

Experto Universitario

Consumidor, Sostenibilidad
y Transformación Digital
en el Sector de la Moda





Experto Universitario Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **600 h.**

Acceso web: www.techtute.com/disenio/experto-universitario/experto-consumidor-sostenibilidad-transformacion-digital-sector-moda

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección de curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 16

05

Metodología

pág. 20

06

Titulación

pág. 28

01

Presentación

La moda y el lujo son un sector que demanda exclusividad en los diseños, pero también requiere conocer el comportamiento de los consumidores, sus interacciones y los efectos que determinan sus movimientos al momento de tomar una decisión de compra. Esto constituye un punto importante para los diseñadores que desean desarrollar una estrategia en el *Fashion Business*, para ello se deben incluir el *Design Thinking*, implementar la omnicanalidad y observar criterios exhaustivos de sostenibilidad en tu planteamiento empresarial te aportará una visión amplia y atinada de los movimientos de adaptación que tienes que desarrollar para ser competitivo y posicionarte sólidamente en un sector en constante evolución.



“

Comprende la importancia del cambio de una estrategia customer centricity a una de human o citizen centricity para diferenciarte de otros diseñadores en el mundo de la moda y el lujo”

En el mundo de la moda, existen distintas estrategias que garantizan la fidelidad de los clientes en una marca o diseñador. Pero, en el sector del lujo y la exclusividad, esto se traduce en la necesidad de brindar una experiencia completa que une a los compradores a una marca. Por esta razón, las grandes marcas implementan una estrategia omnicanalidad, poniendo al usuario en el centro de la experiencia de compra.

De esta manera, se busca eliminar los límites de los diferentes canales de venta, fusionando estrategias de redes sociales, mailing, anuncios, experiencias offline y todo aquello que garantice la omnicanalidad del negocio. A largo plazo, esto permite unificar el proceso de compra, gustos e intereses de los compradores en las distintas modalidades.

Pensando en esto, y en como la tecnología y la sostenibilidad se ha convertido en los otros dos pilares de las grandes casas de moda, se ha creado un programa centrado en comprender el cambio de estrategia que se ha dado en los últimos años y que han permitido aprender por que la sociedad ha cambiado su forma de consumir la moda.

Todo el contenido está disponible desde una modalidad 100% online que aporta al alumno la facilidad de poder cursarlo cómodamente, dónde y cuándo quiera. Solo necesitará un dispositivo con acceso a internet para lanzar su carrera un paso más allá. Una modalidad acorde al tiempo actual con todas las garantías para posicionar al ingeniero en un sector altamente demandado.



Analiza el sistema lineal de producción y todas las consecuencias que acarrea a nivel social, económico y medioambiental"

Este **Experto Universitario en Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Las características más destacadas de la capacitación son:

- ◆ Última tecnología en software de enseñanza online
- ◆ Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- ◆ Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo.
- ◆ Sistemas de vídeo interactivo de última generación
- ◆ Enseñanza apoyada en la telepráctica
- ◆ Sistemas de actualización y reciclaje permanente
- ◆ Aprendizaje autoregurable: total compatibilidad con otras ocupaciones
- ◆ Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- ◆ Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- ◆ Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual
- ◆ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ◆ Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del curso



Conoce la propuesta del modelo circular como cambio de paradigma en la industria y las soluciones que aporta a la industria”

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.

Aprende cuáles son las principales propuestas de negocio asociadas a la moda sostenible y cómo funcionan los puntos de venta ecoeficientes.

Analiza el papel de la start-up como agente clave en el ecosistema de innovación y transformación del sector.



02 Objetivos

El Experto Universitario en Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda es la mejor opción para los futuros diseñadores que desean comprender la importancia del cambio de una estrategia customer centricity a una de human o citizen centricity para una empresa de moda y conocer sus beneficios. De esta forma, se garantiza la excelencia académica que es indispensable para cumplir con el perfil profesional que exigen los usuarios exclusivos en este tipo de sector. Por tal razón, TECH establece los siguientes objetivos Generales y Específicos para garantizar la satisfacción del futuro egresado:





“

Aprende a gestionar equipos, personas, capacidades y flujos en el fashion-retail como un diseñador de alto perfil para clientes exclusivos”



Objetivos generales

- ◆ Ser capaz de diseñar e implementar una estrategia omnicanal en una marca de fashion-retail
- ◆ Birndarle al cliente más vías para realizar la compra
- ◆ Conocer más sobre la transformación digital, el comercio electrónico y las nuevas tecnologías
- ◆ Entender la industria de la moda como fenómeno social
- ◆ Hacer hincapié en el mundo de las tendencias y la sostenibilidad

“

Comprender por qué la reputación de marca es un tema tan importante para las empresas y por qué evitar los fraudes a través del greenwashing”





Objetivos específicos

Módulo 1. Fashion Consumer Insights

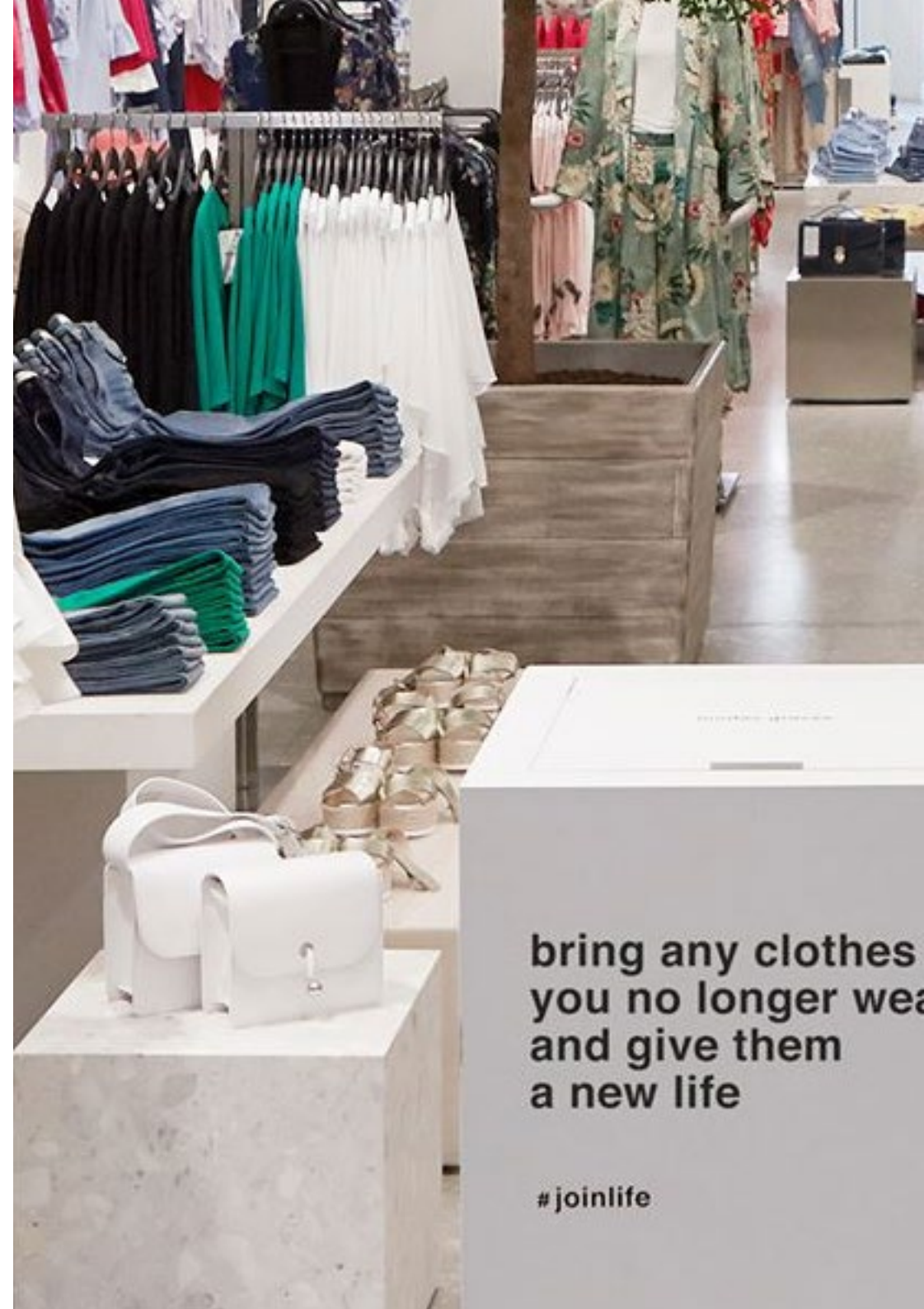
- ◆ Comprender la importancia del cambio de una estrategia customer centricity a una de human o citizen centricity para una empresa de moda y conocer sus beneficios
- ◆ Identificar y aplicar diversos enfoques metodológicos y recursos de investigación para el estudio del consumidor de moda y obtener las habilidades analíticas necesarias para analizar los cambios y adaptación de una marca de moda
- ◆ Familiarizarse con el design thinking y tener la capacidad de diseñar e implementar técnicas de investigación y la metodología apropiada para obtener insights de los consumidores de moda
- ◆ Conocer el entorno y los nuevos consumidores de la industria fashion-retail, para poder comprender sus necesidades y detectar nuevas oportunidades en el mercado

Módulo 2. Omnicanalidad y experiencia de cliente. El retail y la gestión de tiendas de moda

- ◆ Entender el concepto de omnicanalidad y el efecto que tiene tanto en los clientes como en la cadena de valor de una empresa de moda
- ◆ Aprender a gestionar equipos, personas, capacidades y flujos en el fashion-retail
- ◆ Conocer los objetivos e indicadores clave en el retail y la gestión de empresas de moda
- ◆ Adquirir el conocimiento necesario sobre la operativa en retail para superar las expectativas de los clientes
- ◆ Identificar las tecnologías más favorables para el fashion-retail y su gestión

Módulo 3. Sostenibilidad en la moda

- ◆ Aprender el por qué la sociedad, a través de los cambios sociales y culturales modifica su consumo de moda, demandando a la industria textil una forma diferente de hacer las cosas
- ◆ Conocer cómo surge el interés por la sostenibilidad desde sus orígenes hasta la actualidad
- ◆ Analizar el sistema lineal de producción y todas las consecuencias que acarrea a nivel social, económico y medioambiental
- ◆ Conocerás la propuesta del modelo circular como cambio de paradigma en la industria y las soluciones que aporta
- ◆ Profundizar en conceptos asociados a la transparencia de la cadena de valor y al impacto medioambiental, tales como trazabilidad, huella hídrica y huella de carbono
- ◆ Aprender sobre fibras y avances en esta materia así como sellos y ecoetiquetas
- ◆ Conocer los cambios y mejoras que aporta la sostenibilidad en la cadena de producción en cada uno de sus pasos
- ◆ Aprender cuáles son las principales propuestas de negocio asociadas a la moda sostenible y cómo funcionan los puntos de venta ecoeficientes
- ◆ Comprender por qué la reputación de marca es un tema tan importante para las empresas y por qué evitar los fraudes a través del greenwashing





Módulo 4. Innovación y transformación digital en el sector de la moda

- ◆ Conocer los avances en el campo de la innovación y la tecnología que permitirán a las empresas seguir siendo competitivas en el mercado, gracias a la aplicación de procesos más eficientes, un mejor entendimiento del cliente y la reducción del time to market en el momento justo
- ◆ Entender el concepto de transformación digital aplicada al fashion-retail, desde sus inicios, hasta los retos del futuro
- ◆ Comprender el concepto de Industria 4.0 y la aplicación de un conjunto de tecnologías en toda la cadena de valor del sector fashion- retail que tienen impacto a nivel de proceso, producto y de modelo de negocio
- ◆ Profundizar en distintos dominios que facilitan la transformación digital en la compañías del sector: el dato, IA, digital interaction, IoT, robótica, blockchain y otras prácticas y elementos digitales
- ◆ Analizar el papel de la start-up como agente clave en el ecosistema de innovación y transformación del sector
- ◆ Analizar los nuevos modelos de negocio surgidos tras la revolución digital como los basados en la comercialización (plataformas y marketplaces), en la prestación de servicios (modelos freemium, premium o suscripción) y los basados en comunidades (desde el crowdfunding, redes sociales o blogs), a través de la metodología del business model canvas
- ◆ Estudiar las dos principales metodologías de innovación de aplicación en el mercado

03

Dirección del curso

Para garantizar la excelencia de los estudiantes, se debe contar con un programa diseñado por un cuadro docente de referencia en los sectores del Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda y que se adapte a las necesidades de los diseñadores. En este sentido, el temario fue ideado por distintos profesionales, que vierten toda su experiencia académica y laboral para el desarrollo del perfil profesional de los estudiantes. Asimismo, también están involucrados otro grupo de expertos centrados en áreas afines a las del temario, para garantizar una experiencia completa y multidisciplinar.



“

Con un excelente cuadro docente podrás comprender los conceptos asociados a la transparencia de la cadena de valor y al impacto medioambiental, tales como trazabilidad, huella hídrica y huella de carbono”

Dirección



Dña. Bravo Durán, Sandra

- Experta en Trend Forecasting y Customer Insights
- Consultora de Clientes y Digital en Everis
- Socióloga y economista por la Universidad de Salamanca
- Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School
- Programa de Innovación Social, Sostenibilidad y Reputación de empresas de moda en ISEM
- PhD Candidata en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra
- Imparte clases en diferentes universidades y escuelas de negocio en torno a la industria de la moda y el lujo. En la actualidad

Profesores

Dra. Velar, Marga

- ◆ Consultora de comunicación y marca para pequeñas marcas y fundaciones.
- ◆ Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- ◆ Licenciada en Comunicación Audiovisual con diploma en Comunicación y Gestión de Moda por el Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense
- ◆ Máster en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School, Universidad de Navarra
- ◆ Directora de Forefashion Lab, un observatorio de estudios de moda. Desde 2013
- ◆ Profesora asociada en la Universidad Antonio de Nebrija. En la actualidad
- ◆ Ha dado clases en el Centro Universitario Villanueva, en ISEM Fashion Business School y en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra

Dra. Josa, Eugenia

- ◆ Doctora y profesora de ISEM Fashion Business School
- ◆ Ponente en diversos congresos de moda y arquitectura, tanto a nivel nacional como internacional
- ◆ Ha desarrollado labores docentes en el Máster de ISEM Fashion Business School
- ◆ Responsable del Fashion and Creativity Management, así como docente de Taller de Diseño IV en el Grado de Diseño de la Universidad de Navarra
- ◆ Experiencia en el sector de la moda dentro del área comercial, de diseño y visual merchandising y de explotar su parte creativa en su propia marca Eugeniota Collection

Dra. San Miguel, Patricia

- ◆ Profesora de marketing digital en ISEM Fashion Business School y la U. de Navarra
- ◆ Doctora por la Universidad de Navarra
- ◆ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA en ISEM
- ◆ Creadora y directora del observatorio de análisis del impacto digital de marcas de moda Digital Fashion Brands (digitalfashionbrands.com)
- ◆ Dentro de su labor como docente e investigadora, es profesora visitante en la Universidad de la Suiza Italiana, e investigadora visitante en el Fashion Institute of Technology de Nueva York y en la Universidad de Florencia
- ◆ Ponente en diversos congresos nacionales e internacionales de comunicación y marketing

D. De Rivera, Javier

- ◆ Consultor en Estrategia y Desarrollo Organizacional
- ◆ Asesor de Consejos y Comités de Dirección
- ◆ Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE)
- ◆ MBA en Tributación y Asesoría Fiscal en Esine
- ◆ Programa de consejeros por Deloitte y Spencer Stuart
- ◆ NTL Global Organization Development Certificate
- ◆ Programa de Alta Dirección en internet Business en ISDI
- ◆ Programa de Certificación en Coaching Dialógico y en Coaching de Equipos en la UFV
- ◆ Curso de Formador de Élite en UF
- ◆ Profesor de ISEM Fashion Business School. Desde 2004
- ◆ Profesor de la Universidad Villanueva. Desde 2016

Dña. Opazo, Laura

- ◆ Comunicadora especializada en moda. Desde 2001
- ◆ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas
- ◆ MBA de Dirección y Gestión de Empresas en ISEM
- ◆ Curso de Moda Sostenible impartido por REAS y el Mercado Social de Madrid
- ◆ Colabora en radio y televisión
- ◆ Autora de un libro sobre consumo y moda sostenible
- ◆ Ha trabajado en empresas como El Deseo, en las revistas Vanidad, Calle 20 y Harper's Bazaar y las firmas Omega y Jesús Del Pozo entre otras

Dña. Gárate, Mercedes

- ◆ Experienced Manager, responsable de la línea de retail en Everis Business
- ◆ Licenciada en Ingeniería Industrial, especialidad Organización Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid
- ◆ MBA por la Escuela de Organización Industrial EOI Business School. (Madrid y San Francisco)
- ◆ Certificada en Customer Experience, por la Asociación DEC





D. Sanjosé, Carlos

- ◆ Jefe de Digital de MURPH
- ◆ Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Cardenal Herrera- CEU
- ◆ Amplia experiencia profesional en el ámbito del Digital Marketing, Social Ads, estrategias digitales y plataformas de e-commerce
- ◆ Especialista en marketing digital desde hace más de 5 años, con especial experiencia en el sector fashion-retail
- ◆ Creador de contenidos en 25 Gramos. Más de 8 años

Dña. García Barriga, María

- ◆ Profesional del Marketing Digital e investigadora de la aplicación tecnológica de la moda
- ◆ Licenciada en Ciencias de la Información por la UCM
- ◆ MBA por la Escuela de Negocios de Moda ISEM

04

Estructura y contenido

Para brindarle a los estudiantes todos los conocimientos que necesitan para comprender los conceptos del Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda, se ha ideado un programa centrado en los aspectos fundamentales que le ayudarán a desenvolverse como todo un profesional. De esta manera, en cada clase aprenderá los fundamentos que han ayudado a definir con claridad el concepto de omnicanalidad y el efecto que tiene tanto en los clientes como en la cadena de valor de una empresa de moda. Así como las herramientas digitales que han ayudado a diseñadores de todo el mundo a llegar a un público selecto y distinguido





“

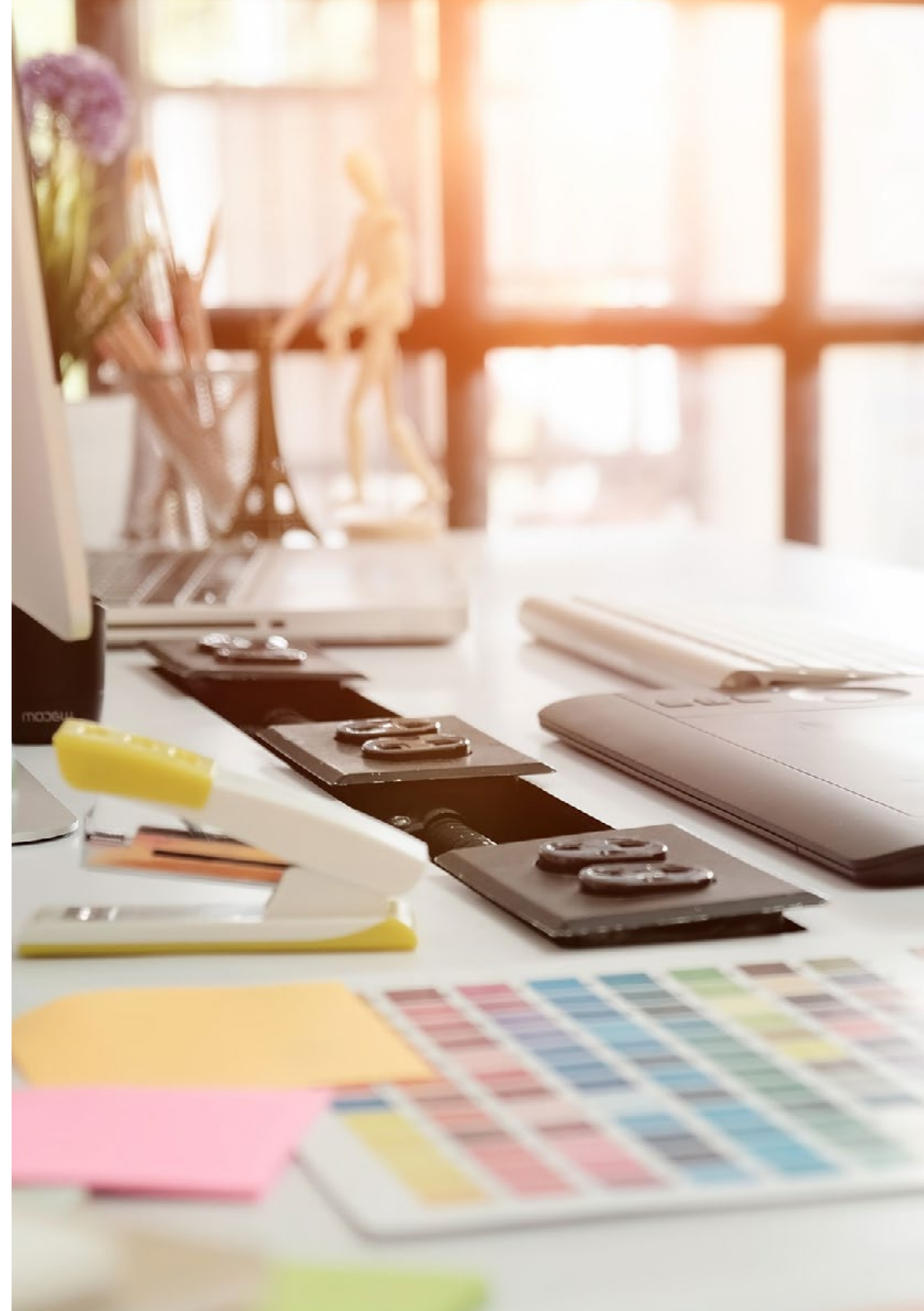
Forma parte de un proceso de aprendizaje completo y apasionante, convirtiendo esta experiencia en tu oportunidad para triunfar en el diseño de lujo”

Módulo 1. Fashion consumer insights

- 1.1. La necesidad de conocer al consumidor en el contexto actual
- 1.2. Estrategia Human y Citizen Centricity
 - 1.2.1. Características principales de una estrategia centrada en las personas y la importancia del dato
 - 1.2.2. ¿Cómo adoptar una estrategia Human Centric en una empresa de moda?
- 1.3. Metodología Human Centric
 - 1.3.1. Design Thinking y Market Intelligence
 - 1.3.2. Posicionamiento y percepción de una marca de moda
 - 1.3.3. Customer Insights y customer journey
 - 1.3.4. Arquetipos y buyer personas
- 1.4. Recursos y técnicas de investigación

Módulo 2. Omnicanalidad y experiencia de cliente. El retail y la gestión de tiendas de moda

- 2.1. Concepto de omnicanalidad y su efecto sinérgico: la Conveniencia para el Cliente y su cadena de valor
- 2.2. Equipos y personas, capacidades y flujos en el fashion- retail
- 2.3. Objetivos e indicadores clave en el fashion-retail y la gestión de tiendas de moda
- 2.4. La operativa en fashion- retail para superar las expectativas de cliente
 - 2.4.1. Variedad de productos y servicios ofrecidos: flexibilidad en volumen y requerimientos
 - 2.4.2. Capacidad de respuesta
 - 2.4.3. Coste para buscar la rentabilidad
 - 2.4.4. Consistencia
 - 2.4.5. Adaptabilidad
- 2.5. Servicios y tecnologías para el fashion-retail y su gestión



Módulo 3. Sostenibilidad en la moda

- 3.1. Del consumo y el hiperconsumo al consumo transformador
- 3.2. Cambio de paradigma: de un sistema lineal a uno circular
- 3.3. Nuevos textiles sostenibles y certificaciones textiles
- 3.4. Ecogestión textil
- 3.5. Optimización de la logística
 - 3.5.1. Packaging
- 3.6. Reciclaje
 - 3.6.1. El punto de venta: de la digitalización de los espacios al sistema ecoeficiente de los Greener store experience
- 3.7. Nuevos modelos de negocio
- 3.8. La reputación de marca, la RSC y el Greenwashing

Módulo 4. Transformación digital e innovación en el sector de la moda

- 4.1. La transformación digital en el sector
 - 4.1.1. La industria 4.0
 - 4.1.2. Los habilitadores digitales
 - 4.1.3. IA, Digital interaction, IoT y robótica
 - 4.1.4. Blockchain, entendimiento de la tecnología y cómo aporta la misma valor al sector
- 4.2. La omnicanalidad y su impacto en el sector retail
- 4.3. Ecosistemas start-up
- 4.4. Modelos de negocio digitales
- 4.5. Metodologías de innovación



Profundiza en distintos dominios que facilitan la transformación digital en las compañías del sector: el dato, IA, digital interaction, IoT, robótica, blockchain y otras prácticas y elementos digitales”

05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.





“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional, para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo”



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de Diseño de TECH Universidad Tecnológica prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso TECH utiliza los case studies de la Harvard, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

“ *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores facultades del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

En 2019 obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra Universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case Studies

Completarán una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos: para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



06

Titulación

El Experto Universitario en Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda te garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título universitario de Experto expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

*Al superar con éxito este programa,
recibirás tu titulación de TECH sin
necesidad de realizar complicados
trámites”*

Este **Experto Universitario en Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

El título expedido por **TECH Universidad Tecnológica** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Consumidor, Sostenibilidad y Transformación Digital en el Sector de la Moda**

Nº Horas Oficiales: **600 h**





Experto Universitario
Consumidor,
Sostenibilidad y
Transformación Digital en
el Sector de la Moda

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **600 h.**

Experto Universitario

Consumidor, Sostenibilidad
y Transformación Digital
en el Sector de la Moda