

Master **Moda y Lujo: Derecho, Empresa y Marketing**

Introducción

ISDE presenta un nuevo máster que ofrece una visión global de los aspectos del Derecho relacionados con las industrias de la moda y el lujo (denominado en su versión anglosajona como “Fashion Law”), con un enfoque en los ámbitos del negocio y del marketing. Se trata de un mercado relevante en la economía mundial que representa un porcentaje considerable del PIB de las principales economías europeas (entre ellas las de España, Italia, Francia e Inglaterra), de EE.UU. y Asia.

En los últimos años, la moda y el lujo están jugando un rol estratégico que refleja una sociedad cambiante, consciente e informada. Entender los códigos del ecosistema de la moda, conocer los profesionales clave que conviven en él, comprender la historia de la moda y su evolución a lo largo del tiempo, analizar los procesos productivos desde su diseño hasta que llega en tienda o el papel de la creatividad en el sector es fundamental para cualquier perfil que desee entrar en esta industria.

Algunas prestigiosas universidades en EE.UU. e Italia han apostado por impartir estudios y masters sobre el sector de la moda y lujo y el Fashion Law. Asimismo, las principales organizaciones internacionales de abogados (IBA e UIA, entre otras) están dedicando conferencias focalizadas en el desarrollo de la práctica legal a estas industrias.

En esa línea, ISDE Barcelona quiere ser pionero en ofrecer esta formación, ha escogido Barcelona, una de las principales capitales de la moda, para lanzar un programa global que permitirá al estudiante adquirir conocimientos en los distintos ámbitos de estas industrias, impartido por profesionales de prestigio que trabajan en empresas del sector o que las asesoran.

Para ello, además, ISDE cuenta para este máster con la extraordinaria colaboración del IED Barcelona, la prestigiosa escuela de diseño de origen italiano con presencia en Italia, España y Brasil, logrando así combinar algunos módulos para sus alumnos con diseñadores y jóvenes promesas del IED, facilitando un *networking* de gran valor añadido para el futuro mundo profesional.

Objetivos

Los objetivos de este máster son ofrecer una visión de 360° del negocio de la moda y el lujo, de sus diversos ángulos y momentos del negocio: desde su inicio a su expansión y a la venta con éxito; del valor de la creación y la gestión, detectando sus aspectos más críticos.

- Especialización de actualidad y multidisciplinar en una escuela reconocida y de prestigio.
- Dirigido a:
 - Recién graduados en derecho, ADE, marketing, publicidad y comunicación;
 - Abogados en ejercicio que deseen completar su desarrollo profesional en los campos del derecho que están directamente vinculados a las industrias de la moda y el lujo; y a
 - Aquellas personas que trabajan en el sector y que deseen formarse en otros ámbitos del negocio de su empresa (diseñadores, empresarios, directores de marketing, etc.)

¿Por qué elegir el master Moda y Lujo: Derecho, Empresa y Marketing?

Prestigio y reconocimiento internacional

Claustro formado por expertos profesionales del sector

Clases teóricas y prácticas en cada módulo

- Especialización de actualidad y con múltiples enfoques que no se ofrece en la mayoría de las escuelas.
- El sector de moda y lujo es un mercado muy importante a nivel mundial, que representa un porcentaje importante del PIB de los diversos países europeos, EE.UU. y algunos asiáticos (Japón, China, Vietnam, etc.).
- Dirigido a recién graduados en derecho, ADE, Marketing, Publicidad y Comunicación y a abogados en ejercicio que deseen formarse en los aspectos del derecho que están directamente vinculados a la industria de la moda y el lujo. También a aquellas personas que trabajan en el sector que deseen formarse en aspectos vinculados al negocio de su empresa (diseñadores, empresarios, directores de marketing, etc.).
- Incluye una estancia académica de una semana en Milán, una de las capitales de la moda más importante del mundo, donde recibirás clases magistrales en la sede de IED Moda Lab de Milán y visitarás las firmas de modas de más prestigio.

- El programa está diseñado a los efectos de crear un puente real entre las distintas áreas de la empresa que activa en el mundo del fashion: el área legal con el área de negocio.
- La posibilidad de crear un networking entre los distintos profesionales que formen parte del claustro de profesores del mundo legal, moda y lujo.

Programa académico

El contenido está organizado por módulos:

Cada módulo tiene una **parte específica del sector**, características y funcionamiento y una **parte legal** en referencia a los temas tratados.

1. Sistema moda: Introducción al negocio de la moda (diseño, producción, marketing, distribución, comunicación), con el objetivo de conocer su funcionamiento en las distintas áreas. En este punto crear prototipo.

Contenido del módulo

I ESPECIFICO:

- CULTURA DE MODA, HISTORIA DE LA MODA, TENDENCIAS Y ESTILISMO, ICONOS (MODA Y CINE)
- MARKETING ESTRATÉGICO DE MODA 360, MARKETING ON LINE
- EL NUEVO CONSUMIDOR DE MODA – BIG DATA
- PRECIO: DIFERENTES ESTRATEGIAS DE PRECIOS PARA DEFINIR EL POSICIONAMIENTO.
- COMUNICACIÓN 360 Y COMUNICACIÓN REDES:
 - Canales tradicionales
 - Las redes sociales
 - Los anuncios
 - Las campañas
 - Modelos, *celebrities, influencers & bloggers*

II LEGAL:

Introducción: forma de desarrollar el negocio y responsabilidades principales relacionadas con cada tipo de vehículo escogido.

El perfil del abogado/a especializado en moda.

2. Las marcas de lujo: Introducción al negocio del lujo y *life style* y diferencias con el negocio de la moda.

Contenido del módulo

I ESPECIFICO

- BRANDING Y LUJO
- LIFE STYLE EN EL MUNDO DEL LUJO
- MACROTENDENCIAS
- AREAS DE NEGOCIO:
 - ARTE
 - WELLNESS
 - MODA
 - INMOBILIARIA
 - AUTOMOCION
 - VIAJES
- ESTRATEGIAS DE MKT DE LUJO, ON LINE Y OFF LINE
- ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN ON LINE Y OFF LINE EN EL MUNDO DEL LUJO

II LEGAL

- Publicidad y Promoción
- Protección de la marca y la reputación. La distribución selectiva online y offline. ¿Cómo aplicarlo cuando no se trata de servicios de lujo?
- La prevención de blanqueo de capitales.

3. PRODUCTO (DISEÑO Y PRODUCCIÓN)

Contenido del módulo

DISEÑO

I ESPECIFICO

- DISEÑO, COLECCIONES, DESDE LA IDEA AL PUNTO DE VENTA
- PROCESOS PARA LA CREACION DE COLECCIONES
- ESTRUCTURA Y ESTILO DE LAS COLECCIONES
- PRODUCTO SOSTENIBLE

II LEGAL PRODUCTO (DISEÑO Y PRODUCCIÓN)

(A) CONCEPCIÓN

- La creación: las ideas, el diseño y su protección
- Concepción del Producto; ¿a quién pertenecen los derechos sobre la creación??- CR; opción de registrar o no diseños
- La creación del empleado y el empresario
- La protección internacional del IP

(B) LANZAMIENTO

- Las políticas frente a la infracción
- Estructura y fiscalidad del IP
- Secretos empresariales
- Implicación de terceros
- Derechos de Imagen- Redes Sociales (especial referencia)

(C) COMPLIANCE ABC

- Certificados

4. PRODUCCIÓN Y LOGÍSTICA

I ESPECIFICO

- LOGISTICA
 - LA PLANEACIÓN
 - LOS PROVEEDORES
 - CENTRO LOGISTICO

La fabricación: enlazar con fast and slow fashion

- PROGRAMACION O REACCION A MERCADO
- DONDE PRODUCIR EN EL MUNDO, ESPECIALIZACION POR PAISES Y ÁREAS
- La cadena de suministro

II LEGAL PRODUCCIÓN Y LOGISTICA

- Contratación y niveles de subcontratación
- Control de la cadena
- Contratos con proveedores, protección en cumplimiento y copias

5. DISTRIBUCIÓN: ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

Contenido del modulo

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

I ESPECIFICO

- CANALES DE DISTRIBUCION ANTE UN CONSUMIDOR OMNICANAL
- PDV FISICO (GRANDES ALMACENES, PDV PROPIO, MULTIMARCAS, OUTLETS) Y E COMMERCE (GRANDES ALMACENES, PDV PROPIO, MULTIMARCAS, OUTLETS)
- ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

II LEGAL ESTRATEGIAS DISTRIBUCIÓN E INTERNACIONALIZACIÓN

- INTERMEDIARIOS POR CANAL, LAS REGLAS
 - El agente
 1. El distribuidor
 2. El franquiciado
 3. El *retail* multimarca
 4. La tienda propia (y los inmuebles)
 5. Las licencias
 6. El canal online (especialidades)
 7. Modelos mixtos
 8. La crisis y la sustitución o reversión del modelo
 9. La distribución selectiva (EJ: CASO DIOR PARÍS)

INTERNACIONALIZACIÓN

I ESPECIFICO

- MODELOS DE EXPANSIÓN Y HERRAMIENTAS

II LEGAL INTERNACIONALIZACIÓN

- Mercados (y jurisdicciones)
- Contratación Internacional y herramientas legales

6. DIRECCIÓN FINANCIERA EN LAS MARCAS DE MODA

Contenido del modulo

I ESPECIFICO

- DIRECCIÓN FINANCIERA EN LAS MARCAS DE MODA
- CUENTA DE RESULTADOS DE UNA MARCA DE MODA

II LEGAL

- Modelos de financiación
 - Financiación bancaria
 - Financiación directa
 - El Crowdfunding
 - El “venture capital” (del Business Angel al Private Equity)
 - El inversor estratégico
 - Los mercados de deuda y capitales

7. RRHH EN LAS MARCAS DE MODA

Contenido del modulo

I ESPECIFICO

- DIFERENTES EMPRESAS, DIFERENTES ESTILOS
- AREAS DE RESPONSABILIDAD DE LOS DEPARTAMENTOS DE RRHH EN MODA
- El “capital humano”

II LEGAL

- Convenios y flexibilidad
- Políticas retributivas

8. BUSINESS PLAN DE UNA MARCA DE MODA Creación de una empresa de moda o lujo

Contenido del modulo

I ESPECIFICO y LEGAL CONJUNTO WORKSHOP DONDE SE COMBINARÁN EN UN CASO PRÁCTICO LOS CONOCIMIENTOS ESPECÍFICOS CON LEGALES, ES UN EJERCICIO QUE PREPARA PARA EL PROYECTO FINAL

- Aspectos comunes a cualquier tipo de empresa
- Aspectos propios de estas empresas
- La marca
- EL CONSUMIDOR
- LA PROPUESTA DE VALOR
- LA DEFINICIÓN DE LOS PRECIOS
- LA ESTRUCTURA DEL PRODUCTO
- LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN
- EL PLAN DE COMUNICACION
- INTERMEDIARIOS Y REGLAS

9. Cumplimiento normativo

CLASE MAGISTRAL CON UN REPRESENTANTE DE UN FONDO DE INVERSION EN EMPRESAS DE MODA

- El éxito
 - El valor de la empresa
 - El inversor y su salida
 - El fundador y su continuidad, LA PERSONALIDAD DEL FUNDADOR
 - La venta a un tercero
 - La salida a bolsa

CLASE MAGISTRAL CON UN ESPECIALISTA EN RESCATE DE EMPRESAS DE MODA

- El rescate
 - Protección de los activos
 - Protección de la reputación
 - La continuidad
 - La venta de la unidad productiva

10. PROYECTO FINAL CON UNA EMPRESA REAL

El Trabajo Final es un trabajo práctico de síntesis científica o de elaboración de un proyecto en el cual el estudiante debe mostrar de haber adquirido el conjunto de competencias. El proyecto, en colaboración con una empresa real, debe permitir evaluar los conocimientos y capacidades aprendidos por el alumnado, teniendo en cuenta la interdisciplinariedad de éste y su carácter de prueba global. EL proyecto final dará al alumno las herramientas y los conocimientos clave para su correcta redacción.

11. TRAVEL EXPERIENCE

Viaje inspiracional enfocado al sector del RETAIL en Milán, una de las capitales de la moda más importantes del mundo.

Master Class con un experto internacional del sector en la sede de IED Moda Lab de Milán.

Salidas profesionales

- Asesores legales *in-house* de empresas de la industria de la moda y lujo
- Abogados externos especializados en el mundo de la moda y lujo
- Empresario, emprendedor o directivo de un proyecto nuevo/start-up de moda
- Consultor o asesor en temas relativos al desarrollo de productos, marcas, franquicias, etc. para el sector de la moda o lujo.

COORDINADORES

Claudio Doria

Abogado y fundador de Doria Tölle & Asociados SLP

Claudio Doria es abogado y fundador de Doria Tölle & Asociados SLP, tras haber sido durante varios años socio del despacho Garrigues. Está especializado en fusiones y adquisiciones (M&A) de empresas y en contratación mercantil en general. Asesora habitualmente a empresas extranjeras en sus inversiones en España, teniendo probada experiencia en el asesoramiento legal de operaciones transfronterizas.

Claudio ha asesorado a una gran variedad de empresas italianas y españolas en varios sectores, entre ellos los de moda, lujo y *retail*. Es profesor del Programa Executive de Moda y Derecho en el Centro de Estudio Garrigues en temas relacionados con la cadena de suministro, y en el Máster de Abogacía en el *Barcelona Business School*, de la Universitat Pompeu Fabra (UPF).

Es miembro del consejo asesor del Foro Europeo de la asociación de abogados *International Bar Association (IBA)*, siendo, asimismo, ponente en diversos seminarios e impulsor y coorganizador de las conferencias europeas sobre moda y lujo de dicha organización, celebradas en Milán en 2018 y Londres en 2019.

Alexandru Lazar

Socio de IntLaw Abogados y Consultores

Socio de IntLaw Abogados y Consultores, firma de abogados con sede central en Barcelona especializada en Derecho de los Negocios y Derecho Internacional. Anteriormente formó parte de los equipos de Baker McKenzie Barcelona y Ramon y Cajal Barcelona.

Su práctica está centrada en Internacionalización de empresas, M&A y Derecho societario, Derecho contractual, Startups y Negocio en Internet, Fashion Law, Corporate Compliance y Derecho Mercantil general.

Compagina su actividad profesional con la docente, siendo, profesor asociado en el Departamento de Derecho Mercantil de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona; Director académico del Máster en Corporate Compliance impartido en Economist & Jurist (Economist Innovative School) y co-coordinador del Curso en Regulatory Compliance and U.S. Law impartido en la Fordham University, en Nueva York, en colaboración con Economist & Jurist; Profesor colaborador en ISDE Barcelona, impartiendo Corporate Compliance en el Máster en Abogacía Internacional. Es miembro de la Real Academia de Jurisprudencia y Legislación, como Colaborador Asociado.

Publica constantemente en revistas de especialidad. Actualmente, es doctorando en el programa de Fundamentos de Derecho Económico y de la Empresa (ESADE Barcelona).

Anna Sabater

Directora de curaduría y curadora de las colecciones de prendas de vestir – Es consultora estratégica de producto moda y docente.

Directora de curaduría y curadora de las colecciones de prendas de vestir – Es consultora estratégica de producto moda y docente.

Ha desarrollado su formación de manera transversal desde administración de empresas y marketing a diseño de moda y de tejidos en prestigiosas universidades internacionales.

Esta visión que une la empresa con los conceptos intangibles de ideas en moda, es la que a lo largo de su carrera ha incorporado a su perfil profesional, desarrollando metodologías propias enfocadas a rentabilizar las colecciones a la vez que se tangibilizan los conceptos, las tendencias y la ideas alrededor de una propuesta de marca diferencial.

Inicia su actividad profesional en la moda como integrante del equipo de diseño textil de Niki Bosch y mas tarde diseña sus propias colecciones textiles para **Michele Solbiati** y textil Dobert desarrollando tejidos especiales para grandes marcas de moda y diseñadores a nivel mundial. A partir del año 2000 se incorpora equipo de **Antonio Miró** como Directora de colecciones completando así su visión del producto desde la idea hasta que la prenda está en el punto de venta. Paralelamente inicia su colaboración y actividad docente en el IED **Istituto Europeo di Design** impartiendo clases de producto moda y coordinando la didáctica de los cursos de Marketing y Comunicación de moda, tanto en Títulos de grado, Postgrado y Master. En Abril 2005 funda su empresa de consultoría estratégica de producto moda **It's about product**.

Actualmente asesora a organismos gubernamentales del sector moda así como a empresas textiles y de confección – en Europa y Latinoamérica- en el desarrollo estratégico de sus marcas y sus colecciones. También colabora con diferentes Universidades y organismos tanto en España como en Latinoamérica impartiendo clases magistrales y seminarios de diferenciación creativa en producto moda.

www.ltsaboutproduct.com