Curso de Especialização

Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo

tech universidade tecnológica

tech universidade tecnológica

Curso de Especialização
Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo

- Modalidade: **online**
- Duração: **6 meses**
- Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- Créditos: **18 ECTS**
- Horário: **ao seu próprio ritmo**
- Exames: **online**

Indicado para: **profissionais de diversas áreas académicas que desejem aprofundar conhecimentos acerca do novo cenário levantado pelo mundo do luxo e das suas oportunidades de crescimento e comercialização**

Acesso ao site: **www.techtitute.com/pt/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-automatizacao-marketing-moda-luxo**

Índice

01 Boas-vindas — pág. 4

02 Porquê estudar na TECH? — pág. 6

03 Porquê o nosso programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Estrutura e conteúdo — pág. 20

06 Metodologia — pág. 28

07 Perfil dos nossos alunos — pág. 36

08 Direção do curso — pág. 40

09 Impacto para a sua carreira — pág. 46

10 Benefícios para a sua empresa — pág. 50

11 Certificação — pág. 54

01

Boas-vindas

O marketing no mundo do luxo e da moda tornou-se mais complexo ao longo dos anos. Com os métodos de comunicação em constante evolução, a própria forma como estes produtos são veiculados e vendidos tem de ser transformada para se adaptar aos novos mercados e clientes que vão surgindo. Assim, com a incorporação de novas tecnologias nos processos de marketing e a investigação de potenciais nichos de vendas, nasce esta especialização da TECH na qual os alunos poderão aprender os fundamentos da Automatização de Marketing para se distinguirem e aspirarem a grandes cargos técnicos ou de gestão no domínio da moda e do luxo.

Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo
TECH Universidade Tecnológica

Dê um toque inovador e vanguardista às suas técnicas de Marketing graças à aprendizagem que a TECH lhe oferece neste Curso de Especialização"

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite que utiliza um modelo com os mais elevados padrões académicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para o ajudar a alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica

Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

"Caso de Sucesso Microsoft Europa" por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.

Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95% | **dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso**

Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil
gestores formados todos os anos

+200
nacionalidades diferentes

Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500 | **Acordos de colaboração com as melhores empresas**

Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização

Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.

Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.

Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de caraterísticas que a tornam uma Universidade única:

Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.

Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.

Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.

03

Porquê o nosso programa?

Concluir este Curso de Especialização da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta a um futuro promissor. Os alunos aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educativa mais flexível e inovadora.

Temos o corpo docente mais prestigiado e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer ensino do mais alto nível académico"

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

02

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04

Objetivos

O objetivo do Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo é capacitar os alunos nas técnicas mais vanguardistas do Marketing atual, que incluem a inteligência artificial e a análise de dados como pilares fundamentais da mais moderna estratégia de comunicação. O aluno ficará também a conhecer os novos tipos de Marketing Digital, bem como as diferentes ferramentas para controlar e monitorizar as suas próprias campanhas e projetos.

Graças a este Curso de Especialização, será capaz de planear com sucesso a digitalização, conhecendo e avaliando as diferentes propostas e avanços oferecidos pelo mercado tecnológico para a indústria da moda"

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos
Trabalhamos em conjunto para os alcançar

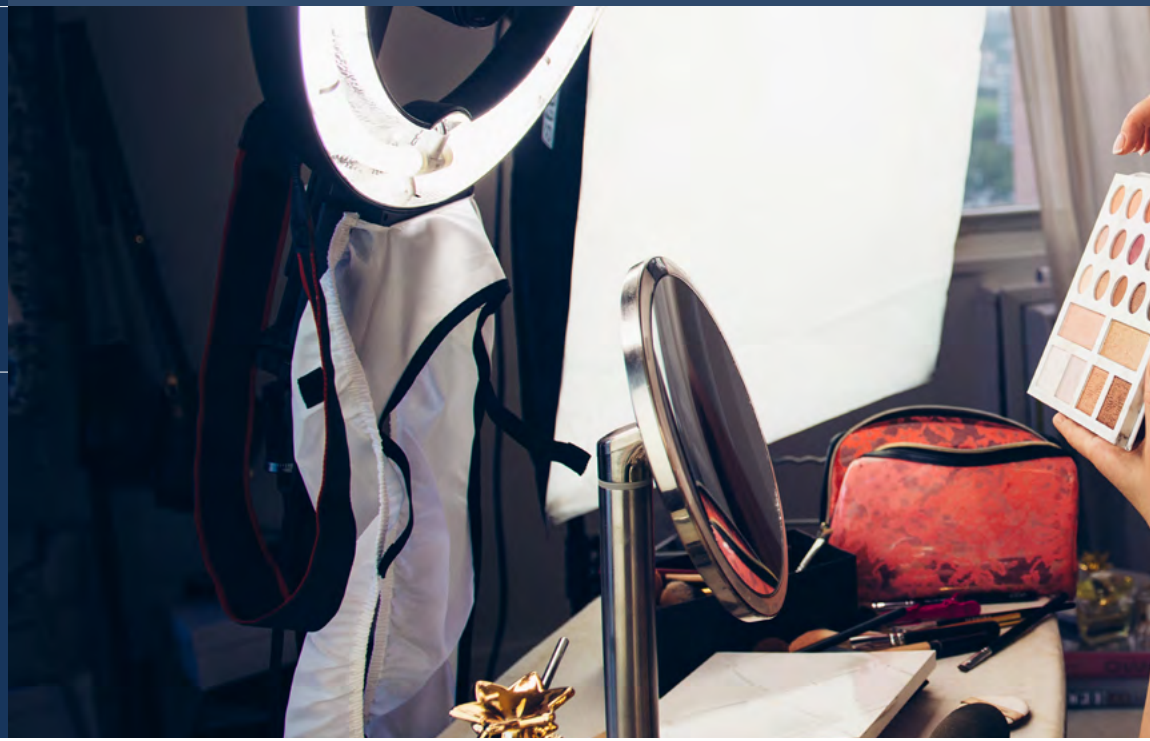
O **Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo** capacitará o aluno para:

01 Compreender os *banners* publicitários como mensagens de uma marca

02 Estudar o legado dos *mass media* e o que resta deles no marketing para uma sociedade globalizada

03 Utilizar ferramentas de CRM e CMS destinadas a automatizar as comunicações com os clientes

04 Compreender os atores envolvidos no processo de medição, criar e estabelecer métricas eficientes e eficazes com base na identidade da marca



05 Aplicar indicadores fundamentais e estabelecer a fronteira entre variáveis qualitativas e quantitativas

06 Avaliar os métodos de análise escolhidos e aplicar os resultados às ações da marca

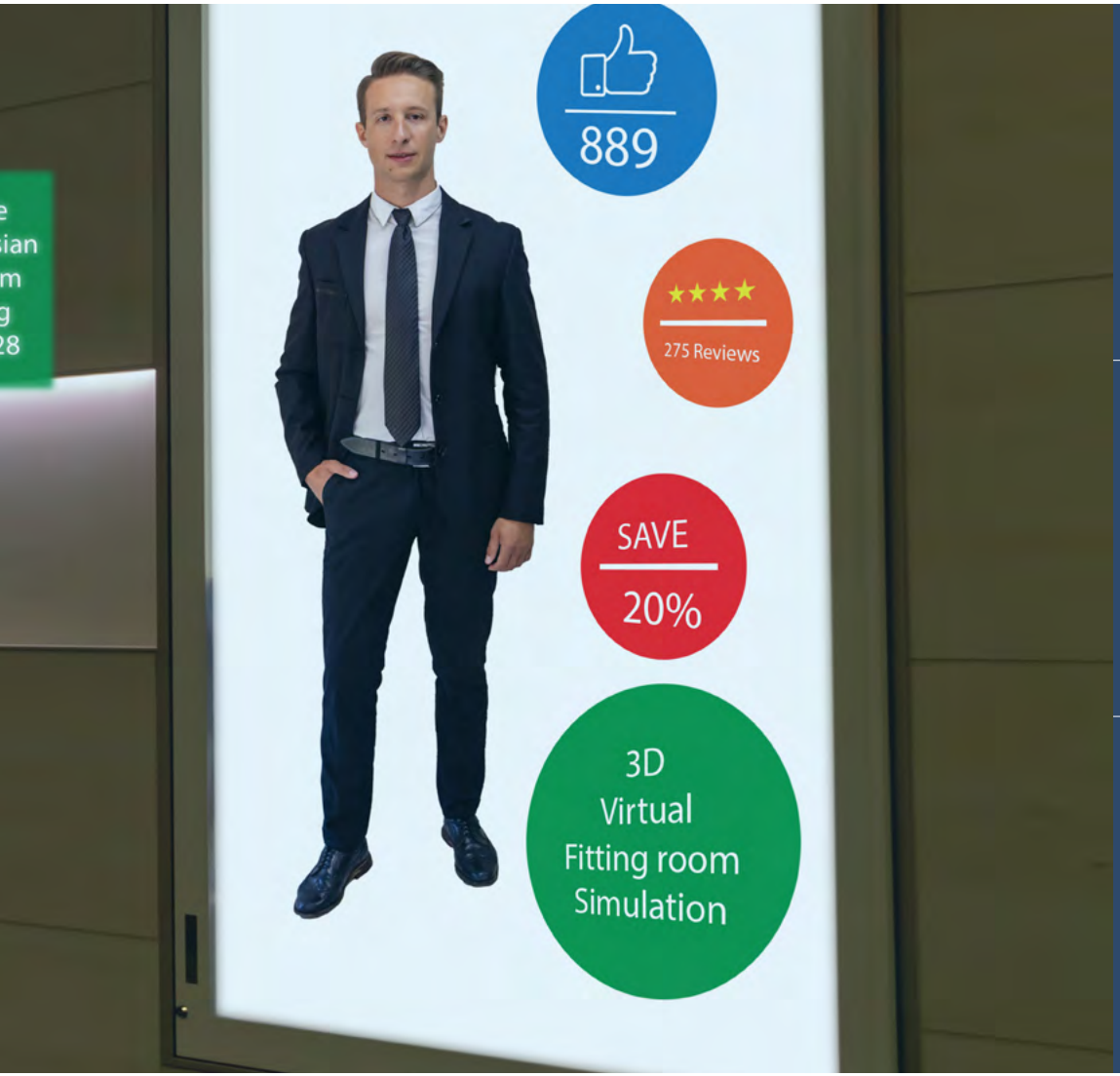
07 Prever os resultados das seguintes métricas para minimizar os riscos

08 Elaborar e apresentar um painel de situação específico do setor da moda e um relatório intercalar que identifique as linhas de comunicação

09 Reorientar a liderança para uma gestão mais eficaz

10 Reduzir a incerteza face a mudanças internas e/ou externas à organização

11 Compreender o processo de resolução de crises e o papel do gestor de comunicação em tempos difíceis



12 Organizar o seu próprio discurso para as redes sociais e meios de comunicação social em conformidade com os valores da empresa

13 Integrar a sustentabilidade e a transformação digital na estratégia de comunicação sem perder a identidade

14 Planear a digitalização conhecendo e avaliando as diferentes propostas e avanços oferecidos pelo mercado tecnológico

05

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo foi desenvolvido por vários profissionais do setor da moda, do marketing e de setores conexos que reuniram os seus conhecimentos e experiência num curso completo e atual. Abrange os mais recentes desenvolvimentos no setor e o luxo 2.0, ou seja, com uma clara incidência nas novas tecnologias. O seu formato 100% online permitirá ao aluno estudá-lo no momento e local que melhor se adequem à sua disponibilidade, horários e interesses, num período de 6 meses. Ao alargarem os seus conhecimentos em matéria de marketing aplicado ao luxo, os alunos impulsionarão a sua carreira para a excelência e para o seu futuro profissional.

Interpretará os dados mais sofisticados da indústria da moda e do luxo para desenvolver as estratégias de marketing que o levarão ao topo dos departamentos de comunicação mais prestigiados"

Plano de estudos

Este Curso de Especialização contém vários módulos de ensino que permitirão aos alunos especializarem-se nas últimas tendências tecnológicas relacionadas com o Marketing, sempre na perspetiva da moda e do luxo.

Esta é uma excelente oportunidade para pessoas que queiram impulsionar a sua carreira através da qualidade e da excelência, realizando grandes campanhas de publicidade online cuidadosamente orientadas para o público-alvo mais seletivo.

Com tudo o que aprenderam, os alunos podem aspirar a dirigir departamentos de Marketing de Moda e de Luxo, sabendo aplicar com elegância os últimos avanços digitais em campanhas planeadas ao milímetro.

Este aspeto é reforçado durante as 450 horas de formação com numerosos exemplos práticos e reais em que o aluno vê *in situ* como todos os conhecimentos adquiridos devem ser utilizados em contextos autênticos.

Este Curso de Especialização decorre ao longo de 6 meses e está dividido em 3 módulos:

Módulo 1	Novo *marketing* digital: automatização do marketing
Módulo 2	*Marketing baseado em dados para marcas de luxo*
Módulo 3	A inteligência artificial na era do corporativismo

Onde, quando e como se realizam?

A TECH oferece-lhe a possibilidade de desenvolver este Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo completamente online. Durante os 6 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste Curso de Especialização a qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.

Módulo 1. Novo marketing digital: Automatização do Marketing

1.1. Estratégia de marketing na indústria atual
1.1.1. O processo da comunicação em relação ao Marketing
1.1.2. Mensagens cognitivas, emocionais e sociais
1.1.3. O slogan como herança das marcas de luxo

1.2. Dos meios de comunicação de massas aos meios de comunicação globais
1.2.1. Fontes de transmissão de valor: publicidade
1.2.2. A formação do estereótipo a partir do protótipo
1.2.3. *Storyboard & Global Storyboard*

1.3. *Anúncios em meios digitais*
1.3.1. O algoritmo do *Google Ads*
1.3.2. Verificar os níveis de concordância
1.3.3. O *banner e o display* de uma empresa de moda e luxo

1.4. *Branded Content*
1.4.1. Preferências dos consumidores de moda
1.4.2. A estratégia omnicanal aplicada ao luxo
1.4.3. Comercializar a informação no mercado de luxo

1.5. Personalização do setor da moda e do luxo
1.5.1. *Keywords* na linguagem da moda
1.5.2. As mensagens da *Fast and Slow Fashion*
1.5.3. Comunicação omnidirecional entre a marca e o utilizador

1.6. E-mail marketing: *CRM e equipa de vendas*
1.6.1. Automatização de conteúdos
1.6.2. Segmentação e mensagem
1.6.3. Equipa de vendas como ferramenta de automatização

1.7. *Design de newsletters*
1.7.1. Uma estrutura eficaz e atrativa
1.7.2. A personalização dos conteúdos de luxo
1.7.3. Frequência das notificações e medição do impacto

1.8. A viralidade na indústria do luxo
1.8.1. Estratégias de difusão da informação
1.8.2. Reposicionamento efetivo
1.8.3. Dos líderes de opinião aos influenciadores

1.9. A usabilidade do CMS
1.9.1. Os gestores de conteúdos
1.9.2. Manter-se atualizado na web de moda
1.9.3. Prestashop: comercialização do luxo

1.10. *Design de conteúdos*
1.10.1. Âmbito estratégico do esforço criativo: criar para converter
1.10.2. Marketing sazonal: as campanhas de marketing previsíveis
1.10.3. Flash! Surpresa

Módulo 2. *Marketing baseado em dados para marcas de luxo*

2.1. O ciclo de vida do produto através da PLM
2.1.1. O ciclo de vida do produto
2.1.2. A ferramenta PLM *(Product Lifecycle Management)*
2.1.3. A medição do produto e relação à marca

2.2. KPIs estratégicos para a análise da identidade das marcas de luxo
2.2.1. O que pode ser medido na alta costura
2.2.2. Os indicadores estratégicos personalizados
2.2.3. As métricas: objetivos e erros

2.3. A inferência como base da *big data*
2.3.1. A razão de ser das soluções empresariais
2.3.2. Erros a evitar ao fazer inferências
2.3.3. A inferência como base do algoritmo

2.4. Estatística aplicada ao mercado do luxo
2.4.1. A estrutura dos dados na análise científica
2.4.2. Metodologia de investigação qualitativa
2.4.3. Principais métricas para a perceção de impressões: a exceção

2.5. Geração e aquisição de *leads*
2.5.1. *Google Analytics*
2.5.2. As métricas no ambiente digital
2.5.3. Tomada de decisões vinculadas aos resultados

2.6. A chave da medição: interpretar os dados no mercado da moda
2.6.1. Orientações e chaves para grandes volumes de dados
2.6.2. A eficácia das soluções "inferidas"
2.6.3. O triângulo da verdade do consumidor de moda

2.7. Consultoria de marketing no setor do luxo
2.7.1. A hipótese: perguntas e problemas, respostas e soluções
2.7.2. O ambiente competitivo em relação à inovação
2.7.3. O sucesso ou a eternidade de uma marca de luxo

2.8. Como passar do modelo preditivo para o prescritivo numa marca de moda
2.8.1. O padrão de comportamento da marca
2.8.2. O mapa de frequências
2.8.3. Simulação de cenários de inovação

2.9. *Dashboard*: visualização de dados de marketing com o *Power Bi*
2.9.1. Apresentação de resultados
2.9.2. O relatório analítico
2.9.3. *Microsoft Power Bi*

2.10. Auditoria interna e *growth hacking*
2.10.1. Variáveis personalizadas numa marca de moda
2.10.2. O crescimento da marca através da análise interna
2.10.3. Os intocáveis: a escala de prioridades de uma marca de moda

Módulo 3. A inteligência artificial na era do corporativismo

3.1. A responsabilidade social das empresas no contexto atual
3.1.1. O ecossistema das partes interessadas
3.1.2. O consumidor e o trabalhador no mercado do luxo
3.1.3. A responsabilidade social como precedente para as marcas de moda

3.2. O valor da reputação nas marcas de luxo
3.2.1. Os efeitos globais no mercado do luxo
3.2.2. Dados analíticos para a globalização
3.2.3. O ativismo empresarial e os embaixadores da marca

3.3. A gestão de crises nas empresas de moda
3.3.1. Tipos de crises
3.3.2. O Plano de Contingência
3.3.3. O plano estratégico

3.4. A comunicação em tempos de crise
3.4.1. Os porta-vozes e o discurso dos responsáveis pela comunicação
3.4.2. O impacto da crise na demonstração de resultados
3.4.3. Ações pós-crise: regressar à normalidade

3.5. A sustentabilidade: estratégias de crescimento de marca
3.5.1. As três dimensões da sustentabilidade: social, ambiental e empresarial no MBL
3.5.2. A cadeia de valor do setor da moda
3.5.3. Comunicar a sustentabilidade: memórias

3.6. A sustentabilidade: uma saída para a crise?
3.6.1. Tipos de crises em cada domínio da sustentabilidade
3.6.2. Autenticidade e transparência aos olhos do público
3.6.3. A sustentabilidade como parte da solução para a crise

3.7. A transformação digital no setor da moda
3.7.1. Os dados
3.7.2. O comércio eletrónico
3.7.3. A inovação

3.8. A inteligência artificial aplicada ao luxo
3.8.1. Aprendizagem automática
3.8.2. A omnicanalidade e o espaço *phygital* através da lente da inteligência artificial
3.8.3. Ferramentas de recomendação personalizadas

3.9. A implementação da robótica no mundo do luxo
3.9.1. A interação digital: um mundo sem contacto humano
3.9.2. O *chatbot* e o personal *shopper* virtual
3.9.3. A experiência digital

3.10. A Realidade Virtual da moda: as novas passarelas
3.10.1. Definição e funcionalidade da Realidade Virtual
3.10.2. O desfile com modelos em 3D
3.10.3. Ferramentas de realidade virtual para o mercado de luxo

CONNECTION
ANALYSIS
DATA
SEARCHING
VERIFICATION
CODING
SENDING

06

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: ***o Relearning***. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a ***New England Journal of Medicine.***

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo"

Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

> *O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reai"*

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

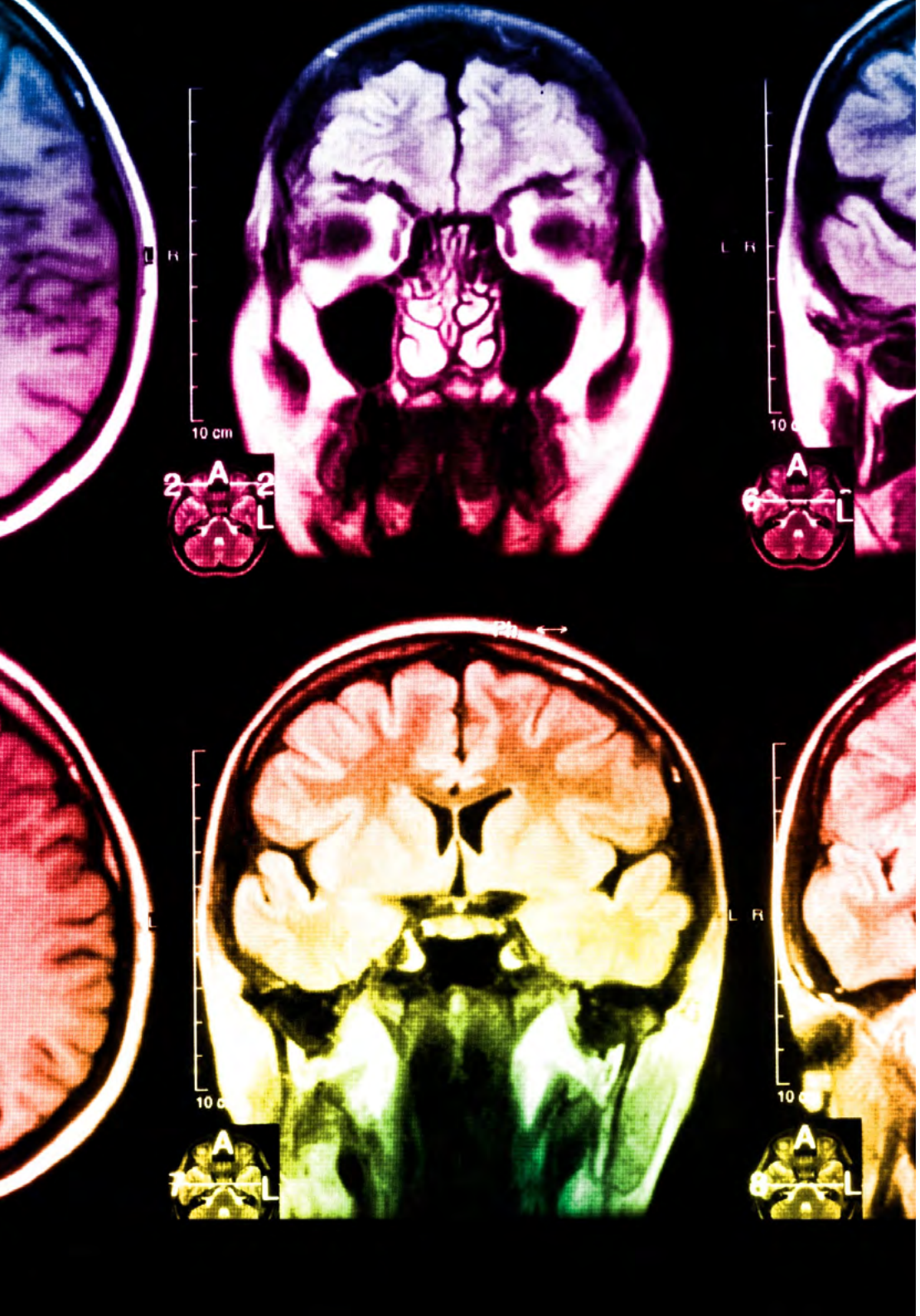
A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.

Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:

Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.

Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

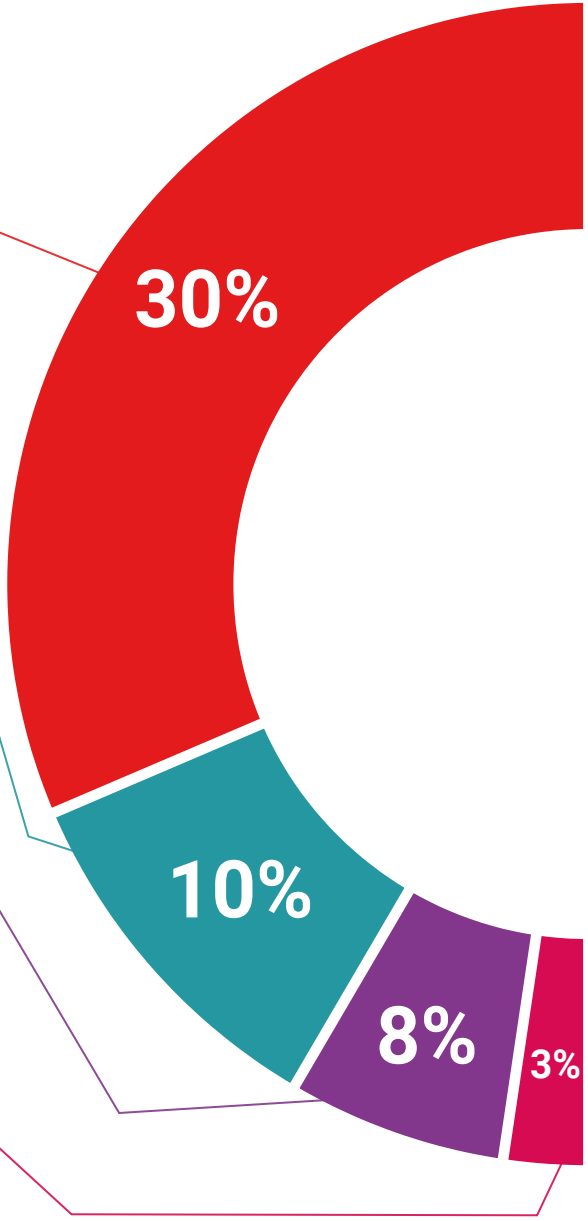
O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.

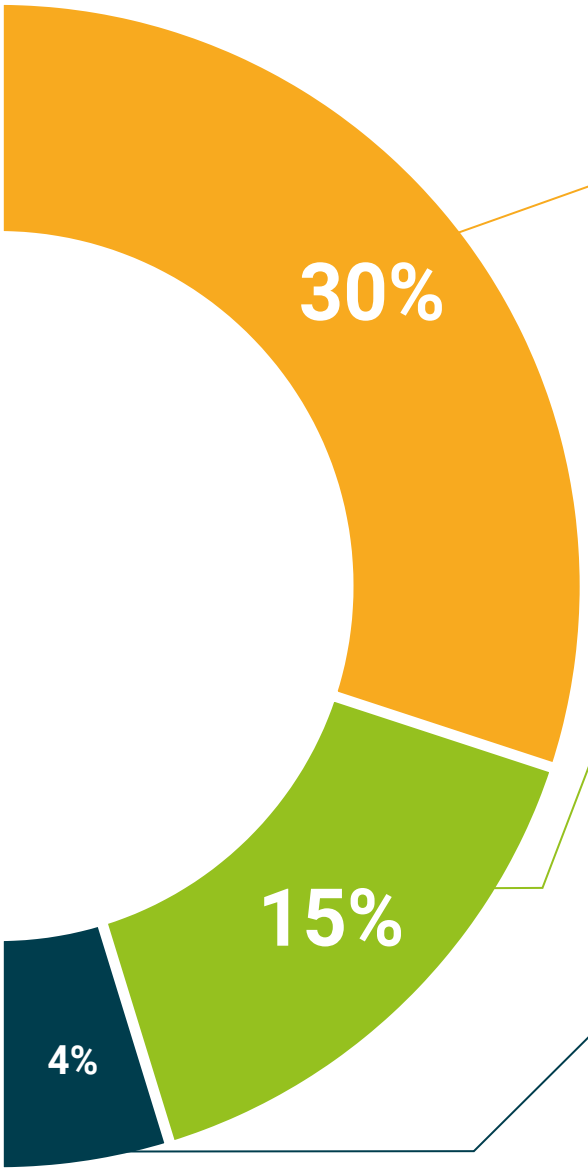
Práticas de aptidões e competências

Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.

Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.

Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas concetuais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".

Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.

07

Perfil dos nossos alunos

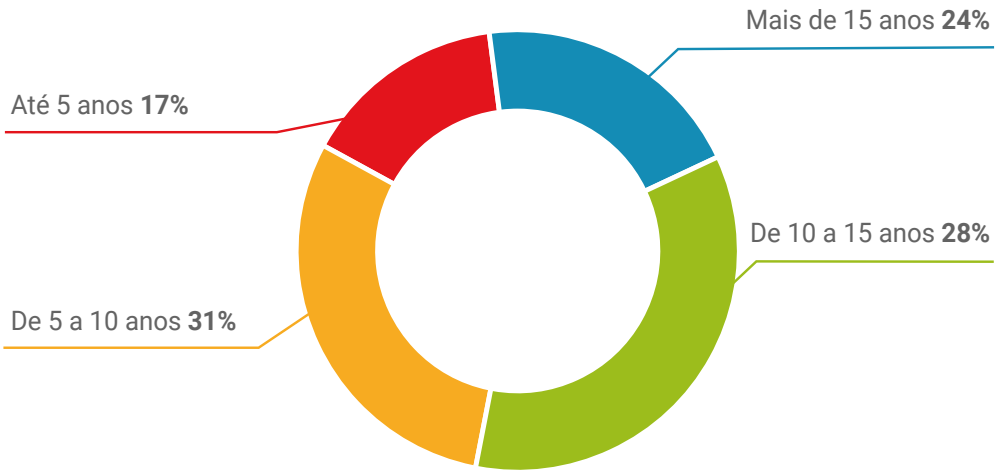
Este Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo foi concebido para profissionais e alunos de várias disciplinas académicas que desejam aprofundar o novo cenário que surge no mundo do luxo, aplicando tecnologias de ponta à sua metodologia de trabalho diária. A maioria dos alunos partilha a mesma aspiração: conseguir um emprego melhor graças a um ensino inovador e de primeira classe. Estas aspirações são recompensadas graças à grande equipa educativa e profissional que apoia o trabalho da TECH.

Impulsione o mercado online das principais marcas de luxo e coloque o seu nome entre os dos melhores profissionais do setor"

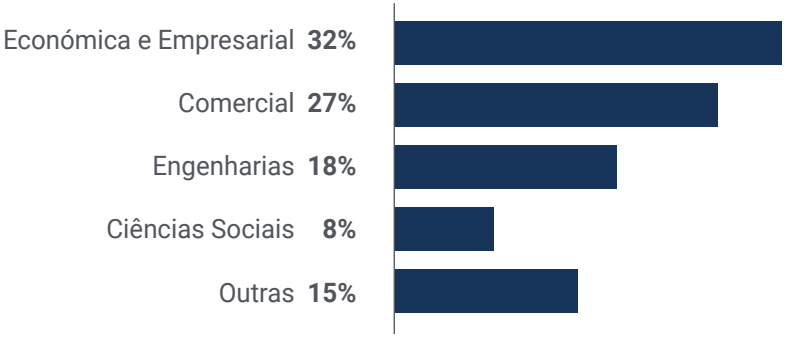
Idade média

Entre **35** e **45** anos

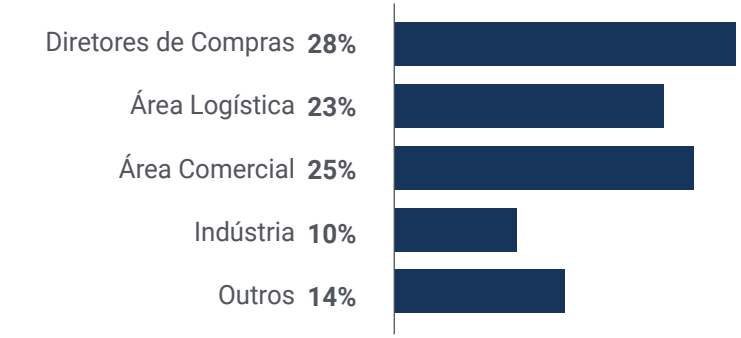
Anos de experiência



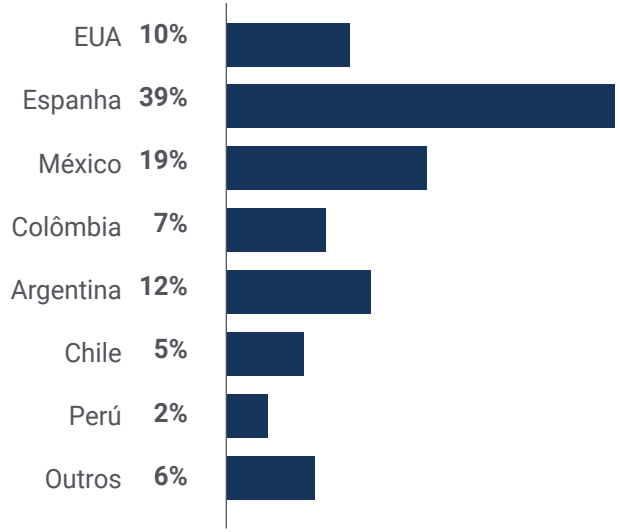
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Rodrigo Ruiz Palomo

Consultor de SEO

"Graças a este Curso de Especialização da TECH, pude aplicar as estatísticas web ao mercado de luxo, um setor que era estranho à minha experiência profissional até há pouco tempo, o que requer conhecimentos específicos quando se trata de estabelecer métricas excecionais na estratégia de uma marca exclusiva. Como Diretor Executivo, penso que o Curso de Especialização é um grande sucesso"

08

Direção do curso

O corpo docente do Curso de Especialização inclui especialistas de renome no domínio do Marketing e da Moda orientados para o luxo que trazem para este plano de estudos a experiência dos seus anos de trabalho e a ligação que mantiveram ao longo das suas carreiras com este ambiente exclusivo. Para além disso, outros especialistas reconhecidos em áreas relacionadas participam na sua conceção e elaboração, completando o Curso de Especialização de forma interdisciplinar, tornando-o numa experiência académica única para o aluno.

Desenvolverá com especialistas as competências analíticas que fazem a diferença num ambiente criativo graças à automatização do marketing"

Diretor Convidado Internacional

Andrea La Sala é um **executivo** de **Marketing experiente** cujos Projetos tiveram um **impacto significativo** no **ambiente da Moda**. Ao longo da sua carreira de sucesso, desenvolveu diferentes tarefas relacionadas com o **Produto, o Merchandising e a Comunicação**. Tudo isto, ligado a marcas de prestígio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre outras.

Os resultados deste executivo **internacional de alto nível** estão ligados à sua capacidade comprovada de sintetizar informações em quadros claros e executar **ações concretas** alinhadas com objetivos **comerciais específicos**. Além disso, é reconhecido pela sua **proatividade e adaptação a ritmos de trabalho acelerados**. A tudo isto, junta uma **forte consciência comercial, visão de mercado** e uma **paixão genuína** pelos **produtos**.

Como **Diretor Global de Marca e Merchandising** na **Giorgio Armani**, supervisionou uma variedade de **estratégias de Marketing** para **vestuário** e **acessórios**. As suas táticas também se centraram no **retalho** e nas **necessidades** e **comportamento dos consumidores**. Nesta função, La Sala também foi responsável por moldar o marketing de produtos em diferentes mercados, actuando como **chefe de equipa** nos **departamentos de Design, Comunicação e Vendas**.

Por outro lado, em empresas como a **Calvin Klein** ou o **Gruppo Coin**, realizou Projetos para promover a **estrutura**, o **desenvolvimento** e a **comercialização** de **diferentes coleções**. Foi também responsável pela criação de **calendários eficazes** para **campanhas** de compra e venda. Também geriu as **condições**, os **custos**, os **processos** e os **prazos de entrega** de diferentes operações.

Estas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos **líderes empresariais** de topo e mais qualificados no setor da **Moda** e do **Luxo**. Uma elevada capacidade de gestão com a qual conseguiu implementar eficazmente o **posicionamento positivo** de **diferentes marcas** e redefinir os seus indicadores-chave de desempenho (KPI).

Sr. La Sala, Andrea

- Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange em Giorgio Armani, Milão, Itália
- Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- Responsável de Marca no Grupo Coin
- Diretor de Marca na Dolce&Gabbana
- Brand Manager em Sergio Tacchini S.p.A
- Analista de Mercado na Fastweb
- Licenciado em Gestão e Economia pela Universidade de Estudos do Piemonte Oriental

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"

Direção

Dra. María García Barriga

- Profissional de marketing digital
- Mais de 15 anos de experiência na produção de conteúdos em diferentes áreas: logística e distribuição, moda e literatura ou conservação do património artístico
- Trabalhou em grandes meios de comunicação social como a RTVE e a Telemadrid
- Licenciatura em Ciências da Informação pela UCM
- Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo pela UCM
- MBA da ISEM Fashion Business School, a Escuela de Negocios de Moda da Universidade de Navarra
- Candidata a Doutoramento em Criação de Tendências da Moda
- Autora de "El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda"

Professores

Sra. Camila Villamil Navarro

- Jornalista e criadora de conteúdos de moda e tendências para o jornal El Tiempo
- Consultora em ações de formação, conferências ou palestras sobre comunicação de moda, conteúdos de redes sociais, imagem e marca pessoal. Trabalhou em diferentes tipos de projetos com importantes marcas do setor como Coach, TOUS, Swarovski, Tommy Hilfiger, Desigual, Estée Lauder, Lancome, Natura, Rosa Clará, ALDO, Falabella e Emporio Armani, entre outras
- É professora de Jornalismo de Moda e Personal Branding na Faculdade de Comunicação da Universidad de La Sabana e coordenadora do Curso de Comunicação e Jornalismo de Moda
- Lecionou Jornalismo de Moda e Redes Sociais e Moda
- Professora em áreas como as Relações Públicas e a Organização de Eventos. Em 2019, lecionou o primeiro curso "Latin American Fashion: Growth, Evolution and Opportunities" aos alunos da Emporia State University, no Kansas
- Comunicadora social e jornalista formada pela Universidad de La Sabana
- Foi repórter das semanas da moda mais importantes (Nova Iorque, Milão e Paris). Também se dedicou à cobertura e investigação do crescimento da moda latino-americana. Participou em semanas da moda no México, Panamá, Brasil, Argentina, Uruguai e, claro, na Colômbia

Dra. María Tapias Fraile

- Trabalhou durante mais de 7 anos em várias instituições públicas e nos departamentos de comunicação online de várias organizações
- Editora e revisora de textos para livros e publicações
- Publicou artigos e críticas em diversos meios de comunicação social (La Gaceta, La Razón e Nueva Revista)
- Licenciatura em Jornalismo (CU Villanueva - Universidade Complutense de Madrid)
- Mestrado em Jornalismo de Investigação (Universidade Complutense de Madrid)
- Programa de Gestão de Campanhas Eleitorais (IESE Business School - UNAV)

Doutora Paula Gárgoles Saes

- Doutoramento, jornalista e investigadora especializada em Moda e Comunicação
- Professora investigadora na Escuela de Comunicación e Diretora da Academia de Comunicação Empresarial na Universidade Panamericana, Cidade do México
- Professora em estabelecimentos de ensino superior reconhecidos na Faculdade de Comunicação
- Consultora de comunicação e Sustentabilidade no Ethical Fashion Space, Cidade do México
- Consultora de Sustentabilidade na COINTEGRA, Madrid
- Estágio de investigação na Faculty Textile Technology University of Zagreb
- Departamento de Comunicação do ISEM Fashion Business School, Madrid
- Jornalista de moda na agência Europa Press e para a revista digital Asmoda
- Doutoramento em Criatividade Aplicada. Universidade de Navarra
- Doutoramento (cum laude), ISEM Fashion Business School, Madrid
- Licenciatura em Jornalismo. Universidade Complutense de Madrid
- Executive Fashion MBA pela ISEM Fashion Business School
- Especialização em moda no Fashion Institute of Technology em Nova Iorque e no laboratório de tendências Future Concept Lab em Milão

09

Impacto para a sua carreira

A TECH está ciente de todas as dificuldades que os alunos podem enfrentar ao frequentarem um Curso de Especialização desta natureza, sejam elas de ordem financeira ou pessoal. É por isso que fazemos todos os esforços para adaptar o ensino ao aluno, facilitando a sua formação com um formato 100% online que lhe dá a flexibilidade de adaptar o material didático aos seus próprios horários e interesses.

Não perca a oportunidade de obter uma melhoria considerável das suas condições profissionais e inscreva-se agora mesmo neste Curso de Especialização"

Se pretende alcançar uma mudança positiva na sua profissão, o Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo ajudá-lo-á a alcançá-la.

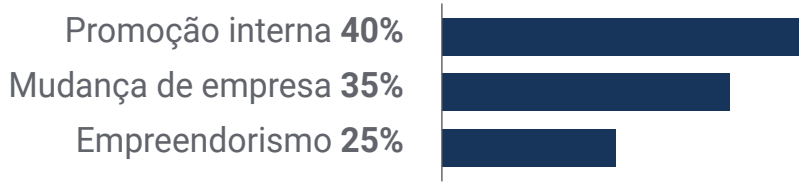
Pronto para progredir?
Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo da TECH prepara os alunos para o desenvolvimento, planeamento e execução de campanhas publicitárias relacionadas com o mundo da moda e do luxo, nas quais, além disso, as últimas tendências tecnológicas são aplicadas para que o sucesso seja garantido. Isto leva o aluno ao nível profissional seguinte, com competências que o distinguirão formidavelmente dos seus pares.

Não perca a oportunidade que a TECH lhe oferece e invista no seu futuro.

Momento de mudança

Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento salarial de mais de **25,22%** para os nossos estudantes

Salário anual anterior	Aumento salarial anual de	Salário anual posterior
77.000 €	**25,22%**	**96.419 €**

10

Benefícios para a sua empresa

O Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo contribui para aumentar as possibilidades dos alunos, uma avaliação que as empresas devem ter em conta para dispor de uma equipa do mais alto nível. Quanto mais bem formados forem os seus profissionais, maior será a probabilidade de sucesso, mais vendas e mais motivado será o grupo. Está provado que uma grande equipa impulsiona a concretização de objetivos, pelo que a formação de especialistas na mesma empresa contribui para o crescimento profissional do seu pessoal, apostando assim, como a TECH, pela excelência. Por conseguinte, este Curso de Especialização é uma oportunidade única para as empresas terem os melhores profissionais na sua equipa e cumprirem os objetivos estabelecidos.

Depois de frequentar este Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo, será capaz de dar à sua empresa uma nova visão empresarial no mundo do marketing do luxo e da moda"

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo.

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.

11

Certificação

O Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.

Conclua este Curso de Especialização com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias"

Este **Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Curso de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica.**

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo**

Modalidade: **online**

Duração: **6 meses**

ECTS: **18 ECTS**

tech universidade tecnológica

Concede o presente

CERTIFICADO

a

Sr./Sra. _____ com o documento de identificação nº_____

Por ter completado e certificado com sucesso o

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO

em

Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo

Este é um certificado atribuído por esta Universidade, reconhecido por 18 ECTS e equivalente a 450 horas, com data de início a dd/mm/aaaaa e data de conclusão a dd/mm/aaaaa.

A TECH é uma Instituição Privada de Ensino Superior reconhecida pelo Ministério da Educação Pública a partir de 28 de junho de 2018.

A 17 de junho de 2020

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

tech universidade tecnológica

Curso de Especialização

Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo

- Modalidade: **online**
- Duração: **6 meses**
- Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- Créditos: **18 ECTS**
- Horário: **ao seu próprio ritmo**
- Exames: **online**

Curso de Especialização

Automatização de Marketing para a Moda e o Luxo

tech universidade tecnológica