

Experto Universitario Estrategia y Gestión de Moda





Experto Universitario Estrategia y Gestión de Moda

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

18 créditos ECTS

Horas lectivas: **450 h.**

Acceso web: www.techtitute.com/disenio/experto-universitario/experto-estrategia-gestion-moda

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección de curso

pág. 14

04

Estructura y contenido

pág. 20

05

Metodología

pág. 24

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

Abrirse paso en el exigente mercado de la moda y el lujo exige que los diseñadores cuenten con las competencias de alta calidad y una preparación actualizada. En este sentido, conocer como se ha dado el proceso de digitalización garantizar la inclusión de las marcas en los distintos medios digitales, garantizando su adaptabilidad en cualquier entorno. Por consiguiente, desarrollar una estrategia sostenible y competitiva es la mejor manera para posicionarse como un diseñador innovador. El programa diseñado en este aspecto ayudará a los futuros egresados a desarrollar una estrategia sostenible y competitiva, aprendiendo a gestionar todos los momentos y necesidades del proceso con total competencia.





“

*Comprender e investigar
críticamente el cambio social
en el consumo desde el
modernismo hasta la actualidad”*

La moda es un fenómeno que marca tendencias en cualquier parte del mundo. Muchas de estas tendencias se deben al gran impacto que ha tenido el marketing en las estrategias de los diseñadores, lo que les ha permitido darse a conocer a distintos públicos y sobre todo, llegar a esos clientes exclusivos que buscan cada día nuevos trabajos para mostrarlos en sus redes sociales.

EL programa centrado en las estrategias y gestión en moda, ayudará a los diseñadores a implementar las herramientas necesarias para fortalecer las ventas y las relaciones con los clientes. El contenido está pensado para conocer los diversos enfoques metodológicos para el estudio de la moda y fortalecer el pensamiento crítico y las habilidades analíticas en teorizar sobre los debates sociológicos en torno la moda, la innovación, el poder y la creatividad para cultivar y fortalecer áreas personales y profesionales de interés en el proceso de moda, la industria o los medios de comunicación desde el punto de vista de la empresa y el consumidor.

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.



Entender el entorno y familiarizarse con los nuevos mercados en la industria de la moda y el lujo"

Este **Experto Universitario en Estrategia y Gestión de 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



Analiza la importancia del branding visual y textual de una marca de cara a implantar su estrategia de negocio digital"

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.

Estudia las diferentes plataformas sociales de anuncios que más se utilizan, así como diferencias entre ellas según objetivos y públicos.

Entiende la importancia de la automatización de procesos dentro del marketing para lograr objetivos.



02

Objetivos

Para los diseñadores especializados en el mundo de la moda y el lujo es importante conocer el concepto de moda, sus orígenes y sus antecedentes históricos con el fin de poder sintetizar y explicar los debates clave en el estudio analítico y reflexivo sobre las primeras teorías de moda, la sociedad de consumo y la producción cultural y su evolución. 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:



“

Profundiza en las diferentes tipologías de ecommerce, plataformas más utilizadas y principales características según marca o producto”



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

“

Entiende el entorno y familiarizarse con los nuevos mercados en la industria de la moda y el lujo”





Objetivos específicos

Módulo 1. Sociología de moda y tendencias

- ◆ Conocer el concepto de moda, sus orígenes y sus antecedentes históricos con el fin de poder sintetizar y explicar los debates clave en el estudio analítico y reflexivo sobre las primeras teorías de moda, la sociedad de consumo y la producción cultural y su evolución
- ◆ Comprender e investigar críticamente el cambio social en el consumo desde el modernismo hasta la actualidad, y el papel social y cultural relevante de la moda en la creación de identidades individuales y colectivas a través del vestido, el estilo y la imagen, que han dado lugar a nuevos paradigmas de consumo
- ◆ Discutir y aplicar diversos enfoques metodológicos para el estudio de la moda y fortalecer el pensamiento crítico y las habilidades analíticas en teorizar sobre los debates sociológicos en torno la moda, la innovación, el poder y la creatividad para cultivar y fortalecer áreas personales y profesionales de interés en el proceso de moda, la industria o los medios de comunicación desde el punto de vista de la empresa y el consumidor
- ◆ Entender el entorno y familiarizarse con los nuevos mercados en la industria de la moda y el lujo, que permita a los alumnos desarrollar habilidades para detectar nuevas tendencias y oportunidades de negocio

Módulo 2. Fashion Digital Strategy

- ◆ Aprender el impacto de la digitalización en el sector de la moda y el lujo desde principios de este siglo. Y por qué es imprescindible en el presente y futuro que todas las marcas sean también digitales
- ◆ Conocer al público objetivo de una marca y clasificarlo según estadios para así poder establecer un purchase funnel en base a estas fases del proceso de compra
- ◆ Concienciarse sobre la importancia vital de un análisis previo del mercado, del futuro consumidor y del resto de marcas para crear una estrategia digital y lograr los objetivos marcados
- ◆ Entender las diferencias entre KPIs y objetivos
- ◆ Profundizar en las diferentes tipologías de ecommerce, plataformas más utilizadas y principales características según marca o producto
- ◆ Analizar la importancia del branding visual y textual de una marca de cara a implantar su estrategia de negocio digital
- ◆ Estudiar las diferentes plataformas sociales de anuncios que más se utilizan, así como diferencias entre ellas según objetivos y públicos
- ◆ Entender la importancia de la automatización de procesos dentro del marketing para lograr objetivos
- ◆ Asimilar la vital importancia de las BBDD y el Big Data como fuentes de conocimiento del usuario y/o consumidor
- ◆ Entender la diferencia entre un ROI de marketing y un ROI de empresa. Y cómo medirlos





Módulo 3. Sostenibilidad en la moda

- ◆ Desarrollar la creatividad artística mediante el análisis científico de los datos
- ◆ Aprender a pensar desde cuestionamiento y el análisis de las variables adecuadas a la moda
- ◆ Predecir las tendencias de moda mediante la identificación de patrones de conducta, la construcción de secuencias de hechos y su traducción a un esquema de representación
- ◆ Dominar las principales herramientas y programas de Data Science entendiendo qué es y para qué sirve la inteligencia artificial, así como cuándo aplicarla
- ◆ Entender el funcionamiento y familiarizarse con los lenguajes de programación
- ◆ Desarrollar el uso y la práctica de las principales herramientas tecnológicas del marketing digital de moda aplicando métricas esenciales y específicas que nos permitan evaluar la toma de decisiones desde un departamento de innovación
- ◆ Construir una identidad representable, de crecimiento exponencial de una marca de moda creando un hilo argumental de vida
- ◆ Replicar el funcionamiento de las herramientas tecnológicas en la mayor parte de sectores que componen la moda: cosmética, joyería, vestido y calzado

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 ámbito de la Estrategia y Gestión de 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.





“

Desarrolla tus habilidades con un programa ideado por el un excelente cuadro docente con múltiples años de experiencia”

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
- ◆ Ha trabajado en el sector de la moda dentro del área comercial, de diseño y visual merchandising, además 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 Universidad 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 y 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 cumplir con los requisitos de excelencia que debe tener todo egresado de TECH, se ha ideado un programa que junta lo mejor de la teoría y la práctica en el campo de la moda y el lujo, centrándose en Discutir y aplicar diversos enfoques metodológicos para el estudio de la moda y fortalecer el pensamiento crítico y las habilidades analíticas en teorizar sobre los debates sociológicos en torno la moda, la innovación, el poder y la creatividad para cultivar y fortalecer áreas personales y profesionales de interés en el proceso de moda, la industria o los medios de comunicación desde el punto de vista de la empresa y el consumidor.





“

Entiende el entorno que rodea a la moda y el lujo y familiarízate con los nuevos mercados en esta industria que demanda excelencia de sus diseñadores”

Módulo 1. Sociología de moda y tendencias

- 1.1. Historia y sociología de la moda
 - 1.1.1. Semiótica, aspectos culturales e identidad a través de la moda
 - 1.1.2. Movimientos sociales y tribus urbanas
- 1.2. Cambio social en el consumo de moda: los efectos de la "neomanía"
 - 1.2.1. La "moda líquida" y la nueva cultura millennial
 - 1.2.2. Transformación digital y el fenómeno influencer
- 1.3. Reinención de los negocios de moda y el nuevo consumidor
 - 1.3.1. El post lujo: nuevas tipologías y arquetipos de consumidores de moda
 - 1.3.2. Drivers de cambio y nuevas tendencias en el sector de la moda post-COVID-19
- 1.4. La cultura de la creatividad y el consumo de lo exclusivo

Módulo 2. Fashion digital strategy

- 2.1. Tecnología y consumidor: tipologías del público objetivo y segmentación estratégica del consumidor
- 2.2. Analítica previa a la estrategia digital: momento 0 y KPI's estratégicos
- 2.3. E-commerce: tipologías y plataformas
- 2.4. Branding: visual y textual a comunicar
- 2.5. Posicionamiento: catálogo idóneo
- 2.6. Plataformas sociales de ads
- 2.7. Social Selling & Inbound Marketing
- 2.8. Marketing Automation: email marketing & bot marketing
- 2.9. Rol del CRM y Big Data en la estrategia empresarial
- 2.10. ROI & Metrics





Módulo 3. Gestión tecnológica y digital en moda y lujo: tools

- 3.1. Introducción al uso tecnológico de la moda
- 3.2. Creación y mantenimiento de la identidad - posicionamiento
 - 3.2.1. Google Analytics y Google Ads
- 3.3. Data Driven
 - 3.3.1. Gestión de métricas clave y Creación de secuencias de patrones - Excel
- 3.4. Simulación de escenarios de innovación - Microsoft Power Bi
- 3.5. Fidelización y mantenimiento de clientes - Salesforce
- 3.6. Segmentación de públicos – gestión de bases de datos SQL
- 3.7. Creatividad a partir del uso de datos- Python
 - 3.7.1. Marketing de contenidos

“

Replica el funcionamiento de las herramientas tecnológicas en la mayor parte de sectores que componen la moda: cosmética, joyería, vestido y calzado”

05

Metodología

Esta capacitación te 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 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 te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus 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 de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH Universidad Tecnológica utilizarás los case studies de la Harvard, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite acercarte 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 escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. 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 harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus 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 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 (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a 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.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



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.



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 nuestras futuras decisiones difíciles.



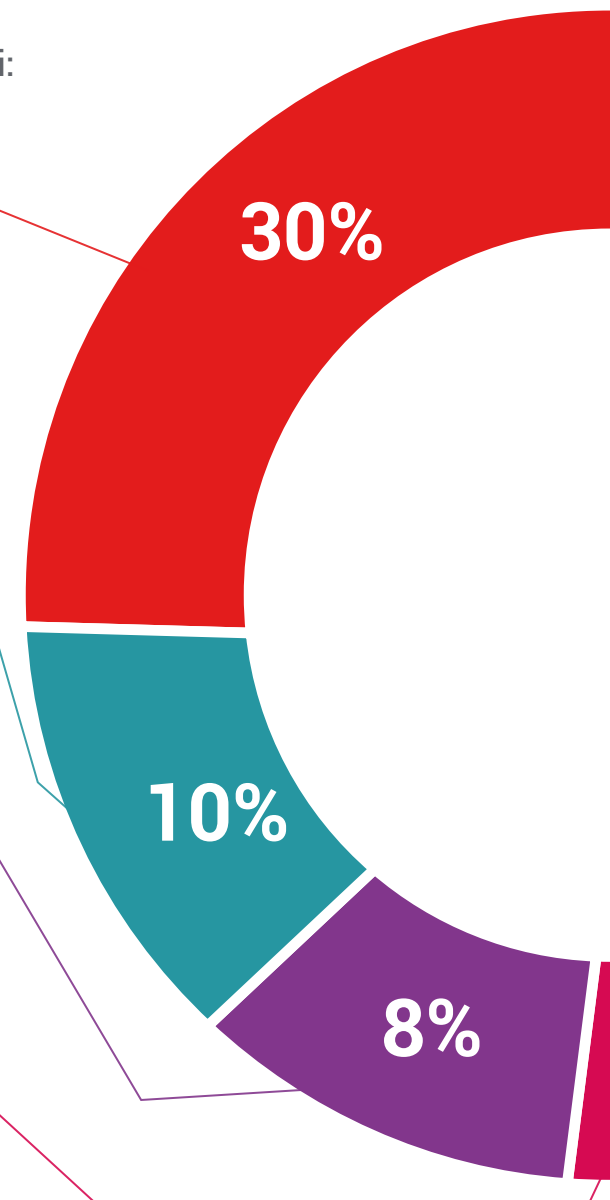
Prácticas de habilidades y competencias

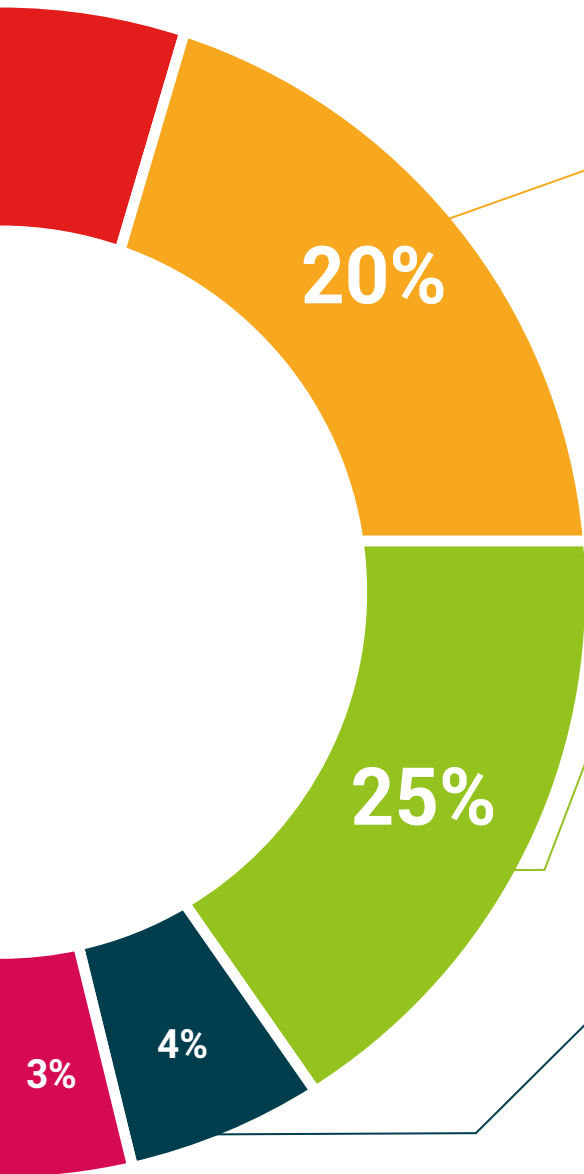
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

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





Case Studies

Completarás 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

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



Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



06

Titulación

El Experto Universitario en Estrategia y Gestión de 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 Estrategia y Gestión de Moda** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste 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 y reúne los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Estrategia y Gestión de Moda**

ECTS: **18**

Nº Horas Oficiales: **450**





Experto Universitario
Estrategia y
Gestión de Moda

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

18 créditos ECTS

Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario

Estrategia y Gestión
de Moda