bellas Artes, Diseño.

Requisitos de acceso / Estar en posesión de un Título Universitario oficial. Acreditar un nivel de inglés.

Fechas / Noviembre 2013-Abril 2014. Clases presenciales viernes de 5 a 8 y sábados de 10 a 13.

Más información / www.fashiontrendsanalysis.com, fta@villanueva.edu

Teléfono / 91 734 04 13



ASIGNATURAS

CLAVES DE ANÁLISIS SOCIAL Y CULTURAL DEL MUNDO ACTUAL INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- Metodologías de investigación cuanti y cualitativas.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Movimientos sociales y participación ciudadana. Conexiones entre redes sociales y marcas de moda.
- Tendencias en consumo y retail.

ANÁLISIS DE TENDENCIAS (impartido a través de la plataforma TrendsGymnasium - FCL).

- Orígenes y ciclos en la creación de tendencias sociales y de moda.
- Macro y micro tendencias.
- Tendencias estéticas sociales.

PENSAMIENTO CREATIVO ESTRATÉGICO

- Identificar sectores o áreas frágiles para rescatar, consolidadas para expandir.
- De la investigación y la línea creativa al desarrollo de proyecto.

PLAN DE NEGOCIO

- Captación de capital inicial y viabilidad de negocio.
- Inversión inicial y plan de rentabilidad.

BRANDING

EL TÍTULO

El Título Propio **Fashion Trends Analysis** se encuadra en el campo de la investigación y el análisis de tendencias en el mercado de la moda. Tiene como objetivo aportar a los alumnos herramientas para la gestión de dicho conocimiento, interpretación y la aplicación a su área profesional dentro de la industria de la moda. Estos estudios de especialidad integran diferentes disciplinas y proponen un modelo de conocimiento que combina creatividad, intuición y metodologías de investigación.

El programa hibrida métodos docentes como las clases presenciales -que se imparten en la sede del Título Comunicación y Gestión de la Moda del Centro Universitario Villanueva- con temas docentes *online* a través de la plataforma TrendsGymnasium del Future Concept Lab de Milán.

El Título está diseñado para que a lo largo del curso, el alumno trabaje de manera individual los temas que se van abordando con el seguimiento y apoyo de los tutores, docentes y sesiones de profesionales expertos en la materia. Todo ello orientado al desarrollo de proyectos de investigación e innovación en colaboración con empresas del sector de la moda.

Una de las actividades programadas en el curso es la *Milan experience*. Un viaje de campo a la ciudad de Milán que permite al alumno involucrarse en temas de diseño, tendencias, innovación y *design thinking* mediante visitas y asistencia a *workshops*.



FTA

FASHION TRENDS ANALYSIS

CULTURA
INSIGHTS
COMPORTAMIENTO
INVESTIGACIÓN CREATIVIDAD
EXPLORATION
TRENDFORECASTING
MINDSTYLES TALENTS
CONDUCTA
INSPIRATION MONITORING
GLOBAL DESIGN THINKING
GENIUS LOCI
CONTEMPORANEA
BUSINESS ESTRATEGIA
OBSERVACION PREDICTION
TECNOLOGIA
MODA



www.fashiontrendsanalysis.com
www.comunicacionygestiondemoda.com

Claudio Coello, nº11
28001. Madrid, España.
+34 917 340 413



THE DEGREE

The Degree in **Fashion Trend Analysis** aims to bring across specific knowledge in the sociological research field and global market and consumer fashion trends analysis. In addition, it provides students with the necessary tools to manage, interpret and apply knowledge learnt to their specific professional field within the fashion industry.

This specialization studies integrates different disciplines and proposes a theoretical framework that combines creativity, intuition and research methodologies. The program combines teaching methods such as lectures with online class modules through the TrendsGymnasium platform of Future Concept Lab, Milan. Classes are given at the degree in Fashion Communications & Management headquarters of Villanueva University.

Throughout the course, students work individually on the proposed subjects accompanied by course tutors, professors and industry professionals. The main objective is to develop research and innovation projects in collaboration with industry businesses. A specific activity within the Program includes the *Milan experience*: a field trip to Milan to allow students to get involved with design, trends, innovation and design thinking through visits and workshops.



INFO

ECTS Credits / 30 ECTS that includes lectures, online classes, work tutoring and final project.

Language / Spanish and English.

Degree / Specialization in **Fashion Trends Analysis** issued by Villanueva University, appointed to Universidad Complutense de Madrid.

Method / Hybrid (online classes and classroom lectures).

Oriented towards / Professionals keen to discover and capture innovation in their professional field within the fashion and design sector. Graduate students who aim to attain a career specialization.

Previous study fields / Communications (Advertising, Audiovisual Communications, Journalism), Business, Marketing, Psychology, Architecture, Arts, Design.

Admission requirements / Applicants who hold an official degree from a college or university. Advanced-level of English.

Course dates / November 2013-April 2014. Classroom lectures Fridays, 17 to 20 hours and Saturdays 10 to 13.

More information / www.fashiontrendsanalysis.com, fta@villanueva.edu

Phone / +34 91 734 04 13

CONTENTS

CONTEMPORARY SOCIAL AND CULTURAL WORLDVIEW KEY ANALYSIS

MARKET RESEARCH

- Quantitative and qualitative research methodologies

CONSUMER BEHAVIOR

- Social movements and citizen participation, social media and fashion brands
- Consumer and retail trends

TRENDS ANALYSIS (through TrendsGymnasium platform- Future Concept Lab)

- Social trends origins and fashion cycles creation
- Macro and micro trends
- Aesthetic social trends

STRATEGIC CREATIVE THINKING

- Sector identification and fragile areas consolidation towards expansion
- From research and creative thinking to project development

BUSINESS FEASIBILITY PLAN

- Business plan, feasibility plan
- Initial investment and profitability plan

BRANDING

ENTIDADES COLABORADORAS

Interbrand

KANTAR WLRLODPANEL

