

Experto Universitario

Periodismo Especializado de Moda





Experto Universitario Periodismo Especializado de Moda

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/disenio/experto-universitario/experto-periodismo-especializado-moda



Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Estructura y contenido

pág. 12

04

Metodología de estudio

pág. 18

05

Titulación

pág. 28

01 Presentación

El periodismo especializado en la moda requiere de un lenguaje muy técnico y específico, conociendo términos como *cachemir*, *Chambray*, *Peplum* o *Trendsetter*. De esta forma, toda persona que quiera dedicarse profesionalmente a la comunicación de moda debe tener conocimientos no solo de periodismo en sí, sino también de los fundamentos periodísticos aplicados al mundo textil. Asimismo, se deben también conocer los entresijos de la moda y su propia historia para saber transmitir con éxito a un público tan especializado como exigente. El presente programa de TECH pretende instruir a sus alumnos en todas estas áreas para convertirlos en los mejores comunicadores de moda posibles.





“

*Con este Experto Universitario conseguirás
llegar a tu público con éxito, conociendo
a fondo la compleja naturaleza del mundo
de la moda”*

Al mismo ritmo que evoluciona la moda debe evolucionar la comunicación sobre la misma, adaptándose a las nuevas tendencias, plataformas de difusión de nuevo cuño y figuras o eventos que adquieren mayor relevancia. Por eso, los profesionales del Periodismo Especializado en Moda deben poseer una serie de conocimientos específicos para realizar con éxito su labor profesional.

El Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda instruye a sus alumnos en todas las competencias necesarias para que, al egresar, sepan de qué manera transmitir la información relacionada con la moda y comunicar hasta los más mínimos detalles técnicos a su audiencia, demostrando una diferenciación crucial con otros profesionales que no posean estos conocimientos.

Así, se trata de una oportunidad única para orientar la carrera profesional del alumno de diseño hacia el ámbito de la comunicación, al mismo tiempo que obtiene unas aptitudes que le ayudarán a distinguirse y posicionarse de forma favorable en el ámbito laboral.

Un Experto Universitario que, además, se cursa de forma completamente online. El alumno puede adaptar los horarios de estudio a su propio ritmo y obligaciones, pues no tiene que asistir a un centro físico ni atenerse a un calendario fijo. La totalidad de la enseñanza está disponible durante toda la duración del programa, pudiendo descargarse desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

Este **Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado.

Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos de la moda, enfocado al ámbito comunicativo
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información teórica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en la historia de la moda y cómo comunicarla correctamente
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Consigue un puesto en primera fila para las mejores pasarelas y eventos siendo el comunicador de prestigio con el que todos quieran tratar”

“

*Cubrirás a las estrellas
y diseñadores más
prestigiosos con un
lenguaje preciso,
eficaz y llamativo”*

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

*Sabrás adaptarte a cualquier
situación con la que pudieras
encontrarte. Con tus conocimientos
periodísticos y de moda, conectarás
con tu público estés donde estés.*

*Te adelantarás a tus competidores
sabiendo cuáles son las plataformas de
comunicación más usadas, sus figuras
de influencia más notorias y la forma
más efectiva de comunicarte en ellas.*



02 Objetivos

El objetivo de este Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda es el de instruir a sus alumnos en la correcta comunicación sobre todos los aspectos y tendencias del sector textil. Para ello, se abordan todos los conocimientos necesarios sobre la historia de la moda, así como los principales fundamentos periodísticos y prensa especializada del sector. Gracias a toda esta enseñanza se garantiza que el alumno egresará siendo un profesional de la comunicación competente y productivo, sabiendo adaptarse específicamente al mundo de la moda.



“

Tú tienes claro tu objetivo. TECH te va a ayudar en tu carrera profesional con las mejores herramientas educativas posibles”



Objetivos generales

- ♦ Analizar el contexto global de la moda y cómo esta afecta a la sociedad
- ♦ Comprender cómo ha evolucionado la moda a lo largo de los años
- ♦ Conocer a las grandes figuras masculinas y femeninas de la moda, referentes aún hoy en día
- ♦ Contextualizar la comunicación en el contexto de la moda y sus principales medios de difusión: desde las revistas hasta las modernas redes sociales
- ♦ Saber los principales valores periodísticos en el mundo de la moda
- ♦ Profundizar en la psicología comunicativa y cómo aplicarla en el trabajo diario





Objetivos específicos

Módulo 1. Historia de la moda

- ♦ Asociar el lenguaje formal y simbólico con la funcionalidad en el campo de la moda
- ♦ Justificar las contradicciones entre el lujo de la moda y los valores éticos
- ♦ Reflexionar sobre la incidencia que tiene la innovación y calidad de la producción de la moda, el *Prêt-à-Porter* y la moda *Low Cost* en la calidad de vida y del medio ambiente
- ♦ Conocer y valorar los usos y modos históricos por los que la moda viene recurriendo a la construcción de imaginarios
- ♦ Saber realizar correctas lecturas denotativas y connotativas de imágenes de moda

Módulo 2. Fundamentos del periodismo

- ♦ Dominar la tradición periodística desde sus orígenes a la actualidad, con atención a los principales medios de comunicación, periodistas y coberturas informativas de relieve
- ♦ Analizar los tipos de periódico que existen y los contenidos de los mismos
- ♦ Documentar los procesos informativos y manejar las nuevas tecnologías relativas al tratamiento de documentos
- ♦ Conocer las principales herramientas periodísticas y sus criterios de selección
- ♦ Expresar y actuar sobre la opinión pública, utilizando todos los métodos, lenguajes y soportes tecnológicos a disposición del periodismo en la actualidad (prensa, radio, televisión y redes)
- ♦ Conocer y analizar los elementos del periódico

Módulo 3. Prensa especializada en moda y lujo

- ♦ Comprender la comunicación estratégica y aplicarla con responsabilidad ética y profesional
- ♦ Establecer unas relaciones públicas que sirvan al objeto de la comunicación conociendo el funcionamiento de las mismas en el sector de la moda
- ♦ Dirigir a un equipo capaz de crear un evento, así como una experiencia de usuario única, ya sea en el entorno físico o digital
- ♦ Adaptarse a las dinámicas de la prensa especializada en las áreas de moda y belleza
- ♦ Conocer la evolución de las relaciones públicas y las últimas tendencias del mercado
- ♦ Desarrollar habilidades de negociación para establecer acuerdos que constituyan un vínculo social



Tus objetivos profesionales dentro de la moda están más cerca de lo que piensas. Matricúlate ya y alcánzalos

03

Estructura y contenido

El temario de este Experto Universitario se ha diseñado teniendo en cuenta las necesidades comunicativas que deben cubrirse en el ámbito de la moda, instruyendo a sus alumnos en un amplio temario con épocas históricas, diseñadores de éxito, teoría periodística y tipos de comunicación en moda y belleza. Se compone de 3 módulos diferenciados, formados a su vez por una multitud de subtemas que dividen el temario haciendo que este sea más sencillo y comprensible de estudiar.



“

Este Experto Universitario cubre todo lo que necesitas no solo para comunicar sobre el mundo de la moda, sino para hacerlo de forma eficaz y llegar mejor a tu audiencia”

Módulo 1. Historia de la moda

- 1.1. De indumentaria a moda
 - 1.1.1. Nuevo contexto y cambio social
 - 1.1.2. La liberación de la mujer
 - 1.1.3. Nuevo concepto de diseñador de moda
 - 1.1.4. Comienzos del s. XX
- 1.2. El vestir moderno
 - 1.2.1. El vestir moderno
 - 1.2.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
 - 1.2.3. La escena londinense
 - 1.2.4. Nueva York en los años 70
 - 1.2.5. La moda de los 80
 - 1.2.6. Los grupos de lujo multimarca
 - 1.2.7. Una moda funcional
 - 1.2.8. *Activewear*
 - 1.2.9. La moda, el arte y la cultura pop
 - 1.2.10. *Celebrities*
 - 1.2.11. Fotografía e internet
- 1.3. Grandes maestras de la moda
 - 1.3.1. Jeanne Lanvin
 - 1.3.2. Jeanne Paquin
 - 1.3.3. Emilie Flöge
 - 1.3.4. Madeleine Vionnet
 - 1.3.5. Gabrielle Chanel
 - 1.3.6. Elsa Schiaparelli
 - 1.3.7. Carolina Herrera
- 1.4. Grandes maestros de la moda
 - 1.4.1. Charles Frederick Worth
 - 1.4.2. Jacques Doucet
 - 1.4.3. Paul Poiret
 - 1.4.4. Cristóbal Balenciaga
 - 1.4.5. Christian Dior
 - 1.4.6. Karl Lagerfeld
 - 1.4.7. Alexander McQueen

- 1.5. *Haute Couture*
 - 1.5.1. Historia de la *Haute Couture*
 - 1.5.2. Federación de Alta Costura y Moda
 - 1.5.3. Miembros de la federación
 - 1.5.4. De *Haute Couture* a *Prêt-à-porter*
- 1.6. Artesanía
 - 1.6.1. Los tejidos como arte
 - 1.6.2. Artesanías que complementan el vestir
 - 1.6.3. Artistas y artesanos relacionados con la moda
- 1.7. *Fast-Fashion*
 - 1.7.1. Historia y origen del *Fast-Fashion*
 - 1.7.2. Modelo de negocio del *Fast-Fashion*
 - 1.7.3. Repercusión del *Fast-Fashion* en el mundo
- 1.8. Publicidad y fotografía en moda
 - 1.8.1. Arquetipos y estereotipos
 - 1.8.2. La imagen moda
 - 1.8.3. Comunicación visual de la moda
 - 1.8.4. Los grandes fotógrafos de moda
- 1.9. Repercusión de la moda
 - 1.9.1. La industria textil
 - 1.9.2. Relación del arte y la moda
 - 1.9.3. Moda y sociedad
- 1.10. Teoría y crítica de moda
 - 1.10.1. Diseñadores actuales y su influencia
 - 1.10.2. Tendencias actuales
 - 1.10.3. La banalización de la moda

Módulo 2. Fundamentos del periodismo

- 2.1. Definición y tipos de periódicos
 - 2.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
 - 2.1.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo
 - 2.1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
 - 2.1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
 - 2.1.5. Definición y características del diario
 - 2.1.5.1. Historia
 - 2.1.5.2. Temáticas
 - 2.1.5.3. Precio de venta
 - 2.1.5.4. Formato
 - 2.1.6. Los contenidos del diario
 - 2.1.6.1. Secciones
- 2.2. Principales herramientas periodísticas
 - 2.2.1. Introducción
 - 2.2.2. Principales herramientas periodísticas
 - 2.2.3. Criterios de selección
 - 2.2.3.1. ¿Qué son?
 - 2.2.3.2. Clasificaciones
 - 2.2.3.3. Relación con la actualidad
- 2.3. Elementos del periódico
 - 2.3.1. Introducción
 - 2.3.2. Elementos del periódico
 - 2.3.3. Diferentes elementos
- 2.4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas
 - 2.4.1. Introducción
 - 2.4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
 - 2.4.3. Debate sobre la profesión periodísticas
 - 2.4.4. Actitudes
 - 2.4.4.1. Actitudes prácticas
 - 2.4.4.2. Actitudes intelectuales y morales
- 2.5. La organización de un periódico
 - 2.5.1. Introducción
 - 2.5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
 - 2.5.3. Principios editoriales
 - 2.5.4. Estatutos de redacción
 - 2.5.4.1. Roles en la redacción
 - 2.5.5. Epílogo: de la versión digital a la edición digital
- 2.6. El trabajo periodístico
 - 2.6.1. Introducción
 - 2.6.2. El trabajo periodístico
 - 2.6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción
 - 2.6.4. A diario
 - 2.6.5. La planificación a largo plazo
 - 2.6.6. Trabajo individual y colectivo
 - 2.6.6.1. Trabajos individuales
 - 2.6.6.2. Trabajos colectivos
 - 2.6.6.3. Libros de estilo
- 2.7. Deontología periodística
 - 2.7.1. Introducción
 - 2.7.2. Origen y evolución histórica
 - 2.7.2.1. El Informe Hutchins
 - 2.7.2.2. El Informe McBride
 - 2.7.3. Una forma de regular la profesión
 - 2.7.4. Funciones de la autorregulación
 - 2.7.5. Códigos deontológicos
- 2.8. Tipos de periodismo
 - 2.8.1. Introducción
 - 2.8.2. Periodismo de investigación
 - 2.8.2.1. Cualidades del periodista de investigación
 - 2.8.2.2. Esquema Williams
 - 2.8.2.3. Técnicas de investigación-innovación

- 2.8.3. Periodismo de precisión
 - 2.8.3.1. Especializaciones del periodismo de precisión
- 2.8.4. Periodismo de servicio
 - 2.8.4.1. Características temáticas
- 2.8.5. La especialización periodística
- 2.8.6. Desarrollo de la información especializada
- 2.9. Periodismo y retórica
 - 2.9.1. Introducción
 - 2.9.2. Separación información-opinión
 - 2.9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
 - 2.9.4. Aportaciones de la retórica
 - 2.9.5. La *elocutio* o elocución
- 2.10. El periodismo como actor político
 - 2.10.1. Introducción
 - 2.10.2. El periódico según los teóricos
 - 2.10.3. El periódico, actor de conflicto
 - 2.10.3.1. El periódico como comunicación
 - 2.10.3.2. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
 - 2.10.4. El periódico como pacificador
 - 2.10.4.1. Mecanismo de alarma
 - 2.10.4.2. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
 - 2.10.5. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
 - 2.10.6. El periódico como institución misionera
 - 2.10.7. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
 - 2.10.8. El periódico como narrador y participante de conflictos
- 2.11. El periodismo como actor social
 - 2.11.1. Introducción
 - 2.11.2. El periódico como intérprete y mediador
 - 2.11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
 - 2.11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
 - 2.11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales



Módulo 3. Prensa especializada en moda y lujo

- 3.1. La comunicación en la prensa especializada
 - 3.1.1. Los medios de comunicación especializados en moda y belleza, la prensa femenina
 - 3.1.2. El papel de la agencia de comunicación en la comunicación
 - 3.1.3. El valor actual de la prensa **offline**
- 3.2. Evolución de los modelos de la comunicación en las RR. PP.
 - 3.2.1. Concepto de las relaciones públicas
 - 3.2.2. Aproximación teórica a los modelos clásicos de RR. PP. (Grunig y Hunt)
 - 3.2.3. Hacia un nuevo planteamiento de las RR. PP., el 5º modelo
- 3.3. La comunicación persuasiva en las RR. PP.
 - 3.3.1. Componente persuasivo e informativo de las RR. PP.
 - 3.3.2. Diferenciación entre las relaciones públicas y la actividad periodística
 - 3.3.3. La función de las RR. PP. frente a la función del Marketing y la publicidad
- 3.4. Herramientas para la comunicación con la prensa
 - 3.4.1. El gabinete de prensa y su funcionamiento
 - 3.4.2. Los materiales de prensa útiles
 - 3.4.3. Cómo construir una nota de prensa eficaz
- 3.5. Planificación y estrategia de comunicación en moda y belleza
 - 3.5.1. Estudio previo: análisis del *Briefing*
 - 3.5.2. El método RACE
 - 3.5.3. El plan de comunicación
- 3.6. Acciones de comunicación y eventos para la moda y belleza
 - 3.6.1. Tipos de comunicación al servicio de las marcas
 - 3.6.2. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación
 - 3.6.3. Diseño de actividades y agenda *Setting* en belleza y moda
- 3.7. La medición de resultados
 - 3.7.1. La necesidad de monitorización de las relaciones públicas
 - 3.7.2. Herramientas clásicas de medición cuantitativa: *clipping* y VPE
 - 3.7.3. La importancia de la valoración cualitativa
- 3.8. Errores a evitar en la comunicación y el ámbito de las RR. PP.
 - 3.8.1. Restar importancia de los medios
 - 3.8.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
 - 3.8.3. Improvisación vs. Planificación

- 3.9. Ética y perspectiva psicosocial
 - 3.9.1. Las relaciones públicas en el siglo XXI: entre el progreso y el bienestar social
 - 3.9.2. Responsabilidad social y relaciones públicas
 - 3.9.3. La ética de las RR. PP.: autoconciencia, independencia y compromiso
- 3.10. Últimas tendencias y estudios en las relaciones públicas
 - 3.10.1. Las nuevas RR. PP., más “sociales” que nunca
 - 3.10.2. Comunicación emocional y *Neuromarketing*
 - 3.10.3. *Insights* clave de los consumidores actuales



Con todos estos conocimientos serás el mejor comunicador de moda. No esperes más y matricúlate ya para seguir mejorando profesionalmente”

05

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos en la plataforma de reseñas Trustpilot, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

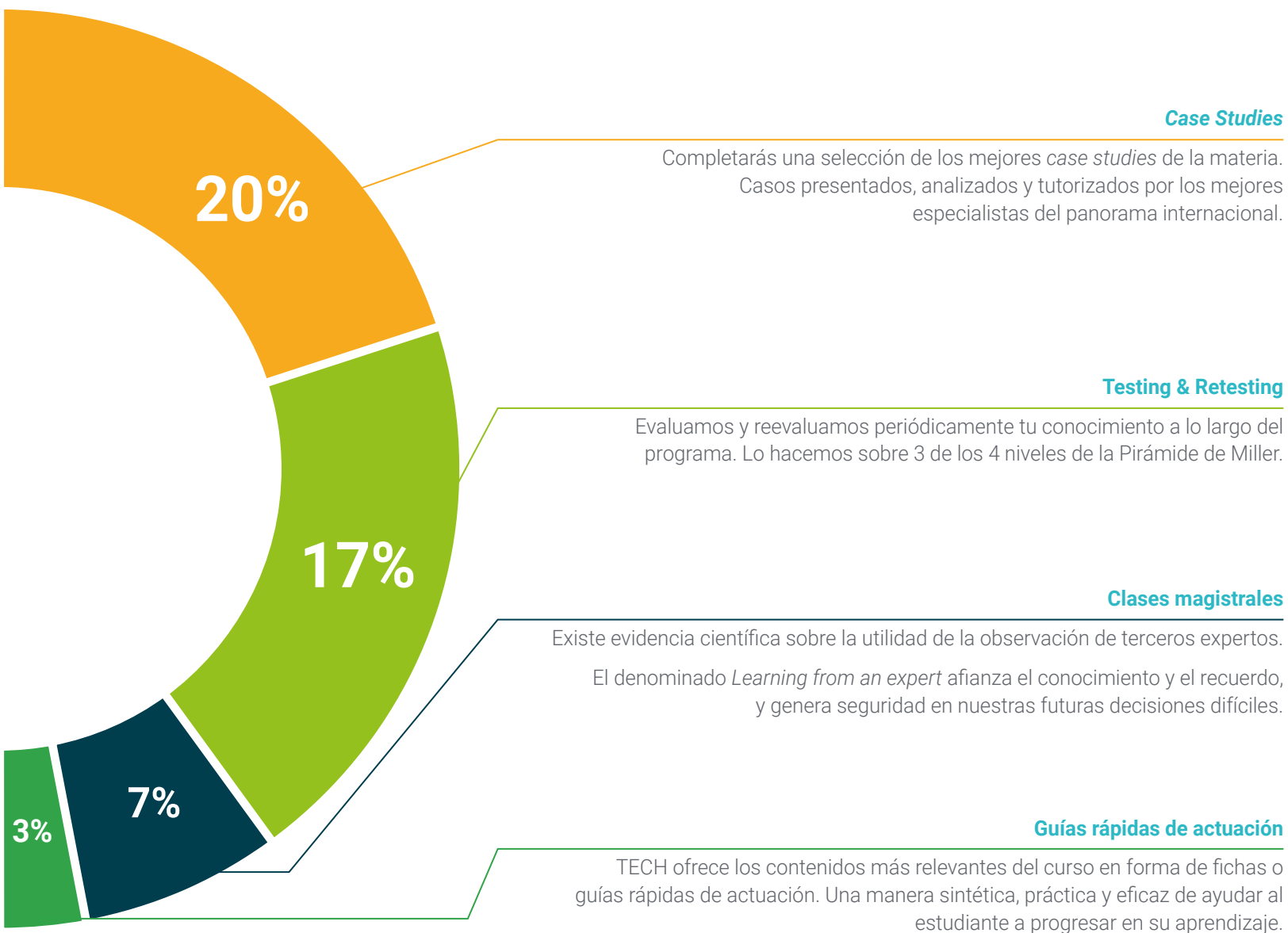
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





05 Titulación

El Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

El programa del **Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**





Experto Universitario Periodismo Especializado de Moda

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 18 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Periodismo Especializado de Moda

