

# Diplomado

Comunicación Interna  
y Gestión de Crisis en  
Empresas de Moda,  
Belleza y Lujo





## Diplomado

### Comunicación Interna y Gestión de Crisis en Empresas de Moda, Belleza y Lujo

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

Acceso web: [www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/comunicacion-interna-gestion-crisis-empresas-moda-belleza-lujo](http://www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/comunicacion-interna-gestion-crisis-empresas-moda-belleza-lujo)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Objetivos

---

*pág. 8*

03

Dirección del curso

---

*pág. 12*

04

Estructura y contenido

---

*pág. 16*

05

Metodología

---

*pág. 20*

06

Titulación

---

*pág. 28*

# 01

# Presentación

La comunicación es importantísima en todos los sectores, pero si hay uno donde esta adquiere un papel fundamental ese es la moda. En este sentido, es muy importante establecer estrategias eficaces que fomenten una buena comunicación interna y un correcto conocimiento de la marca hacia el exterior. Por eso, este programa educativo pondrá el foco en dotar a los participantes de los conocimientos que les permitan entender el organigrama de una empresa de comunicación en el entorno de la moda y la belleza y cómo esta se relaciona con cada uno de sus públicos, así como la gestión ante escenarios de crisis. Esto permitirá reducir la incertidumbre de los empleados, ya sea ante los cambios internos, como en los externos a la organización.





YouTube

“

*Este programa educativo permitirá a los periodistas y comunicadores entender la importancia de la comunicación interna en las organizaciones de moda, belleza y lujo”*

Los contenidos de este programa están dirigidos por profesionales en las áreas de comunicación quienes ejercen en empresas del sector de la moda y la belleza. Este equipo docente, vierte en esta capacitación su experiencia y, por tanto, su visión realista y próxima de la realidad profesional, de forma consciente y proactiva.

A lo largo del temario se irán desgranando y analizando todos los aspectos de la dirección de comunicación en empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo con el objetivo de que el alumno conozca en profundidad el funcionamiento de estos departamentos y aprenda a gestionarlos de forma óptima.

Un recorrido que llevará al alumnado hasta reconocer las estrategias de comunicación interna que potencian los resultados de empresas en estos sectores y a establecer planificaciones orientadas a momentos de crisis que pudiesen surgir en la organización.

De la misma forma, también se estudiará el corporativismo en el sector de la moda, prestando especial atención en la importancia de la construcción de reputación y la creación de una imagen de marca como medio para potenciar la visibilidad de las organizaciones en estos sectores.

Todo este desarrollo, de la mano de profesionales reconocidos y valorados a nivel mundial, para conseguir aprender de los mejores, con el mejor sistema de aprendizaje y un proceso educativo estimulante y atractivo.

Otra de las claves del éxito de esta capacitación es la posibilidad de ser usted mismo quien decida cómo organiza su aprendizaje: desde el tiempo, hasta el lugar y la intensidad del estudio. De esta manera se asegura de que este esfuerzo sea totalmente compatible con tu vida personal y profesional. Para que nunca pierda la motivación.

En este sentido, la capacitación se realiza 100% online, aunque podrá descargar los contenidos, para continuar offline si lo desea. Contará, además, con vídeos ilustrativos, audios de repaso, una biblioteca online con material complementario y la ayuda y acompañamiento de su tutor o tutora durante todo el proceso.

Este **Diplomado en Comunicación Interna y Gestión de Crisis en Empresas de Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en periodismo de moda, belleza y lujo
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Las novedades sobre el periodismo de moda, belleza y lujo
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en el periodismo y la comunicación en moda, belleza y lujo
- ♦ El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas en periodismo y comunicación digital
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



*Este programa te permitirá potenciar tus capacidades y convertirte en un periodista y comunicador de éxito”*

“ *En este programa educativo encontrarás todos los conocimientos para entender la comunicación en empresas de moda desde un punto de vista interno y externo*”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo y la comunicación, que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo del periodismo moda, belleza y lujo, y con gran experiencia.

*TECH pone a tu disposición la mejor capacitación del mercado en Periodismo y Comunicación de moda, belleza y lujo. Tú solo tienes que poner las ganas por estudiar.*

*Conviértete en un experto en gestión de crisis para empresas del sector de la moda y la belleza y aporta valor a tu perfil profesional”*



# 02

# Objetivos

Este programa lo dotará de los conocimientos y técnicas imprescindibles para gestionar de manera eficiente el área de comunicación en empresas del sector de la moda. Una capacitación que lo habilitará para liderar y dirigir proyectos de menor o mayor intensidad y complejidad, con la capacidad de intervenir y planificar de manera fluida y de desarrollar con acierto en todas las áreas en que esta acción se realiza, tanto a nivel interno como externo. Así, tras la finalización de este programa, conocerá todos los aspectos que influyen en que una empresa de moda establezca una buena estrategia de comunicación interna y, por tanto, será un profesional mucho más competente.





“

*Una completa capacitación que te permitirá entender el corporativismo para empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo”*



## Objetivos generales

---

- ♦ Tener una visión integral y profesional del entorno de la comunicación en las áreas de moda, lujo y belleza identificando las particularidades del sector, así como su impacto y repercusión en el conjunto del tejido empresarial
- ♦ Adquirir conocimientos básicos y avanzados para que seas capaz de generar nuevos ecosistemas de comunicación en relación a la moda
- ♦ Potenciar tus habilidades de gestión, análisis, creatividad y liderazgo como principales competencias para crecer dentro de la industria
- ♦ Desarrollar una excelente capacidad de redacción y comunicación oral y escrita, verbal y no verbal
- ♦ Obtener la responsabilidad ética necesaria
- ♦ Desarrollar el pensamiento crítico
- ♦ Generar una estrategia de comunicación competitiva dentro de la industria conociendo en profundidad las dinámicas de la comunicación, el negocio de la moda y los componentes determinantes
- ♦ Identificar oportunidades y ser capaz de evolucionar a través de la mirada a su propio trabajo
- ♦ Generar impacto social y dirigir la opinión pública con responsabilidad ética y profesional
- ♦ Mejorar la agilidad en la toma de decisiones gracias a la observación, el análisis, la interpretación y la acción en relación a criterios profesionales gracias a la elaboración de informes críticos
- ♦ Entender y reproducir el proceso de la comunicación de modo efectivo adaptándolo a cada canal, perfil de empresa y público objetivo





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. La comunicación interna, el corporativismo y la gestión de crisis

- ♦ Conocer el organigrama de una empresa de comunicación en el entorno de la moda y la belleza
- ♦ Reducir la incertidumbre de los empleados, ya sea ante los cambios internos, como en los externos a la organización
- ♦ Alinear y construir un equipo de trabajo fiel a los objetivos, misión y valores de la marca
- ♦ Entender el proceso de resolución de crisis y el papel del director de Comunicación en momentos difíciles
- ♦ Organizar un discurso propio para redes sociales y medios de comunicación de masas alineado con los valores de la empresa
- ♦ Encajar la sostenibilidad en la estrategia de comunicación sin perder la identidad
- ♦ Identificar las posibles adversidades a las que se enfrentará tu marca en el futuro
- ♦ Elaborar un plan estratégico y un plan de contingencia reciclable



*Nuestro objetivo es impulsarte hacia la más alta competencia, a través de un apoyo real y constante, y con la flexibilidad de un aprendizaje autogestionado.”*

# 03

## Dirección del curso

El diseño de este programa educativo ha sido creado por un equipo de profesionales del periodismo, con años de experiencia profesional y docente. Todos ellos, conscientes de la necesidad actual en el sector del periodismo y la comunicación de una capacitación de calidad, han querido unir sus conocimientos para trasladarte la capacitación más completa del mercado, lo que te permitirá desarrollarte en el ámbito del Periodismo de Moda con éxito, alcanzando unas competencias profesionales de primer nivel y convirtiéndote en un profesional mucho más reputado en el sector.



“

*Aprende, de la mano de los mejores profesionales del sector, las últimas novedades en gestión de contenido y creación de mensajes para empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo”*

## 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- Marketing Digital
- ♦ Editor en jefe. Chroma Press
- ♦ Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales. Servicecom
- ♦ Redactor de contenidos web. Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Magazine Of Managers
- ♦ Doctorado, Diseño y Datos de Marketing. Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Posgrado en Marketing y Comunicación en empresas de Moda y Lujo. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Certificada en Data Analysis & Creativity con Python en China
- ♦ MBA Fashion Business School, la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

## Profesores

### Dra, Gárgoles Saes, Paula

- ♦ Doctora, Investigadora y Consultora Especialista en Moda, Comunicación y Sostenibilidad
- ♦ Profesora Investigadora en la Escuela de Comunicación y Jefa de Academia de Comunicación Corporativa en la Universidad Panamericana, Ciudad de México
- ♦ Consultora de Comunicación y Sostenibilidad en Ethical Fashion Space, Ciudad de México
- ♦ Periodista de Moda en la agencia Europa Press y en la revista digital Asmoda
- ♦ Especialista en Moda en el Fashion Institute of Technology de Nueva York y en el laboratorio de tendencias Future Concept Lab de Milán
- ♦ Departamento de Comunicación del Título Propio Comunicación y Gestión de la Moda del Centro Universitario Villanueva y de ISEM Fashion Business School.
- ♦ Doctora Cum Laude en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra con la tesis "Modelo reputacional para el sector de la moda"
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA por ISEM Fashion Business School



# 04

## Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales en periodismo, el Marketing, la moda y la comunicación quienes, conscientes de la relevancia de la actualidad de la capacitación en este ámbito como medio para poder profundizar en el área de conocimiento, han diseñado un completísimo temario pensado especialmente para capacitar a los profesionales de las ciencias de la información sobre las singularidades y características del mundo de la moda y los contenidos más adecuados para este sector. Así, tras finalizar la capacitación, el alumno estará mucho más preparado para ejercer su trabajo en este ámbito de una forma más autónoma y competente.





“

*Contamos con el programa de aprendizaje más completo y actualizado del mercado, lo que te permitirá adentrarte en un apasionante mundo con todas las garantías de éxito”*

## Módulo 1. La comunicación interna, el corporativismo y la gestión de crisis

- 1.1. El ecosistema stakeholder: quienes son mis públicos de interés
  - 1.1.1. ¿Qué es un stakeholder?
  - 1.1.2. Los stakeholders principales en moda: consumidor, empleado
  - 1.1.3. El concepto de Responsabilidad Social: componentes y principios
- 1.2. Comunicación interna I: *employer branding*
  - 1.2.1. La gestión de la comunicación interna: concepto y herramientas
  - 1.2.2. Evolución y principios del employer branding
  - 1.2.3. Los recursos humanos como herramienta de la comunicación en la industria de la moda
- 1.3. Comunicación interna II: *employer advocacy*
  - 1.3.1. *Employee advocacy*: concepto y evolución
  - 1.3.2. Empleados como Los embajadores de marca en el ámbito del lujo
  - 1.3.3. Herramientas: Buffer y Hootsuite
- 1.4. Construir reputación I: identidad de marca en MBL
  - 1.4.1. Concepto de identidad de marca: identidad corporativa
  - 1.4.2. Identidad de marca como elemento de la reputación corporativa
  - 1.4.3. Identidad visual en el MBL
- 1.5. Construir reputación II: imagen de marca en MBL
  - 1.5.1. Concepto de imagen de marca
  - 1.5.2. Imagen de marca como elemento de la reputación corporativa
  - 1.5.3. *Branded content* en MBL
- 1.6. Construir reputación III: reputación corporativa en MBL
  - 1.6.1. Reputación: concepto, características y efectos
  - 1.6.2. Métricas para el análisis de una reputación global
  - 1.6.3. El incremento del activismo corporativo
- 1.7. Gestión de crisis I: plan estratégico
  - 1.7.1. Tipos de crisis
  - 1.7.2. El plan de contingencia
  - 1.7.3. El plan estratégico





- 1.8. Gestión de crisis II: comunicación de crisis
  - 1.8.1. Portavoces y el discurso de los líderes de comunicación
  - 1.8.2. El impacto de la crisis en la cuenta de resultados
  - 1.8.3. Acciones postcrisis: volver a la normalidad
- 1.9. Sostenibilidad y reputación corporativa en MBL
  - 1.9.1. Las tres dimensiones de la sostenibilidad: social, medioambiental y corporativa en MBL
  - 1.9.2. La cadena de valor del sector de la moda
  - 1.9.3. Comunicación de la sostenibilidad: memorias
- 1.10. Sostenibilidad en la gestión de crisis en MBL
  - 1.10.1. Tipos de crisis en cada ámbito de la sostenibilidad
  - 1.10.2. Autenticidad y transparencia ante la opinión pública
  - 1.10.3. La sostenibilidad como parte de la solución de crisis

“ *Una capacitación completa que te llevará a través de los conocimientos necesarios para competir entre los mejores* ”

05

# Metodología

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

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



“

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

## 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”*



*Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.*



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

## Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, 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 profesional más vigente.

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué 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 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

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

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

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

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



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, 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 y competencias

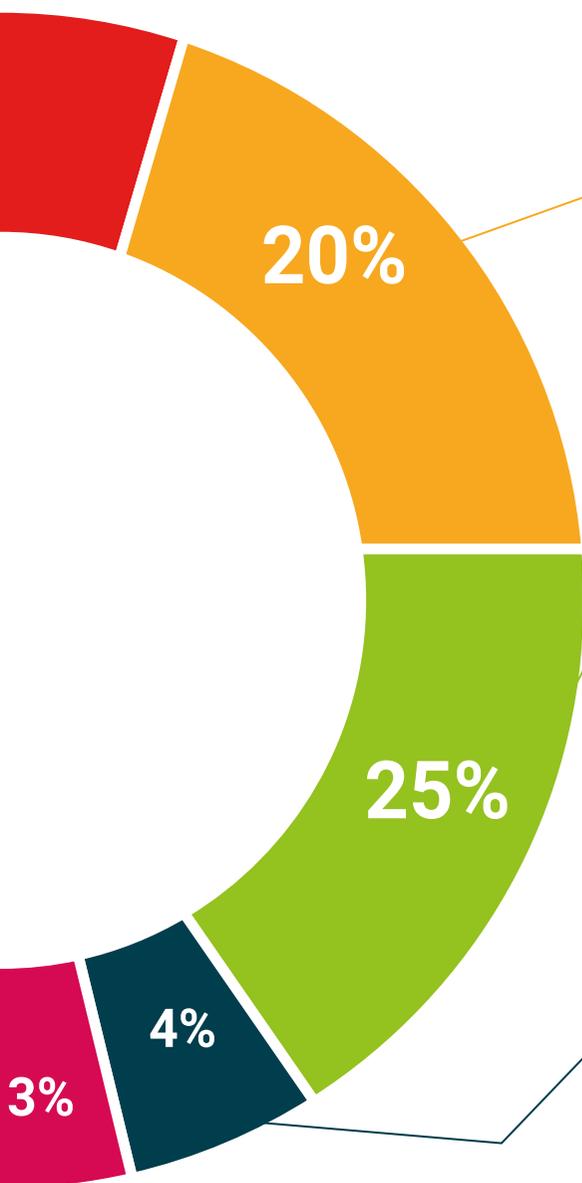
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



#### Lecturas complementarias

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





#### Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



#### Resúmenes interactivos

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

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



#### Testing & Retesting

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



06

# Titulación

El Diplomado en Comunicación Interna y Gestión de Crisis en Empresas de Moda, Belleza y Lujo garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Diplomado expedido por TECH Universidad Tecnológica.



“

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

Este **Diplomado en Comunicación Interna y Gestión de Crisis en Empresas de Moda, Belleza y Lujo** 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 **Diplomado** emitido por **TECH Universidad Tecnológica**.

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

Título: **Diplomado en Comunicación Interna y Gestión de Crisis en Empresas de Moda, Belleza y Lujo**

N.º Horas Oficiales: **150 h.**





## Diplomado

Comunicación Interna  
y Gestión de Crisis en  
Empresas de Moda,  
Belleza y Lujo

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

# Diplomado

Comunicación Interna  
y Gestión de Crisis en  
Empresas de Moda,  
Belleza y Lujo