

Experto Universitario

Comunicación en Moda,
Belleza y Lujo





Experto Universitario Comunicación en Moda, Belleza y Lujo

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

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-especializacion-comunicacion-moda-belleza-lujo

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 18

05

Metodología de estudio

pág. 24

06

Titulación

pág. 34

01

Presentación

El sector de la moda, la belleza y el lujo está constantemente fluctuando y, en consecuencia, su correcto tratamiento en el ámbito comunicativo y periodístico necesita una continua actualización por parte de los profesionales del sector. Por eso, este programa realizará una aproximación al concepto de moda y su relación con la comunicación, así como a la evolución de la industria y sus principales cambios en el siglo XXI, tomando en cuenta las nuevas tendencias del sector. De esta forma, los profesionales podrán actualizar sus conocimientos en esta área y adquirir otros nuevos que les capaciten para trabajar con éxito en empresas del sector, medios especializados y gabinetes de prensa.





Con este Experto Universitario adquirirás los conocimientos necesarios para entender el mundo de la moda, la belleza y el lujo desde una perspectiva global y trabajar en estos sectores como periodista especializado de forma óptima”

Este programa formativo está especialmente dirigido a profesionales en las áreas de la comunicación y el periodismo, que ejercen su trabajo diario en el sector de la moda y la belleza. Pensando especialmente en ellos, el equipo docente de TECH, vierte en esta especialización 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. Esto también le ayudará a entender, desde una perspectiva periodística, como relacionarse con estas empresas de una forma correcta.

Un recorrido que llevará al alumnado hasta reconocer las estrategias que potencian los resultados de empresas en estos sectores y que le permitirá usar los medios más eficaces a la hora de poner en práctica planes de acción exitosos.

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 formativo estimulante y atractivo.

Otra de las claves del éxito de esta especialización 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 su 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.

Contarás, además, con vídeos ilustrativos, audios de repaso, una biblioteca online con material complementario y la ayuda y acompañamiento de tu tutor o tutora durante todo el proceso. Asimismo, dispondrás de un contenido exclusivo teniendo acceso a una serie de *Masterclasses* dirigidas por un reconocido docente de nivel internacional.

Este **Experto Universitario en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Las características más destacadas de la especialización 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 inespecialización 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 de éxito accediendo a sus Masterclasses exclusivas"

“

Este programa no solo está pensado para periodistas en activo, sino también para aquellos que ejerzan en gabinetes de prensa de empresas del sector que quieran actualizar y potenciar sus conocimientos”

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo y la comunicación, que vierten en esta especialización 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.

Este programa te permitirá potenciar tus capacidades y convertirte en un periodista de éxito.

Conviértete en un excelente periodista y aprende a moverte con éxito, potenciando tu relación con empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo.



02

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades, además de para ayudarle a desarrollar nuevas competencias y habilidades en el ámbito de la comunicación que serán imprescindibles en su desarrollo profesional dentro del sector de la moda, la belleza y el lujo. Tras cursar la especialización, será capaz de trabajar con un alto grado de competencias en medios especializados, gabinetes de prensa y departamentos de Marketing. De esta manera, podrá posicionarse como profesional de la comunicación en el ámbito de la moda, la belleza y el lujo con éxito, alcanzando grandes habilidades y capacitándose para competir con los mejores del sector.

“

Esta especialización se marca como meta lograr que los alumnos entiendan el funcionamiento de la comunicación en empresas del sector de la moda, belleza y 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 en ti una excelente capacidad de redacción y comunicación oral y escrita, verbal y no verbal
- ♦ Obtener la responsabilidad ética necesaria
- ♦ Desarrollar del 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. Introducción a la comunicación en la industria de la MBL

- ♦ Aproximación a las principales áreas de la comunicación en relación a la moda y la belleza
- ♦ Planteamiento de preguntas e introducción algunos temas de interés que se van a desarrollar a lo largo del programa
- ♦ Sentar las bases del conocimiento en el ámbito de la moda, belleza y lujo
- ♦ Analizar el papel que cada profesional juega dentro de la industria de la moda
- ♦ Conocer y aprender a utilizar la terminología propia del sector

Módulo 2. Creación de contenidos: el mensaje

- ♦ Capacitar a los alumnos para que comprendan en profundidad la naturaleza del mensaje y sus componentes básicos
- ♦ Conocer las principales herramientas automatizadas de comunicación que se manejan en la actualidad en el entorno de la moda
- ♦ Saber identificar el estilo de mensajes, imágenes y contenidos que se elaboran en la industria siendo posible para el alumno su réplica y organización temporal

Módulo 3. Técnicas de Comunicación en el Ecosistema de la Moda, Belleza y Lujo

- ♦ Construir un entorno digital capaz de atraer tráfico/público a su marca de moda, ya sea off u online, con un posicionamiento deseado
- ♦ Generar un árbol de contenidos y un contenido coherente a lo largo de la Bio
- ♦ Redactar una nota de prensa, un blog o contar una historia que identifique el ecosistema de tu marca
- ♦ Adaptar los resultados y generar un nuevo ecosistema
- ♦ Reconocer y replicar el estilo propio de la comunicación del entorno de la moda y la belleza

03

Dirección del curso

El diseño de este programa educativo ha sido creado por un equipo de profesionales del periodismo, la moda y la comunicación con años de experiencia profesional y docente. Todos ellos, conscientes de la necesidad actual de una especialización de calidad, han querido unir sus conocimientos para trasladarte la especialización más completa del mercado, lo que te permitirá desarrollarte en el ámbito del Periodismo de Moda, Belleza y Lujo 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 del periodismo y la comunicación de moda, belleza y lujo”

Directora Invitada Internacional

Con una extensa trayectoria en el sector de la **Moda** y el **Lujo**, la Doctora Eleonora Cattaneo destaca internacionalmente por sus aportes como **consultora de marcas** de renombre global. Y es que esta reputada experta ha estado relacionada con algunas de las empresas más potentes de **Fortune 500** como **Fiat, CNH Industrial, Renault y Nestlé**, entre otras.

Por años, la investigadora ha indagado en los **contextos socioculturales** vinculados al lujo y las formas en que las compañías de mayor prestigio en este ámbito **crean significados y potencian sus productos o servicios**. Su más reciente libre libro, *Managing Luxury Brands*, también denota su interés por analizar la **influencia medioambiental y social** de esta industria, así como las oportunidades que ofrecen a este campo las innovaciones tecnológicas actuales.

Al mismo tiempo, la Doctora Cattaneo ha colaborado como **Asesora Interna** de varios **Directores de Marketing** para diversas corporaciones. De esa manera, ha proporcionado información y apoyo en el despliegue de **nuevas estrategias de entrada en el mercado, reposicionamiento de marcas y lanzamiento de productos**. Por otro lado, las **comunicaciones internacionales** constituyen otro de sus campos de trabajo más experimentados.

A partir de su amplia capacitación, la especialista fue seleccionada para dirigir el **Programa de Gestión del Lujo y Experiencia del Huésped** en el reconocido Instituto Glion de Suiza. En esa institución de referencia para todo el entramado empresarial europeo, la experta ha respaldado el **desarrollo de habilidades interpersonales y profesionales** en líderes corporativos de todo el mundo. A su vez, antes de ocupar esa posición fue **Directora de programas ejecutivos** para el Swiss Education Group y en la Universidad Regent's de Londres.

En cuanto a su **trayectoria académica**, Cattaneo cuenta con un **Doctorado en Marketing** por la Universidad de Pavía, Italia, y un **MBA** por la Escuela de Administración SDA Bocconi.



Dra. Cattaneo, Eleonora

- Directora del Programa de Gestión del Lujo y Experiencia del Huésped del Instituto Glion, Suiza
- Directora de Programas Ejecutivos en el Swiss Education Group
- Jefa del Programa de Gestión de Marcas de Lujo en la Universidad Regent's de Londres
- Catedrática de Marketing Internacional en el Instituto Universitario Carlo Cattaneo
- Consultora de Marcas como Fiat, CNH Industrial, Renault y Nestlé y otras de la lista Fortune 500
- Doctorado en Marketing por la Universidad de Pavía, Italia
- MBA por la Escuela de Administración SDA Bocconi, Italia
- Licenciatura en la Universidad de Bristol, Reino Unido
- Miembro de: Instituto de Gestión Colegiado de Reino Unido y Centro Suizo para la Investigación del Lujo

“

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

Dirección



RT

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

D. Campos Bravo, Ignacio

- ♦ Grado en Comunicación con doble especialización en Medios para la Inespecialización y Comunicación Corporativa en la Universidad Loyola Andalucía
- ♦ Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda en ISEM
- ♦ Ha trabajado en pequeños medios y agencias de comunicación y, de forma más reciente, en la gestión de punto de venta en canal multimarca de Loewe Perfumes

Dña. Villamil Navarro, Camila

- ♦ Comunicadora social y periodista egresada de la Universidad de La Sabana
- ♦ Actualmente escribe sobre moda y tendencias en el periódico EL TIEMPO
- ♦ Profesora de Fashion Journalism y Marca Personal en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana y coordinadora del Diplomado en Comunicación y Periodismo de Moda

04

Estructura y contenido

El programa en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo de TECH es un programa a su medida que se imparte en formato 100% online para que elija el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 6 meses y que ha sido diseñado por los profesionales más reputados del sector, quienes vierten en esta especialización la ardua experiencia de su trabajo para que usted crezca y se posicione como un comunicador y periodista de primer nivel.



“

A través de un temario muy eficiente, los profesionales aprenderán a manejarse correctamente con el sector de la moda, la belleza y el lujo, tanto si quieren trabajar como periodistas especializados, o como jefes de prensa y comunicación”

Módulo 1. Introducción a la comunicación en la industria de la MBL

- 1.1. Desarrollo y evolución de la industria de la moda
 - 1.1.1. La moda a través de la historia
 - 1.1.2. Evolución de la industria textil
 - 1.1.3. El modelo Fast Fashion y la industria del consumo actual
- 1.2. Principales hitos y características de la industria de la belleza y la perfumería
 - 1.2.1. Historia de la perfumería
 - 1.2.2. La perfumería como principal punto de contacto hacia el mercado del lujo
 - 1.2.3. Comunicación en las principales cadenas de distribución de belleza y perfumería
- 1.3. Introducción a la sociología de la moda
 - 1.3.1. La moda como agente social
 - 1.3.2. Sociología de las tendencias
 - 1.3.3. La moda entendida como concepto artístico
- 1.4. El lujo en el siglo XXI y la experiencia digital
 - 1.4.1. Nuevas formas de entender el lujo
 - 1.4.2. Moda y lujo en el entorno digital
 - 1.4.3. Cómo las herramientas digitales pueden enriquecer la experiencia de lujo
- 1.5. Adaptación del discurso de marca a cada canal de comunicación
 - 1.5.1. Principales canales de comunicación en la industria de la moda, belleza y lujo
 - 1.5.2. Trazando la estrategia de comunicación. Elección del canal y del mensaje
 - 1.5.3. El perfil del comunicador en RR. SS
- 1.6. Evolución del legado de marca en la industria del lujo
 - 1.6.1. La historia como telón de fondo. Construyendo un discurso de marca desde el pasado
 - 1.6.2. El papel de la dirección creativa en el discurso de marca
 - 1.6.3. Comienzo del legado de marca en el siglo XXI
- 1.7. Comunicación de moda en el entorno digital. La globalización y el mercado único
 - 1.7.1. Comunicar en el entorno digital
 - 1.7.2. Internacionalización de las marcas
 - 1.7.3. Efectos de la globalización en la comunicación de la moda y la belleza

- 1.8. Principios del *Branding*
 - 1.8.1. La marca es lo que prevalece. Gestión de intangibles
 - 1.8.2. *Tons and Manners*. Construcción del discurso de marca
 - 1.8.3. Construir una marca en un mercado global
- 1.9. Aproximación a la sostenibilidad en los mercados de MBL
 - 1.9.1. Sostenibilidad y medioambiente en el sistema de la moda. Actores y procesos
 - 1.9.2. Diversidad e Inclusión en la industria de la moda y belleza
 - 1.9.3. Sostenibilidad en el mercado del lujo
- 1.10. El profesional de la comunicación en la industria de la moda
 - 1.10.1. El papel del departamento de comunicación en una empresa de moda
 - 1.10.2. Externalización del departamento de comunicación. El papel de las agencias
 - 1.10.3. Perfiles profesionales de la comunicación en la industria de la moda, belleza y lujo

Módulo 2. Creación de contenidos: el mensaje

- 2.1. Elementos de la comunicación: el emisor, el receptor y el mensaje–eslogan
 - 2.1.1. El proceso de la comunicación y los componentes que intervienen
 - 2.1.2. Mensajes cognitivos, emocionales y sociales en el ecosistema de moda
 - 2.1.3. Evolución del eslogan publicitario en el mercado de la belleza
- 2.2. Métodos tradicionales de transmisión de inespecialización en la industria de la moda: la publicidad
 - 2.2.1. Los anuncios como fuentes de transmisión de valores
 - 2.2.2. La especialización del estereotipo a partir del prototipo
 - 2.2.3. Estructura y composición de una historieta publicitaria
- 2.3. Nuevas herramientas para la creación de contenidos digitales: Ads
 - 2.3.1. El algoritmo de Google Ads
 - 2.3.2. Los niveles de concordancia y las métricas esenciales
 - 2.3.3. Creación de un anuncio para el entorno digital
- 2.4. Canales para la difusión de contenidos en moda, lujo y belleza
 - 2.4.1. Las preferencias del consumidor de moda
 - 2.4.2. Los medios off y online y su complementariedad
 - 2.4.3. Tendencias de difusión de la inespecialización en el mercado del lujo



- 2.5. Personalización de contenidos en el sector del lujo
 - 2.5.1. El estilo del lenguaje de la moda y sus tecnicismos
 - 2.5.2. La felicidad, la calidad y la funcionalidad frente a lo barato, lo gratuito y lo urgente
 - 2.5.3. La comunicación omnidireccional entre marca y usuario
- 2.6. Implantación de la automatización de contenidos en CRM
 - 2.6.1. ¿Qué es el CRM y para qué sirve?
 - 2.6.2. Tipología del mensaje según la segmentación del cliente
 - 2.6.3. Estructura y usabilidad de *Salesforce*
- 2.7. Diseño y composición de la *Newsletter* de moda, belleza y lujo
 - 2.7.1. La organización y la estructura de la información
 - 2.7.2. Diferencias entre la nota de prensa, la newsletter y el anuncio
 - 2.7.3. Frecuencia de las notificaciones y medición del impacto
- 2.8. El estilo del lenguaje y el impacto de la imagen en la industria de la moda
 - 2.8.1. Los colores de “moda”: integrar en pantone en tu estrategia de comunicación
 - 2.8.2. ¿De qué hablan los especialistas de moda?
 - 2.8.3. El diseño de la información
- 2.9. Estructura y aplicación de CMS
 - 2.9.1. La finalidad del gestor de contenidos
 - 2.9.2. Tipología de contenidos para la web de moda
 - 2.9.3. *Prestashop*
- 2.10. El plan de contenidos
 - 2.10.1. Puntos clave en la planificación de contenidos en las áreas de moda y belleza
 - 2.10.2. Campañas estacionales en el sector de la moda
 - 2.10.3. El lanzamiento de campañas flash

Módulo 3. Técnicas de Comunicación en el Ecosistema de la Moda, Belleza y Lujo

- 3.1. El ecosistema de la moda y su composición
 - 3.1.1. Construcción y mantenimiento de un ecosistema *Phygital*
 - 3.1.2. Los recursos de búsqueda y el desarrollo de las SERP
 - 3.1.3. Monitorización y readaptación del ecosistema
- 3.2. Creación de un ecosistema de marca: SEO, SEM y SMO
 - 3.2.1. Posicionamiento del contenido digital: SEO
 - 3.2.2. La creatividad de las campañas de SEM
 - 3.2.3. La relevancia del SMO en el sector de la moda
- 3.3. Diferencias y similitudes en la comunicación de marcas de MBL
 - 3.3.1. Diferencias entre una web de contenidos y un e-commerce
 - 3.3.2. Evolución de los objetivos de la comunicación
 - 3.3.3. La interacción en la creación de contenidos
- 3.4. Técnicas tradicionales de comunicación offline: nota de prensa, noticia y publrreportaje
 - 3.4.1. La comunicación objetiva: la nota de prensa y la inespecialización relevante
 - 3.4.2. La comunicación social: la noticia como conductora de la inespecialización novedosa
 - 3.4.3. La comunicación comercial: el publrreportaje como elemento de ventas
- 3.5. La creación de blogs y revistas digitales de difusión
 - 3.5.1. La comunicación bidireccional en las herramientas estáticas
 - 3.5.2. Estructura y composición de los blogs
 - 3.5.3. Creación de contenido para revistas digitales de moda
- 3.6. Narrativa transmedia y *Storytelling*
 - 3.6.1. La composición del espacio y el tiempo en la comunicación de moda
 - 3.6.2. El realismo virtual en la narrativa transmedia
 - 3.6.3. Etapas en la creación de *Storytelling*





- 3.7. El lenguaje audiovisual en el entorno de la moda
 - 3.7.1. La fuerza de la imagen para el sector de la belleza
 - 3.7.2. El hilo argumental en una historia de marca
 - 3.7.3. La creación de iconos y mitos de la moda
- 3.8. La creación de contenidos a partir del universo Google Trends
 - 3.8.1. Funcionamiento y dinámicas de búsqueda en Google Trends
 - 3.8.2. La descripción de la historia en relación con las palabras clave y las etiquetas propias de la moda
 - 3.8.3. La integración de la competencia y la viralidad
- 3.9. Funcionamiento de un ecosistema en el conjunto del universo
 - 3.9.1. Alineación de contenido y tendencias
 - 3.9.2. La atmósfera musical en la comunicación audiovisual
 - 3.9.3. Fashion Films
- 3.10. Redefinición y adaptación del ecosistema de marca
 - 3.10.1. La creatividad, la innovación y la invención como dinámicas de crecimiento
 - 3.10.2. La inspiración y las aspiraciones del sector de moda
 - 3.10.3. Reordenamiento del universo de la moda: contenidos para el conjunto de la comunidad

“

Una especialización completa que te llevará a través de los conocimientos necesarios para competir con los mejores del sector”

05

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 intensivo 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

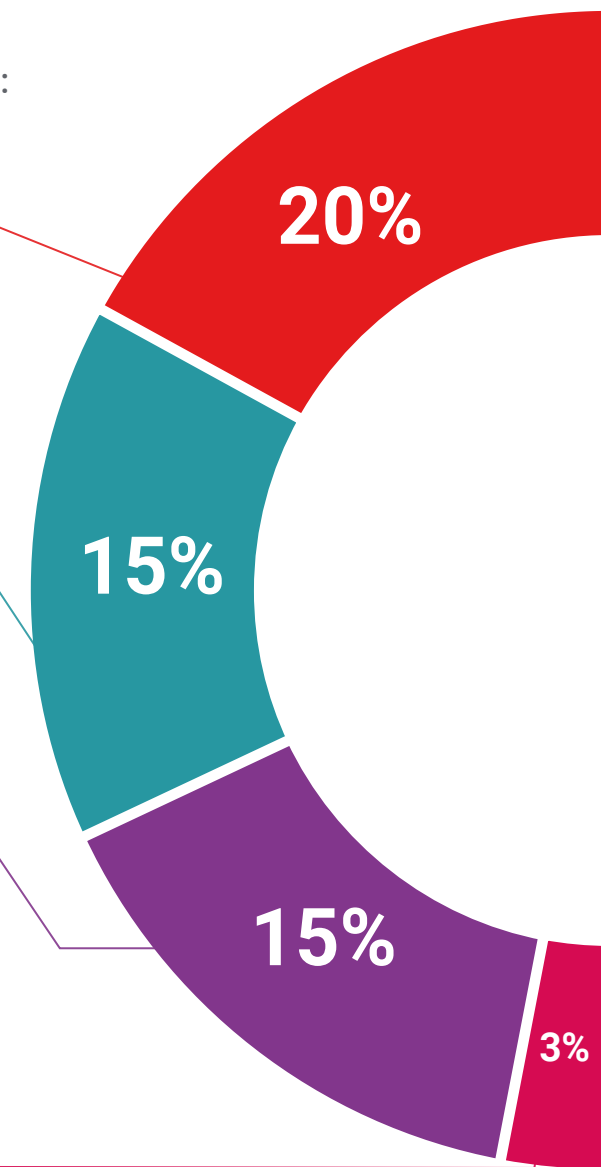
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

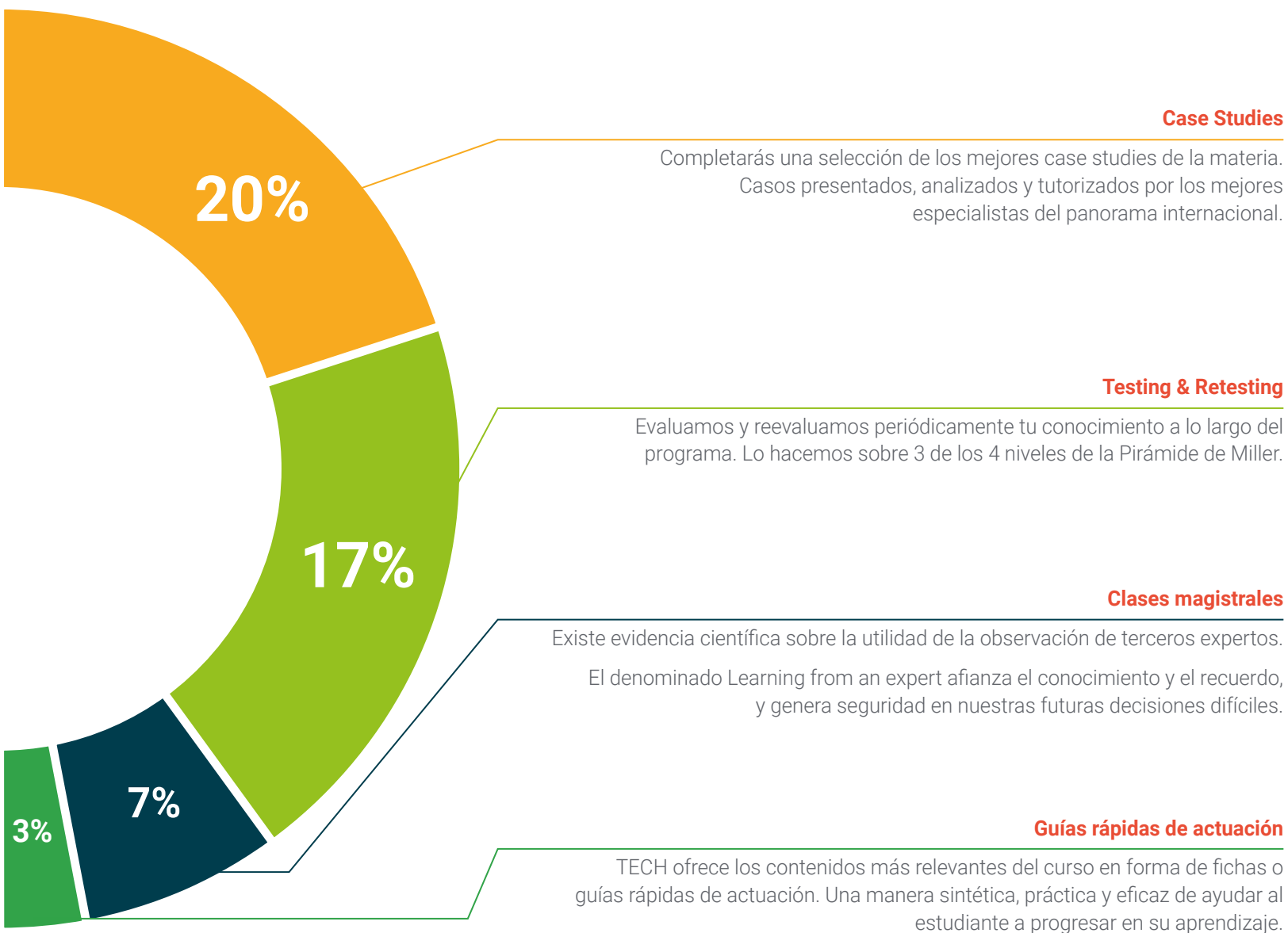
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



06

Titulación

El Experto Universitario en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Experto Universitario, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

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

El programa del **Experto Universitario en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

Título: **Experto Universitario en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**





Experto Universitario
Comunicación en Moda,
Belleza y Lujo

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

Experto Universitario

Comunicación en Moda,
Belleza y Lujo

