



PRESENTACIÓN

Breve descripción:

- **Titulación:** Estrategia en Empresas de Moda
- **Módulo/Materia:** 7. Optativa / 7.1. Optativa General
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 4.º - Primer semestre
- **Carácter:** optativa
- **Profesorado:** Rocío Elízaga Puig
- **Idioma:** Español
- **Aula, Horario:** Miércoles de 15:00h a 17:00h, Aula 05, Edificio Amigos. Disponible en la [web de la Facultad de Económicas - Universidad de Navarra](#)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

Competencias básicas:

- # CB2. Aplicar los conocimientos teóricos a contextos empresariales reales y resolver problemas.
- # CB3. Recoger e interpretar datos relevantes para emitir juicios con base económica y ética.
- # CB4. Transmitir información, ideas, problemas y soluciones de forma clara a públicos especializados y generales.
- # CB5. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo para la formación continua.

Competencias generales (ámbito empresarial):

- # CG2. Integrar y aplicar los conocimientos adquiridos para identificar y resolver problemas.
- # CG4. Usar un razonamiento crítico e independiente sobre cuestiones económicas y empresariales.
- # CG5. Comunicar de forma eficaz análisis y conclusiones en presentaciones orales y trabajos escritos.
- # CG6. Comprender los contextos en los que se desarrolla la actividad empresarial: mercados, normativa, historia, factores humanos.
- # CG7. Analizar el proceso de definición e implementación de metas y estrategias empresariales.
- # CG8. Elaborar escenarios futuros y realizar estimaciones a partir de información relevante para la empresa.

PROGRAMA

Descripción breve

Esta asignatura optativa ofrece al alumnado una visión estratégica del negocio de la moda desde una perspectiva estratégica y operativa. Se estudia el sector como una cadena de valor



Universidad de Navarra

compleja, analizando actividades internas y externas, decisiones operativas y el impacto de los diferentes modelos de negocio en la distribución, el marketing y la relación con el consumidor. Cada sesión combina contenidos teóricos con su aplicación práctica.

Programa

Bloque 1: Introducción al negocio de la moda

La moda como industria y cadena de valor.

Características clave del sector.

Tendencias globales

Roles en el sector

Bloque 2: Estrategia en el sector de la moda

Segmentación

Análisis sectorial a través de herramientas de dirección estratégica

Bloque 3: Modelos de negocio y marketing estratégico

Modelos de negocio: wholesale, retail, e-commerce, omnicanal.

Modelos de negocio: lujo, premium, fast-fashion, ultra fast-fashion

Estrategias de marketing y comunicación.

Posicionamiento de marca y relación con el consumidor.

Bloque 4: Operaciones y compras en empresas de moda

Ciclo de vida del producto y gestión de inventarios.

Estrategias de aprovisionamiento y cadena de suministro.

Toma de decisiones operativas: fast fashion vs. moda programada.

Bloque 5: Tendencias: digitalización y sostenibilidad

Innovación tecnológica: IA, big data, plataformas digitales.

Estrategias sostenibles y creación de valor.

Perspectivas futuras del sector moda.

Al finalizar la asignatura, los estudiantes deberán ser capaces de:

1. Comprender la complejidad del sector de la moda desde una perspectiva empresarial.
2. Identificar los retos operativos, logísticos y de marketing que enfrentan las empresas.
3. Analizar modelos de negocio y cadenas de valor en empresas de moda.

Evaluar las tendencias de digitalización y sostenibilidad en el sector

ACTIVIDADES FORMATIVAS



Universidad de Navarra

Actividades presenciales: 19,5 horas (13 sesiones de 1,5 h)

Clases teórico-prácticas con explicación de conceptos, debates, resolución de casos y dinámicas grupales.

Actividades no presenciales: 55,5 horas

Preparación de lecturas y casos.

Ejercicios individuales de reflexión.

Tutorías:

Individuales o en grupo (1,5 horas).

EVALUACIÓN

Convocatoria ordinaria – Diciembre

Participación y ejercicios en clase: 20%

Resolución de casos aplicados: 25%

Examen final: 55%

Para aprobar la asignatura, se requiere obtener una calificación mínima global de 5.

Convocatoria extraordinaria

Examen final (oral + caso): 70%

Nota de participación: 30% (siempre que se haya realizado durante el curso)

HORARIOS DE ATENCIÓN

Rocío Elízaga Puig (rocio.elizaga@isem.es)

El horario de tutorías se comunicará al inicio del curso.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

The State of Fashion (BoF & McKinsey, última edición) [Disponible on line.](#)

Informes de Modaes y otras fuentes del sector

Casos de estudio de Harvard Business School

Artículos académicos, prensa económica y publicaciones del sector