

Experto Universitario

Customer Experience de Lujo y Moda





Experto Universitario Customer Experience de Lujo y Moda

- » Modalidad: **online**
- » Duración: **6 meses**
- » Titulación: **TECH Global University**
- » Acreditación: **18 ECTS**
- » Horario: **a tu ritmo**
- » Exámenes: **online**

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 de estudio

pág. 26

07

Perfil de nuestros alumnos

pág. 36

08

Dirección del curso

pág. 40

09

Impacto para tu carrera

pág. 60

10

Beneficios para tu empresa

pág. 64

11

Titulación

pág. 68

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 Global University



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 Global University



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 multivídeo 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 Global University.

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. 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

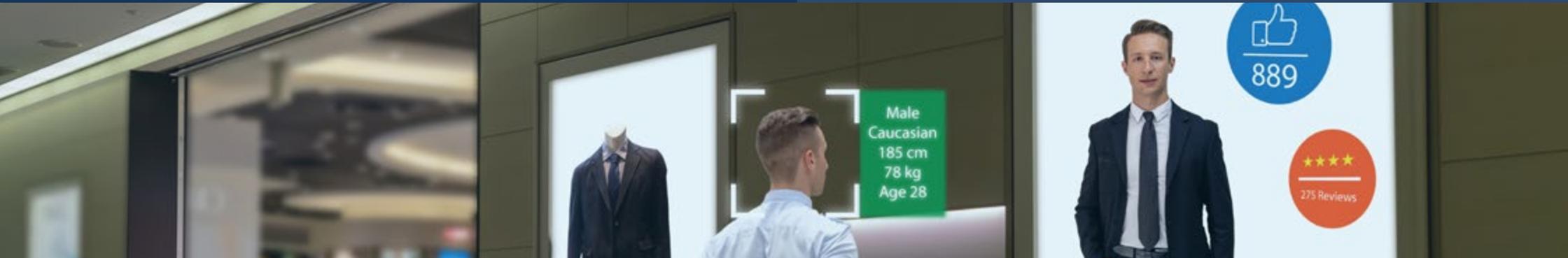


05

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 Global University 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 ofrece a sus alumnos la posibilidad de desarrollar este programa de manera totalmente online. Durante los 6 meses que dura la capacitación, se puede acceder a todo el contenido del programa, desde cualquier dispositivo que disponga de conexión a internet.

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

<p>2.1. Fashion engagement</p> <p>2.1.1. El estilo de vida del cliente de lujo</p> <p>2.1.2. La identidad individual y la proyección hacia la marca</p> <p>2.1.3. El impacto del lenguaje visual</p>	<p>2.2. El compromiso en los clientes del lujo</p> <p>2.2.1. El estilo de vida del cliente del lujo: valores y prioridades</p> <p>2.2.2. Las dinámicas de consumo en el universo del lujo</p> <p>2.2.3. Descubriendo el <i>retail</i> y el <i>e-tail</i> del lujo</p>	<p>2.3. Tendencias en los milenials Y Z: prosumidores</p> <p>2.3.1. Las nuevas preferencias de compra</p> <p>2.3.2. La participación y el prosumidor</p> <p>2.3.3. El hábito de compra en la industria del lujo</p>	<p>2.4. El nuevo <i>customer journey</i> de la moda y el lujo</p> <p>2.4.1. La toma de decisiones en la compra de artículos de lujo</p> <p>2.4.2. La recogida de información y la decisión de compra</p> <p>2.4.3. La evaluación del producto y el servicio postventa</p>
<p>2.5. Nuevas preferencias del consumidor del lujo</p> <p>2.5.1. El ritmo de las tendencias en la moda</p> <p>2.5.2. Los hábitos de consumo en el nuevo escenario</p> <p>2.5.3. ¿Quién manda en el sector del lujo?</p>	<p>2.6. Actual Comportamiento del consumidor de moda con respecto a las tendencias</p> <p>2.6.1. Novedad, tendencia y <i>hype</i></p> <p>2.6.2. Macrotendencias y microtendencias</p> <p>2.6.3. El ciclo de difusión y la teoría de la innovación del diseño</p>	<p>2.7. Big data & predictive marketing</p> <p>2.7.1. Entre el arte y la ciencia</p> <p>2.7.2. La interpretación científica de los hechos sociales</p> <p>2.7.3. Marketing predictivo</p>	<p>2.8. Marketing experiencial en la industria del perfume</p> <p>2.8.1. La belleza como puerta de entrada al lujo</p> <p>2.8.2. La experiencia multisensorial</p> <p>2.8.3. Ecocosmética y marcas nicho</p>
<p>2.9. Dinámicas del <i>concept store</i>: branding fuera del producto</p> <p>2.9.1. La comercialización a través de un valor intangible</p> <p>2.9.2. Arte, cultura y diseño en un espacio físico</p> <p>2.9.3. El formato digital de la experiencia de usuario</p>	<p>2.10. Tendencias de consumo post COVID-19 de moda y lujo</p> <p>2.10.1. Los cambios irreversibles tras la pandemia</p> <p>2.10.2. Las compras del futuro</p> <p>2.10.3. La integración de la tecnología y la sostenibilidad en la mente del nuevo consumidor</p>		

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 de estudio

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

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



“

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

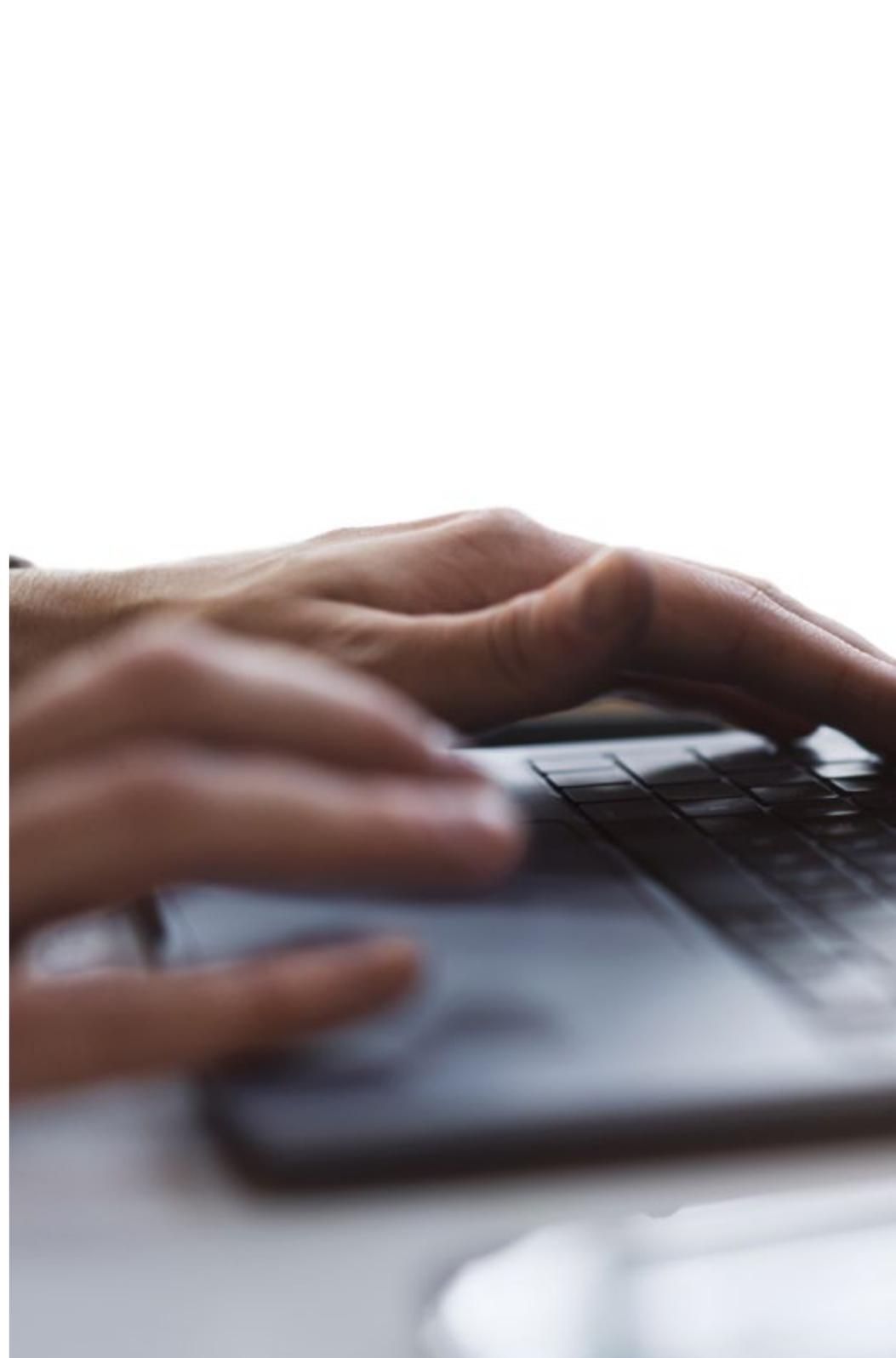
El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

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

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

“

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



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

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

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

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

“

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

Case studies o Método del caso

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

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

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



Método Relearning

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

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

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

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



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

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

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

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

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



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

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

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

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

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

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

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

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



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



Material de estudio

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

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



Prácticas de habilidades y competencias

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



Resúmenes interactivos

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

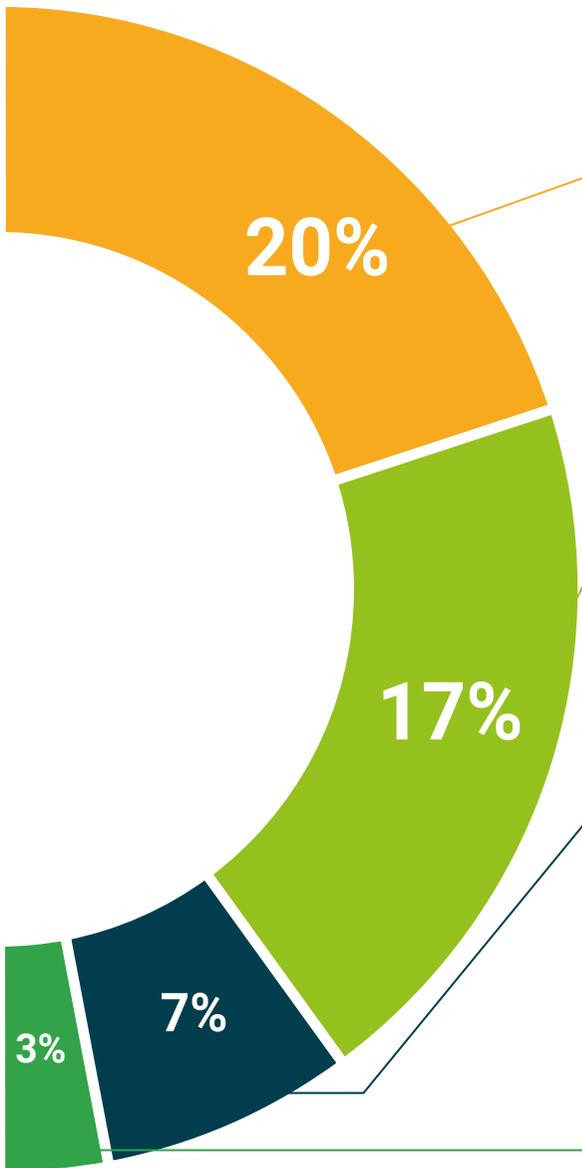
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

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





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



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.



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.



Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.



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.





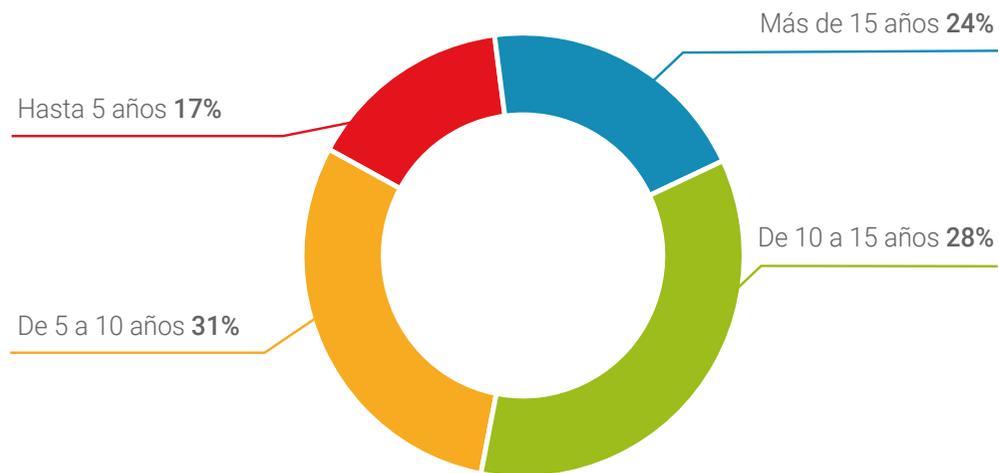
“

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”

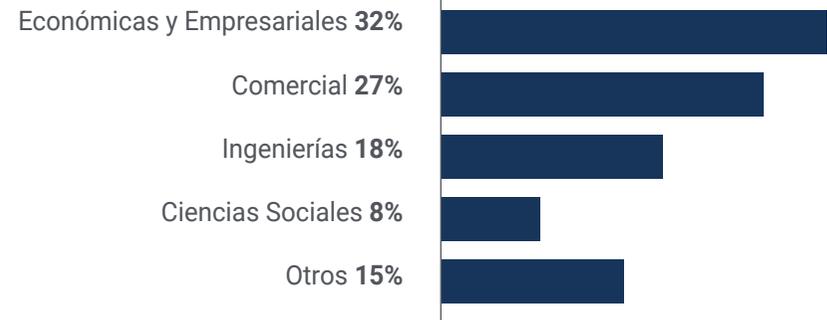
Edad media

Entre **35** y **45** años

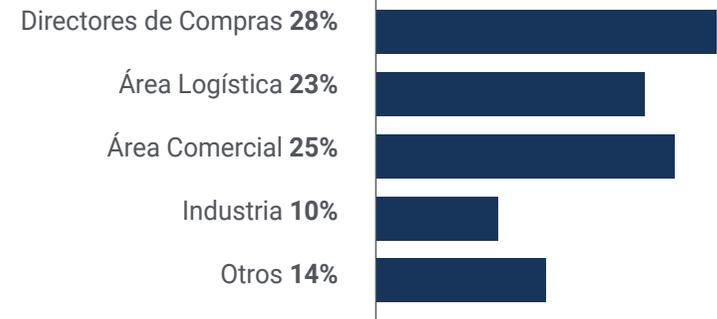
Años de experiencia



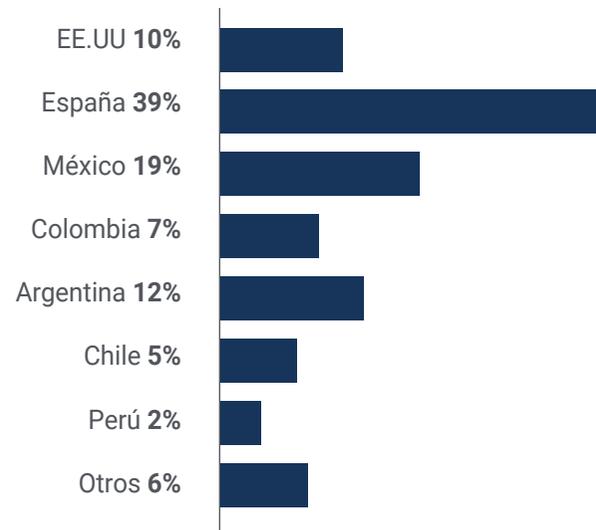
Formación



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 Armani Exchange en Giorgio Armani, Milán, Italia
- ♦ 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”

Directora Invitada Internacional

Con más de 20 años de experiencia en el diseño y la dirección de equipos globales de **adquisición de talento**, Jennifer Dove es experta en **contratación y estrategia tecnológica**. A lo largo de su experiencia profesional ha ocupado puestos directivos en varias organizaciones tecnológicas dentro de empresas de la lista *Fortune 50*, como **NBCUniversal** y **Comcast**. Su trayectoria le ha permitido destacar en entornos competitivos y de alto crecimiento.

Como **Vicepresidenta de Adquisición de Talento en Mastercard**, se encarga de supervisar la estrategia y la ejecución de la incorporación de talento, colaborando con los líderes empresariales y los responsables de **Recursos Humanos** para cumplir los objetivos operativos y estratégicos de contratación. En especial, su finalidad es crear **equipos diversos, inclusivos y de alto rendimiento** que impulsen la innovación y el crecimiento de los productos y servicios de la empresa. Además, es experta en el uso de herramientas para atraer y retener a los mejores profesionales de todo el mundo. También se encarga de **amplificar la marca de empleador** y la propuesta de valor de **Mastercard** a través de publicaciones, eventos y redes sociales.

Jennifer Dove ha demostrado su compromiso con el desarrollo profesional continuo, participando activamente en redes de profesionales de **Recursos Humanos** y contribuyendo a la incorporación de numerosos trabajadores a diferentes empresas. Tras obtener su licenciatura en **Comunicación Organizacional** por la Universidad de Miami, ha ocupado cargos directivos de selección de personal en empresas de diversas áreas.

Por otra parte, ha sido reconocida por su habilidad para liderar transformaciones organizacionales, **integrar tecnologías** en los **procesos de reclutamiento** y desarrollar programas de liderazgo que preparan a las instituciones para los desafíos futuros. También ha implementado con éxito programas de **bienestar laboral** que han aumentado significativamente la satisfacción y retención de empleados.



Dña. Dove, Jennifer

- ♦ Vicepresidenta de Adquisición de Talentos en Mastercard, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Directora de Adquisición de Talentos en NBCUniversal, Nueva York, Estados Unidos
- ♦ Responsable de Selección de Personal Comcast
- ♦ Directora de Selección de Personal en Rite Hire Advisory
- ♦ Vicepresidenta Ejecutiva de la División de Ventas en Ardor NY Real Estate
- ♦ Directora de Selección de Personal en Valerie August & Associates
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en BNC
- ♦ Ejecutiva de Cuentas en Vault
- ♦ Graduada en Comunicación Organizacional por la Universidad de Miami

“

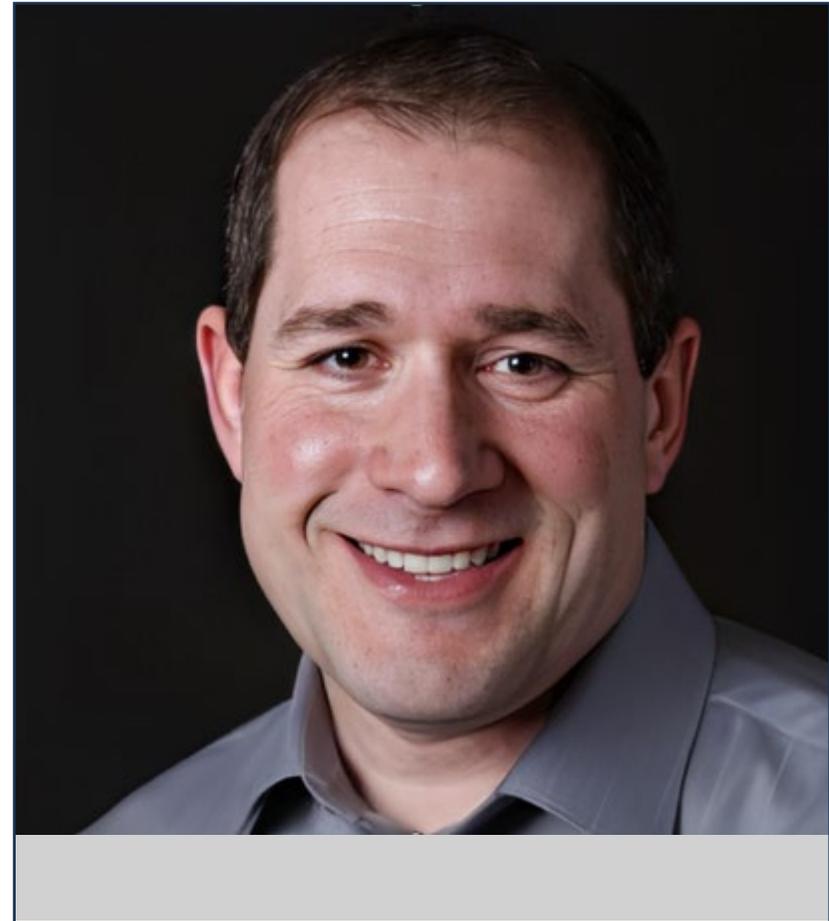
TECH cuenta con un distinguido y especializado grupo de Directores Invitados Internacionales, con importantes roles de liderazgo en las empresas más punteras del mercado global"

Director Invitado Internacional

Líder tecnológico con décadas de experiencia en las principales multinacionales tecnológicas, Rick Gauthier se ha desarrollado de forma prominente en el campo de los servicios en la nube y mejora de procesos de extremo a extremo. Ha sido reconocido como un líder y responsable de equipos con gran eficiencia, mostrando un talento natural para garantizar un alto nivel de compromiso entre sus trabajadores.

Posee dotes innatas en la estrategia e innovación ejecutiva, desarrollando nuevas ideas y respaldando su éxito con datos de calidad. Su trayectoria en Amazon le ha permitido administrar e integrar los servicios informáticos de la compañía en Estados Unidos. En Microsoft ha liderado un equipo de 104 personas, encargadas de proporcionar infraestructura informática a nivel corporativo y apoyar a departamentos de ingeniería de productos en toda la compañía.

Esta experiencia le ha permitido destacarse como un directivo de alto impacto, con habilidades notables para aumentar la eficiencia, productividad y satisfacción general del cliente.



D. Gauthier, Rick

- Director regional de IT en Amazon, Seattle, Estados Unidos
- Jefe de programas sénior en Amazon
- Vicepresidente de Wimmer Solutions
- Director sénior de servicios de ingeniería productiva en Microsoft
- Titulado en Ciberseguridad por Western Governors University
- Certificado Técnico en *Commercial Diving* por Divers Institute of Technology
- Titulado en Estudios Ambientales por The Evergreen State College

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

Director Invitado Internacional

Romi Arman es un reputado experto internacional con más de dos décadas de experiencia en **Transformación Digital, Marketing, Estrategia y Consultoría**. A través de esa extendida trayectoria, ha asumido diferentes riesgos y es un permanente **defensor** de la **innovación** y el **cambio** en la coyuntura empresarial. Con esa experticia, ha colaborado con directores generales y organizaciones corporativas de todas partes del mundo, empujándoles a dejar de lado los modelos tradicionales de negocios. Así, ha contribuido a que compañías como la energética Shell se conviertan en **verdaderos líderes del mercado**, centradas en sus **clientes** y el **mundo digital**.

Las estrategias diseñadas por Arman tienen un impacto latente, ya que han permitido a varias corporaciones **mejorar las experiencias de los consumidores, el personal y los accionistas** por igual. El éxito de este experto es cuantificable a través de métricas tangibles como el **CSAT**, el **compromiso de los empleados** en las instituciones donde ha ejercido y el crecimiento del **indicador financiero EBITDA** en cada una de ellas.

También, en su recorrido profesional ha nutrido y **liderado equipos de alto rendimiento** que, incluso, han recibido galardones por su **potencial transformador**. Con Shell, específicamente, el ejecutivo se ha propuesto siempre superar tres retos: satisfacer las complejas **demandas** de **descarbonización** de los clientes, **apoyar una “descarbonización rentable”** y **revisar un panorama fragmentado de datos, digital y tecnológico**. Así, sus esfuerzos han evidenciado que para lograr un éxito sostenible es fundamental partir de las necesidades de los consumidores y sentar las bases de la transformación de los procesos, los datos, la tecnología y la cultura.

Por otro lado, el directivo destaca por su dominio de las **aplicaciones empresariales** de la **Inteligencia Artificial**, temática en la que cuenta con un posgrado de la Escuela de Negocios de Londres. Al mismo tiempo, ha acumulado experiencias en **IoT** y el **Salesforce**.



D. Arman, Romi

- Director de Transformación Digital (CDO) en la Corporación Energética Shell, Londres, Reino Unido
- Director Global de Comercio Electrónico y Atención al Cliente en la Corporación Energética Shell
- Gestor Nacional de Cuentas Clave (fabricantes de equipos originales y minoristas de automoción) para Shell en Kuala Lumpur, Malasia
- Consultor Sénior de Gestión (Sector Servicios Financieros) para Accenture desde Singapur
- Licenciado en la Universidad de Leeds
- Posgrado en Aplicaciones Empresariales de la IA para Altos Ejecutivos de la Escuela de Negocios de Londres
- Certificación Profesional en Experiencia del Cliente CCXP
- Curso de Transformación Digital Ejecutiva por IMD

“

¿Deseas actualizar tus conocimientos con la más alta calidad educativa? TECH te ofrece el contenido más actualizado del mercado académico, diseñado por auténticos expertos de prestigio internacional”

Director Invitado Internacional

Manuel Arens es un **experimentado profesional** en el manejo de datos y líder de un equipo altamente cualificado. De hecho, Arens ocupa el cargo de **gerente global de compras** en la división de Infraestructura Técnica y Centros de Datos de Google, empresa en la que ha desarrollado la mayor parte de su carrera profesional. Con base en Mountain View, California, ha proporcionado soluciones para los desafíos operativos del gigante tecnológico, tales como la **integridad de los datos maestros**, las **actualizaciones de datos de proveedores** y la **priorización** de los mismos. Ha liderado la planificación de la cadena de suministro de centros de datos y la evaluación de riesgos del proveedor, generando mejoras en el proceso y la gestión de flujos de trabajo que han resultado en ahorros de costos significativos.

Con más de una década de trabajo proporcionando soluciones digitales y liderazgo para empresas en diversas industrias, tiene una amplia experiencia en todos los aspectos de la prestación de soluciones estratégicas, incluyendo **Marketing, análisis de medios, medición y atribución**. De hecho, ha recibido varios reconocimientos por su labor, entre ellos el **Premio al Liderazgo BIM**, el **Premio a la Liderazgo Search**, **Premio al Programa de Generación de Leads de Exportación** y el **Premio al Mejor Modelo de Ventas de EMEA**.

Asimismo, Arens se desempeñó como **Gerente de Ventas** en Dublín, Irlanda. En este puesto, construyó un equipo de 4 a 14 miembros en tres años y lideró al equipo de ventas para lograr resultados y colaborar bien entre sí y con equipos interfuncionales. También ejerció como **Analista Sénior** de Industria, en Hamburgo, Alemania, creando storylines para más de 150 clientes utilizando herramientas internas y de terceros para apoyar el análisis. Desarrolló y redactó informes en profundidad para demostrar su dominio del tema, incluyendo la comprensión de los **factores macroeconómicos y políticos/regulatorios** que afectan la adopción y difusión de la tecnología.

También ha liderado equipos en empresas como **Eaton, Airbus y Siemens**, en los que adquirió valiosa experiencia en gestión de cuentas y cadena de suministro. Destaca especialmente su labor para superar continuamente las expectativas mediante la **construcción de valiosas relaciones con los clientes** y **trabajar de forma fluida con personas en todos los niveles de una organización**, incluyendo stakeholders, gestión, miembros del equipo y clientes. Su enfoque impulsado por los datos y su capacidad para desarrollar soluciones innovadoras y escalables para los desafíos de la industria lo han convertido en un líder prominente en su campo.



D. Arens, Manuel

- Gerente Global de Compras en Google, Mountain View, Estados Unidos
- Responsable principal de Análisis y Tecnología B2B en Google, Estados Unidos
- Director de ventas en Google, Irlanda
- Analista Industrial Sénior en Google, Alemania
- Gestor de cuentas en Google, Irlanda
- Accounts Payable en Eaton, Reino Unido
- Gestor de Cadena de Suministro en Airbus, Alemania

“

¡Apuesta por TECH! Podrás acceder a los mejores materiales didácticos, a la vanguardia tecnológica y educativa, implementados por reconocidos especialistas de renombre internacional en la materia”

Director Invitado Internacional

Mick Gram es sinónimo de innovación y excelencia en el campo de la **Inteligencia Empresarial** a nivel internacional. Su exitosa carrera se vincula a puestos de liderazgo en multinacionales como **Walmart** y **Red Bull**. Asimismo, este experto destaca por su visión para **identificar tecnologías emergentes** que, a largo plazo, alcanzan un impacto imperecedero en el entorno corporativo.

Por otro lado, el ejecutivo es considerado un **pionero** en el **empleo de técnicas de visualización de datos** que simplificaron conjuntos complejos, haciéndolos accesibles y facilitadores de la toma de decisiones. Esta habilidad se convirtió en el pilar de su perfil profesional, transformándolo en un deseado activo para muchas organizaciones que apostaban por **recopilar información** y **generar acciones** concretas a partir de ellos.

Uno de sus proyectos más destacados de los últimos años ha sido la **plataforma Walmart Data Cafe**, la más grande de su tipo en el mundo que está anclada en la nube destinada al **análisis de Big Data**. Además, ha desempeñado el cargo de **Director de Business Intelligence** en **Red Bull**, abarcando áreas como **Ventas, Distribución, Marketing y Operaciones de Cadena de Suministro**. Su equipo fue reconocido recientemente por su innovación constante en cuanto al uso de la nueva API de Walmart Luminare para *insights* de Compradores y Canales.

En cuanto a su formación, el directivo cuenta con varios Másteres y estudios de posgrado en centros de prestigio como la **Universidad de Berkeley**, en Estados Unidos, y la **Universidad de Copenhague**, en Dinamarca. A través de esa actualización continua, el experto ha alcanzado competencias de vanguardia. Así, ha llegado a ser considerado un **líder nato** de la **nueva economía mundial**, centrada en el impulso de los datos y sus posibilidades infinitas.



D. Gram, Mick

- ♦ Director de *Business Intelligence* y Análisis en Red Bull, Los Ángeles, Estados Unidos
- ♦ Arquitecto de soluciones de *Business Intelligence* para Walmart Data Cafe
- ♦ Consultor independiente de *Business Intelligence* y *Data Science*
- ♦ Director de *Business Intelligence* en Capgemini
- ♦ Analista Jefe en Nordea
- ♦ Consultor Jefe de *Business Intelligence* para SAS
- ♦ Executive Education en IA y Machine Learning en UC Berkeley College of Engineering
- ♦ MBA Executive en e-commerce en la Universidad de Copenhague
- ♦ Licenciatura y Máster en Matemáticas y Estadística en la Universidad de Copenhague

“

¡Estudia en la mejor universidad online del mundo según Forbes! En este MBA tendrás acceso a una amplia biblioteca de recursos multimedia, elaborados por reconocidos docentes de relevancia internacional”

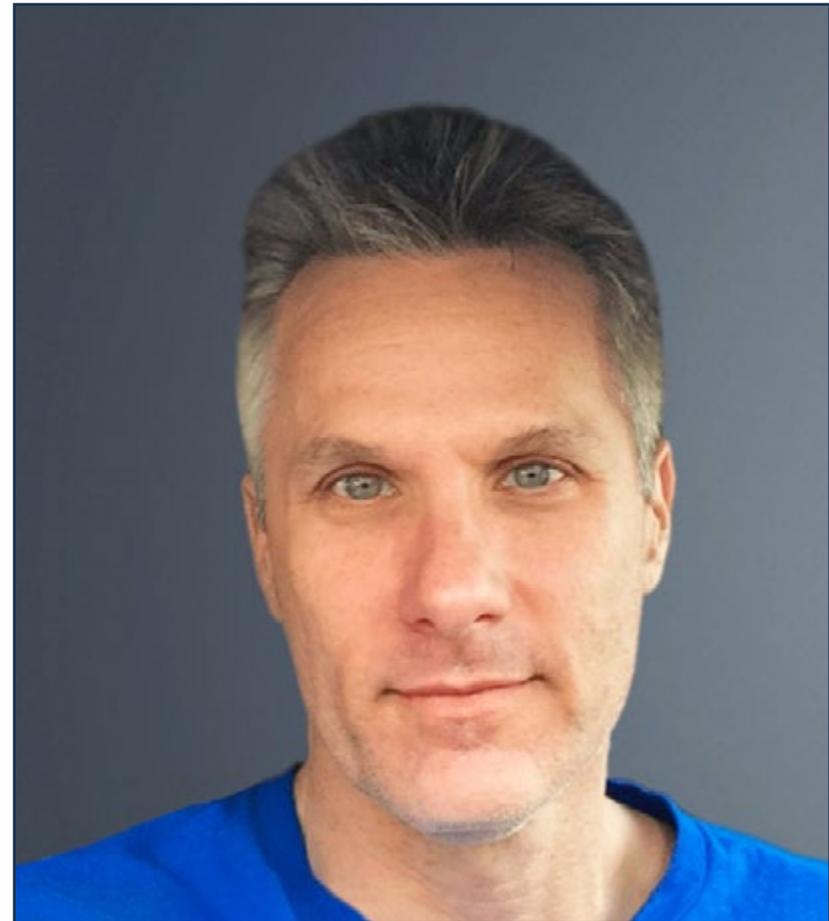
Director Invitado Internacional

Scott Stevenson es un distinguido experto del sector del **Marketing Digital** que, por más de 19 años, ha estado ligado a una de las compañías más poderosas de la industria del entretenimiento, **Warner Bros. Discovery**. En este rol, ha tenido un papel fundamental en la **supervisión de logística y flujos de trabajos creativos** en diversas plataformas digitales, incluyendo redes sociales, búsqueda, *display* y medios lineales.

El liderazgo de este ejecutivo ha sido crucial para impulsar **estrategias de producción en medios pagados**, lo que ha resultado en una notable **mejora en las tasas de conversión** de su empresa. Al mismo tiempo, ha asumido otros roles, como el de Director de Servicios de Marketing y Gerente de Tráfico en la misma multinacional durante su antigua gerencia.

A su vez, Stevenson ha estado ligado a la distribución global de videojuegos y **campañas de propiedad digital**. También, fue el responsable de introducir estrategias operativas relacionadas con la formación, finalización y entrega de contenido de sonido e imagen para **comerciales de televisión y trailers**.

Por otro lado, el experto posee una Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida y un Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California, lo que demuestra su destreza en **comunicación y narración**. Además, ha participado en la Escuela de Desarrollo Profesional de la Universidad de Harvard en programas de vanguardia sobre el uso de la **Inteligencia Artificial** en los **negocios**. Así, su perfil profesional se erige como uno de los más relevantes en el campo actual del **Marketing** y los **Medios Digitales**.



D. Stevenson, Scott

- Director de Marketing Digital en Warner Bros. Discovery, Burbank, Estados Unidos
- Gerente de Tráfico en Warner Bros. Entertainment
- Máster en Escritura Creativa de la Universidad de California
- Licenciatura en Telecomunicaciones de la Universidad de Florida

“

¡Alcanza tus objetivos académicos y profesionales con los expertos mejor cualificados del mundo! Los docentes de este MBA te guiarán durante todo el proceso de aprendizaje”

Directora Invitada Internacional

Galardonada con el "*International Content Marketing Awards*" por su creatividad, liderazgo y calidad de sus contenidos informativos, Wendy Thole-Muir es una reconocida **Directora de Comunicación** altamente especializada en el campo de la **Gestión de Reputación**.

En este sentido, ha desarrollado una sólida trayectoria profesional de más de dos décadas en este ámbito, lo que le ha llevado a formar parte de prestigiosas entidades de referencia internacional como **Coca-Cola**. Su rol implica la supervisión y manejo de la comunicación corporativa, así como el control de la imagen organizacional. Entre sus principales contribuciones, destaca haber liderado la implementación de la **plataforma de interacción interna Yammer**. Gracias a esto, los empleados aumentaron su compromiso con la marca y crearon una comunidad que mejoró la transmisión de información significativamente.

Por otra parte, se ha encargado de gestionar la comunicación de las **inversiones estratégicas** de las empresas en diferentes países africanos. Una muestra de ello es que ha manejado diálogos en torno a las inversiones significativas en Kenya, demostrando el compromiso de las entidades con el desarrollo tanto económico como social del país. A su vez, ha logrado numerosos **reconocimientos** por su capacidad de gestionar la percepción sobre las firmas en todos los mercados en los que opera. De esta forma, ha logrado que las compañías mantengan una gran notoriedad y los consumidores las asocien con una elevada calidad.

Además, en su firme compromiso con la excelencia, ha participado activamente en reputados **Congresos y Simposios** a escala global con el objetivo de ayudar a los profesionales de la información a mantenerse a la vanguardia de las técnicas más sofisticadas para **desarrollar planes estratégicos de comunicación** exitosos. Así pues, ha ayudado a numerosos expertos a anticiparse a situaciones de crisis institucionales y a manejar acontecimientos adversos de manera efectiva.



Dña. Thole-Muir, Wendy

- ♦ Directora de Comunicación Estratégica y Reputación Corporativa en Coca-Cola, Sudáfrica
- ♦ Responsable de Reputación Corporativa y Comunicación en ABI at SABMiller de Lovania, Bélgica
- ♦ Consultora de Comunicaciones en ABI, Bélgica
- ♦ Consultora de Reputación y Comunicación de Third Door en Gauteng, Sudáfrica
- ♦ Máster en Estudios del Comportamiento Social por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Máster en Artes con especialidad en Sociología y Psicología por Universidad de Sudáfrica
- ♦ Licenciatura en Ciencias Políticas y Sociología Industrial por Universidad de KwaZulu-Natal
- ♦ Licenciatura en Psicología por Universidad de Sudáfrica

“

Gracias a esta titulación universitaria, 100% online, podrás compaginar el estudio con tus obligaciones diarias, de la mano de los mayores expertos internacionales en el campo de tu interés. ¡Inscríbete ya!”

Dirección



Dra. García Barriga, María

- ◆ Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- ◆ Comunicadora en RTVE
- ◆ Comunicadora en Telemadrid
- ◆ Editora en Jefe de Chroma Press
- ◆ Ejecutiva de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- ◆ Redactora de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- ◆ Doctora en Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- ◆ Licenciada 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
- ◆ MBA *Fashion Business School* en la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Profesores

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. 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



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

“

Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria”

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.

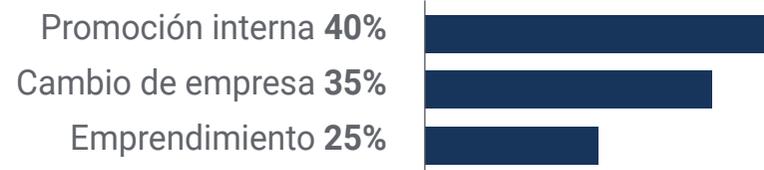
No dejes pasar la oportunidad que te brinda TECH e invierte en tu futuro.

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

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 Global University.



“

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

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Experto Universitario en Customer Experience de Lujo y Moda** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ([boletín oficial](#)). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

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

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**





Experto Universitario Customer Experience de Lujo y Moda

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

Experto Universitario

Customer Experience de Lujo y Moda

