

Experto Universitario

Customer Experience de Lujo y Moda





Experto Universitario Customer Experience de Lujo y Moda

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
- » Dedicación: **16h/semana**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**
- » Dirigido a: **profesionales pertenecientes a diversas disciplinas académicas que deseen profundizar en el nuevo escenario que se plantea en el universo del lujo, sus oportunidades de crecimiento y comercialización**

Acceso web: www.techtitute.com/escuela-de-negocios/experto-universitario/experto-customer-experience-lujo-moda

Índice

01

Bienvenida

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 6

03

¿Por qué nuestro programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estructura y contenido

pág. 18

06

Metodología

pág. 26

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 34

08

Dirección del curso

pág. 38

09

Impacto para tu carrera

pág. 44

10

Beneficios para tu empresa

pág. 48

11

Titulación

pág. 52

01 Bienvenida

El creciente desarrollo de productos de lujo destinados al continente asiático, nos invita a realizar un viaje a través del tiempo que nos muestra cómo un mismo modelo de negocio evoluciona con arreglo al periodo histórico y la situación geográfica en la que se desarrolla. Con este programa, el alumno descubrirá los aspectos clave que definen el proceso de decisión de compra del consumidor de lujo. Así, podrá amoldar sus propios proyectos y decisiones empresariales hacia este tipo de consumidor, observando su estilo de vida. Todo ello adentrándose en contenido exclusivo y complementario de Masterclasses impartidas por un respetado docente de talla internacional. Se trata por tanto de un gran impulso de calidad a la trayectoria profesional de los propios alumnos.



Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda
TECH Universidad Tecnológica



“

Profundiza en los pilares del marketing para impulsar la industria del lujo a través de las Masteclasses exclusivas que garantizan una Customer Experience de cinco estrellas”

02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor escuela de negocio 100% online del mundo. Se trata de una Escuela de Negocios de élite, con un modelo de máxima exigencia académica. Un centro de alto rendimiento internacional y de entrenamiento intensivo en habilidades directivas.



“

TECH es una universidad de vanguardia tecnológica, que pone todos sus recursos al alcance del alumno para ayudarlo a alcanzar el éxito empresarial”

En TECH Universidad Tecnológica



Innovación

La universidad ofrece un modelo de aprendizaje en línea que combina la última tecnología educativa con el máximo rigor pedagógico. Un método único con el mayor reconocimiento internacional que aportará las claves para que el alumno pueda desarrollarse en un mundo en constante cambio, donde la innovación debe ser la apuesta esencial de todo empresario.

“Caso de Éxito Microsoft Europa” por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivideo interactivo.



Máxima exigencia

El criterio de admisión de TECH no es económico. No se necesita realizar una gran inversión para estudiar en esta universidad. Eso sí, para titularse en TECH, se podrán a prueba los límites de inteligencia y capacidad del alumno. El listón académico de esta institución es muy alto...

95%

de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito



Networking

En TECH participan profesionales de todos los países del mundo, de tal manera que el alumno podrá crear una gran red de contactos útil para su futuro.

+100.000

directivos capacitados cada año

+200

nacionalidades distintas



Empowerment

El alumno crecerá de la mano de las mejores empresas y de profesionales de gran prestigio e influencia. TECH ha desarrollado alianzas estratégicas y una valiosa red de contactos con los principales actores económicos de los 7 continentes.

+500

acuerdos de colaboración con las mejores empresas



Talento

Este programa es una propuesta única para sacar a la luz el talento del estudiante en el ámbito empresarial. Una oportunidad con la que podrá dar a conocer sus inquietudes y su visión de negocio.

TECH ayuda al alumno a enseñar al mundo su talento al finalizar este programa.



Contexto Multicultural

Estudiando en TECH el alumno podrá disfrutar de una experiencia única. Estudiará en un contexto multicultural. En un programa con visión global, gracias al cual podrá conocer la forma de trabajar en diferentes lugares del mundo, recopilando la información más novedosa y que mejor se adapta a su idea de negocio.

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.

TECH busca la excelencia y, para ello, cuenta con una serie de características que hacen de esta una universidad única:



Análisis

En TECH se explora el lado crítico del alumno, su capacidad de cuestionarse las cosas, sus competencias en resolución de problemas y sus habilidades interpersonales.



Excelencia académica

En TECH se pone al alcance del alumno la mejor metodología de aprendizaje online. La universidad combina el método *Relearning* (metodología de aprendizaje de posgrado con mejor valoración internacional) con el Estudio de Caso. Tradición y vanguardia en un difícil equilibrio, y en el contexto del más exigente itinerario académico.



Economía de escala

TECH es la universidad online más grande del mundo. Tiene un portfolio de más de 10.000 posgrados universitarios. Y en la nueva economía, **volumen + tecnología = precio disruptivo**. De esta manera, se asegura de que estudiar no resulte tan costoso como en otra universidad.



Aprende con los mejores

El equipo docente de TECH explica en las aulas lo que le ha llevado al éxito en sus empresas, trabajando desde un contexto real, vivo y dinámico. Docentes que se implican al máximo para ofrecer una especialización de calidad que permita al alumno avanzar en su carrera y lograr destacar en el ámbito empresarial.

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.



En TECH tendrás acceso a los análisis de casos más rigurosos y actualizados del panorama académico”

03

¿Por qué nuestro programa?

Realizar el programa de TECH supone multiplicar las posibilidades de alcanzar el éxito profesional en el ámbito de la alta dirección empresarial.

Es todo un reto que implica esfuerzo y dedicación, pero que abre las puertas a un futuro prometedor. El alumno aprenderá de la mano del mejor equipo docente y con la metodología educativa más flexible y novedosa.



“

Contamos con el más prestigioso cuadro docente y el temario más completo del mercado, lo que nos permite ofrecerte una capacitación de alto nivel académico”

Este programa aportará multitud de ventajas laborales y personales, entre ellas las siguientes:

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

Estudiando en TECH el alumno podrá tomar las riendas de su futuro y desarrollar todo su potencial. Con la realización de este programa adquirirá las competencias necesarias para lograr un cambio positivo en su carrera en poco tiempo.

El 70% de los participantes de esta especialización logra un cambio positivo en su carrera en menos de 2 años.

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

TECH ofrece una profunda visión de dirección general para entender cómo afecta cada decisión a las distintas áreas funcionales de la empresa.

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

Estudiar en TECH supone abrir las puertas de hacia panorama profesional de gran envergadura para que el alumno se posicione como directivo de alto nivel, con una amplia visión del entorno internacional.

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

Durante el programa se muestran las últimas tendencias, avances y estrategias, para que el alumno pueda llevar a cabo su labor profesional en un entorno cambiante.

El 45% de los alumnos consigue ascender en su puesto de trabajo por promoción interna.

05

Acceso a una potente red de contactos

TECH interrelaciona a sus alumnos para maximizar las oportunidades. Estudiantes con las mismas inquietudes y ganas de crecer. Así, se podrán compartir socios, clientes o proveedores.

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

El alumno obtendrá una profunda visión estratégica que le ayudará a desarrollar su propio proyecto, teniendo en cuenta las diferentes áreas de la empresa.

El 20% de nuestros alumnos desarrolla su propia idea de negocio.

07

Mejorar soft skills y habilidades directivas

TECH ayuda al estudiante a aplicar y desarrollar los conocimientos adquiridos y mejorar en sus habilidades interpersonales para ser un líder que marque la diferencia.

Mejora tus habilidades de comunicación y liderazgo y da un impulso a tu profesión.

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

El alumno formará parte de una comunidad de directivos de élite, grandes empresas, instituciones de renombre y profesores cualificados procedentes de las universidades más prestigiosas del mundo: la comunidad TECH Universidad Tecnológica.

Te damos la oportunidad de especializarte con un equipo de profesores de reputación internacional.

04 Objetivos

Este programa está diseñado para potenciar el trato al cliente y los distintos atributos de la moda y el lujo gracias a las herramientas del Marketing, una cuestión en continua readaptación, y un conocimiento profundo de los hábitos y modo de vida del cliente. El alumno de este Experto Universitario será capaz de evaluar el impacto de los legados culturales en las campañas de Marketing y el producto del lujo, así como adentrarse en la psicología del consumidor, entendiendo todo lo que rodea al mundo de la moda y los mensajes de venta que produce. Así, adquirirá las herramientas necesarias para entender qué papel ocupa su puesto en una empresa que vende exclusividad.



“

Para atender al cliente de moda hay que detenerse en conceptos como apariencia, estilo de vida y tendencias afines al gusto. Afianza tu liderazgo en este sector conociendo en profundidad a sus clientes”

**TECH hace suyos los objetivos de sus alumnos.
Trabajan conjuntamente para conseguirlos.**

El Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda capacita al alumno para:

01

Entender los impactos de los legados culturales en las campañas de Marketing, el producto del lujo y en la psicología del consumidor, entendiendo que una prenda en venta es sólo un mensaje visual que se lanza directamente al subconsciente de una sociedad

03

Conocer cuáles son las etapas del proceso de compra del consumidor y cuáles son los aspectos psicológicos y sociales que pueden afectar al comportamiento del mismo

02

Detectar el comportamiento de compra del consumidor del lujo y Saber cuáles son los motivos, deseos, necesidades o razones que conducen al consumidor a comprar un producto o servicio

04

Identificar los indicios de cambio y convertirlos en una oportunidad gracias a la elaboración de un informe de tendencias predictivo que minimice riesgo y optimice recursos antes que nuestros competidores. Entender cómo estos conocimientos pueden suponer una ventaja competitiva para una empresa o marca



05

Entender cómo se construye la estrategia de Marketing de las marcas para que las campañas sean más efectivas y cómo ésta se relaciona en un ejercicio de percepción, interpretación y proyección visual con la identidad del receptor de ese mensaje que emitimos en forma de vestido, camiseta, accesorio, perfume, automóvil, decoración o servicios *luxury*

07

Conocer y utilizar terminologías adecuadas fundamentales tanto interna como externamente



06

Adquirir conocimientos necesarios para poder aplicar diferentes estrategias de Marketing en función del producto, la marca y/o la empresa

08

Comprender la importancia de realizar un trabajo de análisis e introspección de la compañía previo a marcar nuestros objetivos y planificar y diseñar una óptima campaña de Marketing para obtener los mejores resultados

05

Estructura y contenido

El programa de este Experto Universitario está elaborado por varios profesionales del sector de la moda, el Marketing y relacionados, que han volcado sus conocimientos y experiencia en un temario completo y actualizado. Contempla las últimas novedades de la industria, con especial hincapié en las nuevas tecnologías. Su formato 100% online permitirá al alumno estudiarlo en el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses, en un plazo de 6 meses. Tras egresar, el profesional dominará las herramientas para lograr una experiencia satisfactoria en la clientela más selecta.



“

*Tomarás mejores decisiones directivas
atendiendo a clientes de lujo gracias a los
conocimientos de este Experto Universitario”*

Plan de estudios

El Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda de TECH Universidad Tecnológica prepara al alumno para dominar, a nivel experto, la atención al cliente enfocada a un consumidor exclusivo.

El contenido del programa está pensado para favorecer el desarrollo de las altas competencias que demanda este servicio, además de darle la oportunidad al alumno de crecer profesionalmente en este sector con metodologías y aptitudes necesarias en cualquier líder del sector de la moda.

Así, este Experto Universitario trata en profundidad los fundamentos del trato y la fidelización del cliente, los entornos en los que se aplica y el dominio del universo digital, potenciado tras el impacto del COVID-19. Con todo, los mejores expertos del sector han diseñado un plan de estudios en el que han sintetizado el contenido que el profesional debe conocer, para que el alumno alcance la excelencia en un ámbito tan competitivo como el de la moda y el lujo.

Este Experto Universitario se desarrolla a lo largo de 6 meses y se divide en 3 módulos:

Módulo 1

Moda y lujo en Europa y Asia

Módulo 2

Customer centric strategy & Predictive Marketing

Módulo 3

Nuevas experiencias en el universo de la moda y el lujo

¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH le ofrece la posibilidad de desarrollar este Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la capacitación, podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionarse usted mismo su tiempo de estudio.

Actualiza tu portfolio de conocimientos para estar al tanto de los últimos movimientos de negocio en el sector de moda y lujo.



Módulo 1. Moda y lujo en Europa y Asia

1.1. El progreso en Europa

- 1.1.1. El verdadero legado del lujo
- 1.1.2. Las apariencias como distinción social
- 1.1.3. El individualismo y el progreso

1.2. Hacia un nuevo lujo

- 1.2.1. El arte asociado al lujo
- 1.2.2. El estilo italiano
- 1.2.3. El placer personal y el placer social

1.3. El impacto del consumismo en Francia

- 1.3.1. La austeridad frente a la alegría de comprar
- 1.3.2. Líderes de opinión en moda: Madame Pompadour
- 1.3.3. Las claves vigentes de la primera *influencer*: María Antonieta

1.4. La relevancia de la artesanía española

- 1.4.1. *Know How* del taller español
- 1.4.2. Las boutiques como centros de interacción social
- 1.4.3. La extensión del lujo a todas las clases sociales

1.5. La influencia de las élites en la industria

- 1.5.1. Los ciudadanos de primera y los supervivientes de segunda
- 1.5.2. Poiret y su idea de la moda
- 1.5.3. La Alta Costura como símbolo de distinción

1.6. Una mujer nueva: una mujer de moda

- 1.6.1. El fin de los uniformes, el fin de la guerra y la posguerra
- 1.6.2. La revolución creativa como modelo de negocio en Chanel
- 1.6.3. La era de los grandes diseñadores: de Dior a Givenchy

1.7. La democratización de la industria de la moda y el lujo

- 1.7.1. La minifalda
- 1.7.2. La superficialidad y el placer personal
- 1.7.3. El lujo como generador de cultura

1.8. El legado del mercado asiático

- 1.8.1. La ostentación silenciosa de los emperadores asiáticos
- 1.8.2. La ruta de la seda
- 1.8.3. La apertura hacia el mundo occidental

1.9. La experiencia sensorial en Oriente Medio

- 1.9.1. Los tesoros de la arquitectura y la naturaleza: palacios y jardines
- 1.9.2. La exhibición de la riqueza: la época del oro
- 1.9.3. Los centros comerciales de lujo, perfumes y especias

1.10. La exclusividad: el vestido como obra de arte

- 1.10.1. Las exigencias de una obra de arte
- 1.10.2. Los altos estándares de la exclusividad
- 1.10.3. Exposiciones temporales: el lujo como testimonio histórico y escaparate de las grandes marcas

Módulo 2. Customer centric strategy & predictive Marketing**2.1. Fashion Engagement**

- 2.1.1. El estilo de vida del cliente de lujo
- 2.1.2. La identidad individual y la proyección hacia la marca
- 2.1.3. El impacto del lenguaje visual

2.2. El compromiso en los clientes del lujo

- 2.2.1. El estilo de vida del cliente del lujo: valores y prioridades
- 2.2.2. Las dinámicas de consumo en el universo del lujo
- 2.2.3. Descubriendo el *retail* y el *e-tail* del lujo

2.3. Tendencias en los milenials Y Z: prosumidores

- 2.3.1. Las nuevas preferencias de compra
- 2.3.2. La participación y el prosumidor
- 2.3.3. El hábito de compra en la industria del lujo

2.4. El nuevo Customer Journey de la moda y el lujo

- 2.4.1. La toma de decisiones en la compra de artículos de lujo
- 2.4.2. La recogida de información y la decisión de compra
- 2.4.3. La evaluación del producto y el servicio postventa

2.5. Nuevas preferencias del consumidor del lujo

- 2.5.1. El ritmo de las tendencias en la moda
- 2.5.2. Los hábitos de consumo en el nuevo escenario
- 2.5.3. ¿Quién manda en el sector del lujo?

2.6. Actual comportamiento del consumidor de moda con respecto a las tendencias

- 2.6.1. Novedad, tendencia y *hype*
- 2.6.2. Macrotendencias y microtendencias
- 2.6.3. El ciclo de difusión y la teoría de la innovación del diseño

2.7. Big Data & Predictive Marketing

- 2.7.1. Entre el arte y la ciencia
- 2.7.2. La interpretación científica de los hechos sociales
- 2.7.3. Marketing predictivo

2.8. Marketing experiencial en la industria del perfume

- 2.8.1. La belleza como puerta de entrada al lujo
- 2.8.2. La experiencia multisensorial
- 2.8.3. Ecocosmética y marcas nicho

2.9. Dinámicas del concept store: branding fuera del producto

- 2.9.1. La comercialización a través de un valor intangible
- 2.9.2. Arte, cultura y diseño en un espacio físico
- 2.9.3. El formato digital de la experiencia de usuario

2.10. Tendencias de consumo post COVID-19 de moda y lujo

- 2.10.1. Los cambios irreversibles tras la pandemia
- 2.10.2. Las compras del futuro
- 2.10.3. La integración de la tecnología y la sostenibilidad en la mente del nuevo consumidor

Módulo 3. Nuevas experiencias en el universo de la moda y el lujo

3.1. Haute couture management

- 3.1.1. Fashion Weeks y alta costura
- 3.1.2. Timing en la industria del lujo
- 3.1.3. Patrones post-COVID

3.2. Fashion Event Management

- 3.2.1. Gestión de eventos de lujo
- 3.2.2. Los imprescindibles nacionales e internacionales
- 3.2.3. Evaluación y retorno B2B

3.3. Luxury fashion trends

- 3.3.1. Slow Fashion: reinención de los ciclos de la moda
- 3.3.2. El Eco Lujo: cuando la sostenibilidad entra en juego
- 3.3.3. KPI's estratégicos para marcas sostenibles

3.4. Analytics Marketing

- 3.4.1. Diagnóstico de situación: una marca de moda en el mercado del lujo
- 3.4.2. Objetivos reales y alcanzables
- 3.4.3. Métricas para el replanteamiento de la estrategia

3.5. Técnicas de análisis de capacidad

- 3.5.1. Los recursos disponibles: captación, fidelización y atención al cliente
- 3.5.2. Indicadores de evaluación de la capacidad empresarial
- 3.5.3. Gestión y explotación de la realidad

3.6. Del análisis DAFO al Océano Azul

- 3.6.1. La industria de la moda, la industria del lujo
- 3.6.2. Aplicación del análisis DAFO y la matriz de Rice
- 3.6.3. El epicentro del Océano Azul

3.7. Marketing personalizado en el mercado del lujo

- 3.7.1. Alineación entre cliente y campaña
- 3.7.2. Mensajes clave según el tipo de cliente
- 3.7.3. La estrategia de comunicación de las marcas de moda

3.8. La orquesta omnicanal tras la pandemia

- 3.8.1. Armonía en la integración de canales
- 3.8.2. Optimización del canal offline
- 3.8.3. Ventajas del canal online

3.9. Del pensamiento estratégico a las acciones tácticas en Haute Couture

- 3.9.1. Táctica aplicada a la moda en el sector del lujo
- 3.9.2. Materializar el pensamiento
- 3.9.3. Integración de la táctica en el conjunto de la estrategia

3.10. Métricas para la evaluación de las campañas de Marketing de alta costura

- 3.10.1. Los resultados, las impresiones en cifras
- 3.10.2. Análisis avanzado
- 3.10.3. La reformulación de la estrategia



06

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”

TECH Business School emplea el Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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”



Este programa te prepara para afrontar retos empresariales en entornos inciertos y lograr el éxito de tu negocio.



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0 para proponerle al directivo retos y decisiones empresariales de máximo nivel, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y empresarial más vigente.

“ *Aprenderás, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales* ”

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 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

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

Nuestro sistema online te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios. Podrás acceder a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o móvil con conexión a internet.

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 escuela de negocios 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, combinamos 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 especialización, 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 y 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 directivas

Realizarán actividades de desarrollo de competencias directivas específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un alto directivo 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 casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas en alta dirección 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.



07

Perfil de nuestros alumnos

Este Experto Universitario está pensado para profesionales y estudiantes pertenecientes a diversas disciplinas académicas que deseen profundizar en el nuevo escenario que se plantea en el universo del lujo, aquellos que sean capaces de plantear retos y oportunidades de crecimiento y comercialización, enfocados 100% al cliente. Por ello el alumnado es diverso y proveniente de distintos sectores con intereses en común: el Marketing, la moda y el lujo.

Esta diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa. El desarrollo de un conocimiento profundo sobre el Marketing en la industria del lujo les capacitará para encontrar el equilibrio entre talento creativo y analítico y afrontar con agilidad los cambios económicos y sociales, ofreciendo el mejor servicio.





“

Este Experto Universitario es la oportunidad que estabas buscando para dar el salto definitivo hacia el frente empresarial del sector del lujo y atención al cliente”

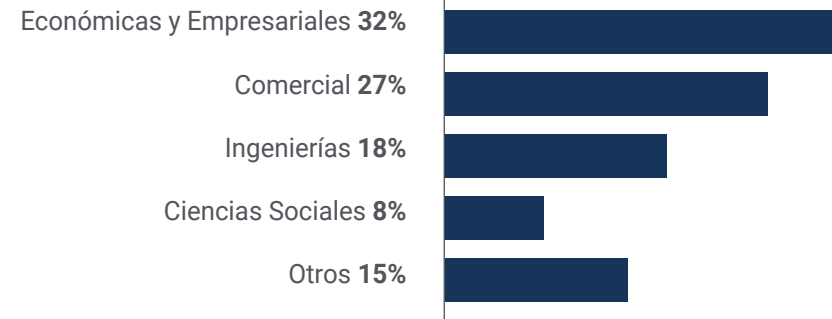
Edad media

Entre **35** y **45** años

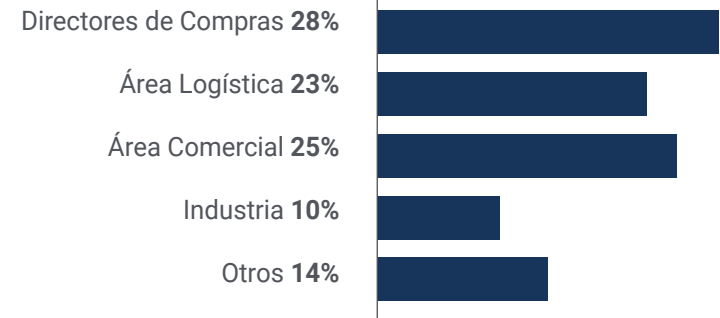
Años de experiencia



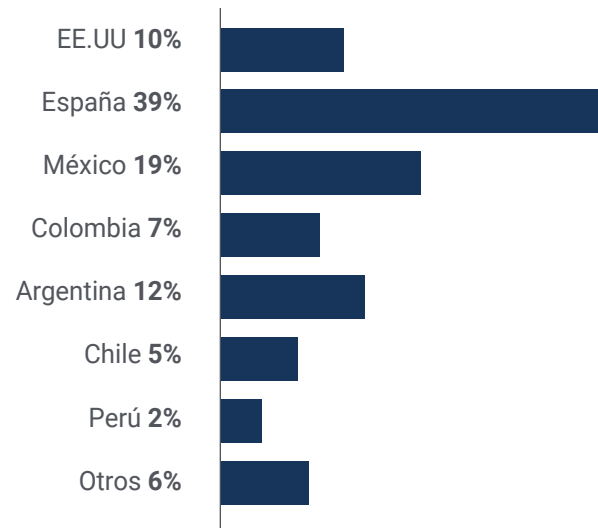
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica



Esther Asensio

Dueña de tienda multimarca de lujo

“A raíz de la situación que generó el Covid-19 en mi comercio sentí la necesidad de trasladar el exquisito trato que mi equipo da a los clientes en la tienda también a través de plataformas online como la web o redes sociales con el mismo enfoque personalizado. Este Experto Universitario nos dió las herramientas para lograrlo”

08

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en el ámbito del Marketing y de la Moda orientados hacia el lujo, que vierten en este plan de estudios propuesto la experiencia de sus años laborales y el vínculo que a lo largo de su trayectoria profesional han mantenido con este entorno exclusivo. También participan en su diseño y elaboración, otros expertos de reconocido prestigio en áreas afines que completan el temario del programa de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo en una experiencia única a nivel académico para el alumno.



“

Para tratar a un cliente que consume lujo es esencial conocer su perfil sin caer en las etiquetas. Los docentes de este Experto te guían a que su experiencia sea más que satisfactoria”

Director Invitado Internacional

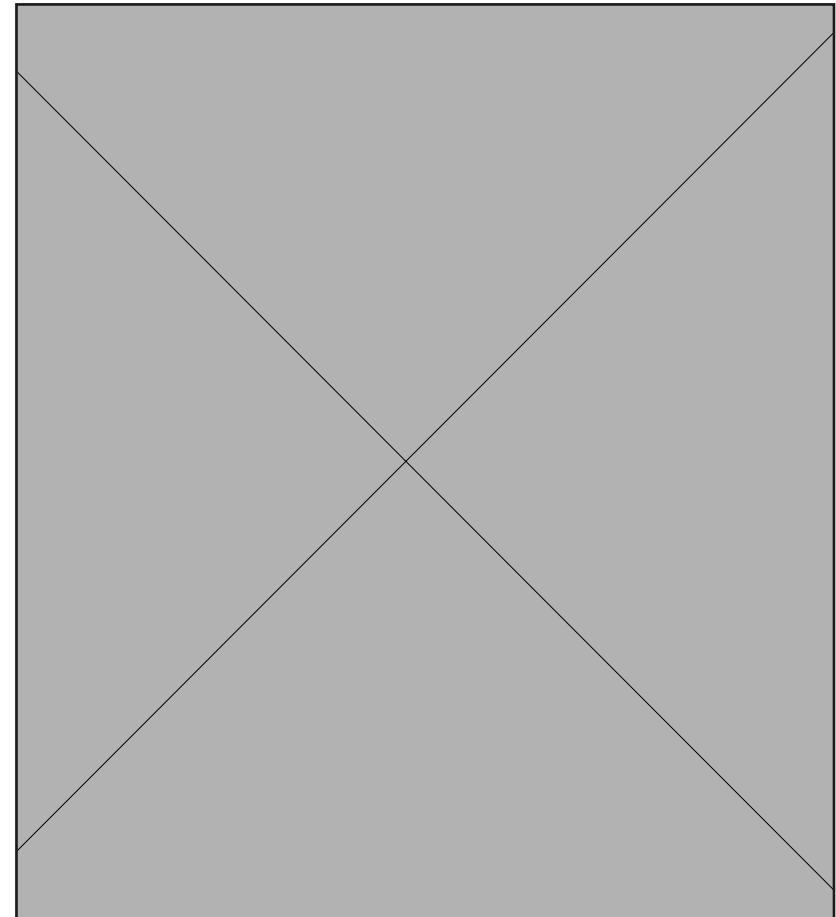
Andrea La Sala es un experimentado ejecutivo del Marketing cuyos proyectos han tenido un **significativo impacto en el entorno de la Moda**. A lo largo de su exitosa carrera ha desarrollado disímiles tareas relacionadas con **Productos, Merchandising y Comunicación**. Todo ello ligado a marcas de prestigio como **Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein**, entre otras.

Los resultados de este directivo de **alto perfil internacional** han estado vinculados a su probada capacidad para **synetizar información** en marcos claros y ejecutar **acciones concretas** alineadas a objetivos **empresariales específicos**. Además, es reconocido por su **proactividad y adaptación a ritmos acelerados** de trabajo. A todo ello este experto adiciona una **fuerte conciencia comercial, visión de mercado y una auténtica pasión por los productos**.

Como **Director Global de Marca y Merchandising en Giorgio Armani**, ha supervisado disímiles **estrategias de marketing para ropas y accesorios**. Asimismo, sus tácticas han estado centradas en el **ámbito minoristas y las necesidades y el comportamiento del consumidor**. Desde este puesto, La Sala también ha sido responsable de configurar la comercialización de productos en diferentes mercados, actuando como **jefe de equipo** en los **departamentos de Diseño, Comunicación y Ventas**.

Por otro lado, en empresas como **Calvin Klein o el Gruppo Coin**, ha emprendido proyectos para impulsar la **estructura, el desarrollo y la comercialización de diferentes colecciones**. A su vez, ha sido encargado de crear **calendarios eficaces para las campañas** de compra y venta. Igualmente, ha tenido bajo su dirección los **términos, costes, procesos y plazos de entrega** de diferentes operaciones.

Estas experiencias han convertido a Andrea La Sala en uno de los principales y más cualificados **líderes corporativos de la Moda y el Lujo**. Una alta capacidad directiva con la que ha logrado implementar de manera eficaz el **posicionamiento positivo de diferentes marcas** y redefinir sus indicadores clave de rendimiento (KPI).



D. La Sala, Andrea

- Director Global de Marca y Merchandising en Giorgio Armani
- Director de Merchandising en Calvin Klein
- Responsable de Marca en Gruppo Coin
- Brand Manager en Dolce & Gabbana
- Brand Manager en Sergio Tacchini S.p.A
- Analista de mercado en Fastweb
- Graduado de Business and Economics en la Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Dirección



Dra. García Barriga, María

- ♦ Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- ♦ Comunicadora en RTVE
- ♦ Comunicadora en Telemadrid
- ♦ Docente Universitaria
- ♦ Autora de *El patrón de la eternidad*, creación de una Identidad en Espiral para la Automatización de Tendencias de Moda
- ♦ Comunicación, Marketing y Campañas Sociales, Patrimonio de las Artes y Marketing Digital
- ♦ Editor en Jefe de Chroma Press
- ♦ Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- ♦ Redactor de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- ♦ Doctorado, Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Posgrado en Marketing y Comunicación en Empresas de Moda y Lujo por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Certificada en *Data Analysis & Creativity* con Python, China
- ♦ MBA *Fashion Business School* en la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Profesores

Dña. Alarcón, Patricia

- ◆ Consultora de Comunicación
- ◆ Fundadora del programa Málaga se cuida en la Cope Málaga
- ◆ Colaboradora del suplemento de Salud del Diario La Razón
- ◆ Project Manager en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga
- ◆ Responsable de Relaciones Institucionales en CIT
- ◆ Directora de Comunicación en el Grupo Quirónsalud en Málaga
- ◆ Colaboradora en Psychologies
- ◆ Colaboradora en AR
- ◆ Colaboradora en Grupo Planeta
- ◆ Colaboradora en Grupo Hearst
- ◆ Miembro del equipo del Servicio de Informativos de la Cadena Cope
- ◆ Técnico de comunicaciones en América's Cup
- ◆ Máster de Formación del Profesorado
- ◆ Grado en Humanidades por la Universidad Internacional de La Rioja
- ◆ Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga

Dña. Molinero Trinchet, Claudia

- ◆ Directora de Proyectos y Productos en Farlabo
- ◆ Asesora de Publicidad y Comunicación Visual para Loewe, Maronnaud y Courel
- ◆ Análisis de Tendencias de la Revista Telva y Yo Dona
- ◆ Máster en Dirección de Empresas de Moda por la Universidad de Navarra
- ◆ Graduada en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad CEU San Pablo

Dña. Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ Especialista en Moda, Editorial y Tendencias
- ◆ Creativa escénica de diferentes obras teatrales, centrándose en la simbología de la imagen
- ◆ Productor y Editor de Moda en varias entidades
- ◆ Consultor Externo de Marketing y Branding en varias entidades
- ◆ Asesora de imagen en varias entidades
- ◆ Gestión de *Showrooms* e implementación de *Concept Stores*
- ◆ Gerente General de Área en Alvato
- ◆ Licenciada en Artes Escénicas por la Escuela Superior de Arte Dramático. Murcia
- ◆ Diplomada en Relaciones Internacionales por el Marketing por el ITC Sraffa. Milán
- ◆ Maestría en Producción de Moda, Editorial y Diseño de Moda por la American Modern School of Design

Dña. Vela Covisa, Susana

- ◆ Directora de la agencia Polka Press Comunicación
- ◆ Fundadora y Directora de la Pasarela Atelier Couture e Impulsora y Coordinadora del espacio Sustainable Experience de MOMAD
- ◆ Profesora y Tutora en diferentes universidades, escuelas de negocio y centros de formación
- ◆ Técnico Superior de Moda, con formación adicional en Moda Sostenible, Especializada en Eco Diseño, Moda y Comunicación

09

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y por supuesto, personal. El objetivo final de llevar a cabo este gran esfuerzo debe ser el de conseguir crecer profesionalmente y ahora más que nunca, es el momento.



“

TECH quiere verte crecer, quiere formar parte de tu éxito profesional. La implicación es máxima para elevar tu nivel y lograr que llegues a alcanzar tus metas laborales”

¿Preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional está esperando

El Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda de TECH es un programa intensivo que prepara a sus alumnos para afrontar retos y decisiones de peso creativas y estratégicas para lograr tus objetivos. Ayudarle a conseguir el éxito no es solo la meta del alumno, también es la de TECH educación de élite para todos.

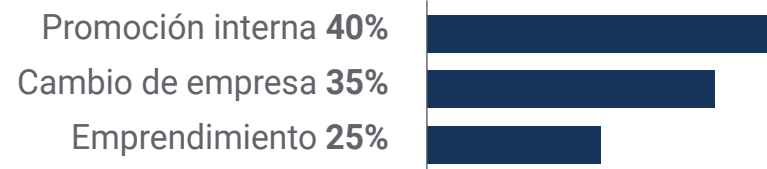
Si quieres lograr un cambio positivo en tu profesión, el Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda te ayudará a conseguirlo.

No dejes pasar la oportunidad que te brinda TECH e invierte en tu futuro.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

La realización de este programa supone para nuestros alumnos un incremento salarial de más del **25,22%**



10

Beneficios para tu empresa

El Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda tiene por objetivo elevar las capacidades de directivos potenciales, una valoración que las empresas han de tener en cuenta para contar con un equipo del más alto nivel y lograr la satisfacción de sus clientes. A mayor capacitación de sus profesionales, más probabilidad de éxito, más ventas y más motivación de grupo. Está demostrado que un gran equipo impulsa la consecución de objetivos, por lo que la preparación de expertos en la misma empresa contribuye al crecimiento profesional de su plantilla, apostando así, como TECH, por la excelencia. Por ello, este programa supone una oportunidad única para que las empresas cuenten con los mejores en su equipo y cumplan con los objetivos marcados.





“

Consigue llegar a los objetivos de venta propuestos y destaca en tu organigrama empresarial gracias a las técnicas específicas de este Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda”

Desarrollar y retener el talento en las empresas es la mejor inversión a largo plazo.

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

El profesional aportará a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que pueden provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

Este programa refuerza el vínculo de la empresa con el profesional y abre nuevas vías de crecimiento profesional dentro de la misma.

03

Construcción de agentes de cambio

Será capaz de tomar decisiones en momentos de incertidumbre y crisis, ayudando a la organización a superar los obstáculos.

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

Gracias a este programa, la empresa entrará en contacto con los principales mercados de la economía mundial.



05

Desarrollo de proyectos propios

El profesional puede trabajar en un proyecto real o desarrollar nuevos proyectos en el ámbito de I+D o Desarrollo de Negocio de su compañía.

06

Aumento de la competitividad

Este programa dotará a sus profesionales de competencias para asumir los nuevos desafíos e impulsar así la organización.

11

Titulación

El Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda** contiene el programa 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 reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda**

N.º Horas Oficiales: **450 h.**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario Customer Experience de Lujo y Moda

- » Modalidad: online
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad Tecnológica
- » Dedicación: 16h/semana
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Customer Experience de Lujo y Moda

