

Experto Universitario

Nuevas Formas de
Comunicación en Moda,
Belleza y Lujo





Experto Universitario

Nuevas Formas de 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.techtitute.com/periodismo-comunicacion/especializacion/especializacion-nuevas-formas-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 necesita una continua actualización. Por eso, este Experto Universitario 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 la misma forma, también se estudiará la gestión de la apariencia y la comunicación visual dentro del sector de la moda para poder entender los patrones que funcionan mejor en este sentido y aportar al profesional las competencias necesarias para generar comunicaciones visuales potentes y atractivas para los consumidores.





“

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 Experto 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 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 irá ahondando en las estrategias de gestión de contenidos en empresas de estos ámbitos, prestando especial atención a los nuevos canales comunicativos, como lo son las redes sociales y YouTube y su implicación en el éxito de las empresas del sector. Todo ello, capacitará al profesional para trabajar con éxito en empresas de lujo, la belleza y la moda.

De la misma forma, se desgarrarán y se analizarán 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 los canales comunicativos que otorgan mejores resultados a empresas y medios especializados y que le permitirán usar estos medios con el objetivo de incrementar los resultados de la empresa y, por tanto, llevar a cabo una gestión más eficiente. Además, contará con el acceso privilegiado a un contenido digital de prestigio participando en una serie de *Masterclasses* impartidas por un docente de reconocimiento internacional.

Este **Experto Universitario en Nuevas Formas de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Sus características más destacadas de la formación 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



Benefíciate de Masterclasses exclusivas y potencia así tus capacidades para 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 a través de los nuevos canales comunicativos

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.

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.



02

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades, además de 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 capacitación, será capaz de trabajar con un alto grado de competencias en medios especializados, gabinetes de prensa y departamentos de Marketing, conociendo los medios que otorgan mejores resultados en la difusión de información. 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 capacitación se marca como meta lograr que los alumnos entiendan cuáles son las fórmulas más novedosas que otorgan mejores resultados a 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 sus 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. Métricas para el análisis de la comunicación

- ♦ Entender el proceso de medición en el sector de la comunicación, crear y establecer métricas eficaces y efectivas en función de la identidad de marca
- ♦ Aplicar los indicadores fundamentales y establecer la frontera entre las variables cualitativas y cuantitativas
- ♦ Evaluar los métodos de análisis escogidos y aplicar los resultados a acciones de marca
- ♦ Predecir los resultados de las métricas siguientes para minimizar riesgos
- ♦ Elaborar y presentar un panel de situación específico del sector de la moda, así como un informe de evolución que identifique las líneas de comunicación
- ♦ Reorientar el liderazgo

Módulo 2. La prensa especializada y las relaciones públicas

- ♦ Comprender la comunicación estratégica y aplicarla con responsabilidad ética y profesional
- ♦ Establecer unas relaciones públicas que sirvan al objeto de la comunicación conociendo el funcionamiento de las mismas en el sector de la moda
- ♦ Dirigir a un equipo capaz de crear un evento, así como una experiencia de usuario única, ya sea en el entorno físico o digital
- ♦ Adaptarse a las dinámicas de la prensa especializada en las áreas de moda y belleza
- ♦ Conocer la evolución de las relaciones públicas y las últimas tendencias del mercado
- ♦ Desarrollar habilidades de negociación para establecer acuerdos que constituyan un vínculo social

Módulo 3. Nuevos canales de comunicación: Redes Sociales & YouTube

- ♦ Ofrecer una comunicación directa, personal y adecuada capaz de cumplir con los objetivos específicos de cada red social
- ♦ Visión específica de cada uno de los canales de comunicación digital que existen en la actualidad
- ♦ Comprender cómo se ejerce la influencia desde el canal de la comunicación y las nuevas estrategias de poder que se ejercen desde el entorno digital
- ♦ Replicar un ejercicio de influencia desde un canal de redes sociales
- ♦ Identificar el auge del canal audiovisual como medio líder entre la opinión pública



TECH pone a tu disposición el contenido más novedoso del sector con un solo objetivo: impulsarte para que consigas todos tus objetivos profesionales”

03

Dirección del curso

El diseño de este programa formativo 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 formación 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, 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 en materia de RRPP y canales comunicativos en el sector de la moda, la belleza y el 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

Dña. Cayuela, María José

- ♦ Licenciada en Periodismo y Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona
- ♦ Máster en Dirección Estratégica de Marca y Comunicación de ESADE. PDD
- ♦ Máster en Dirección de Marketing Digital por ESADE y Learning to Grow por IESE
- ♦ Periodista multidisciplinar con más de 20 años en activo en medios y agencias de comunicación
- ♦ Fundadora de The Blogs Family, una plataforma de blogs y redes sociales con contenidos para familias, con más de 1,000.000 de lectores y seguidores en Instagram, Facebook, Twitter, Youtube y TikTok

Dña. Muñiz, Eva

- ♦ Licenciada en Periodismo por la Univ. San Pablo CEU de Madrid con Premio Extraordinario Fin de Carrera
- ♦ Doctorado en Humanidades y CC de la Información
- ♦ Curso postgrado en CC Económicas sobre Estrategia de comunicación e imagen empresarial
- ♦ CEO - Directora de la Agencia de Comunicación Press&Co

04

Estructura y contenido

El Experto Universitario 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 capacitación 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”

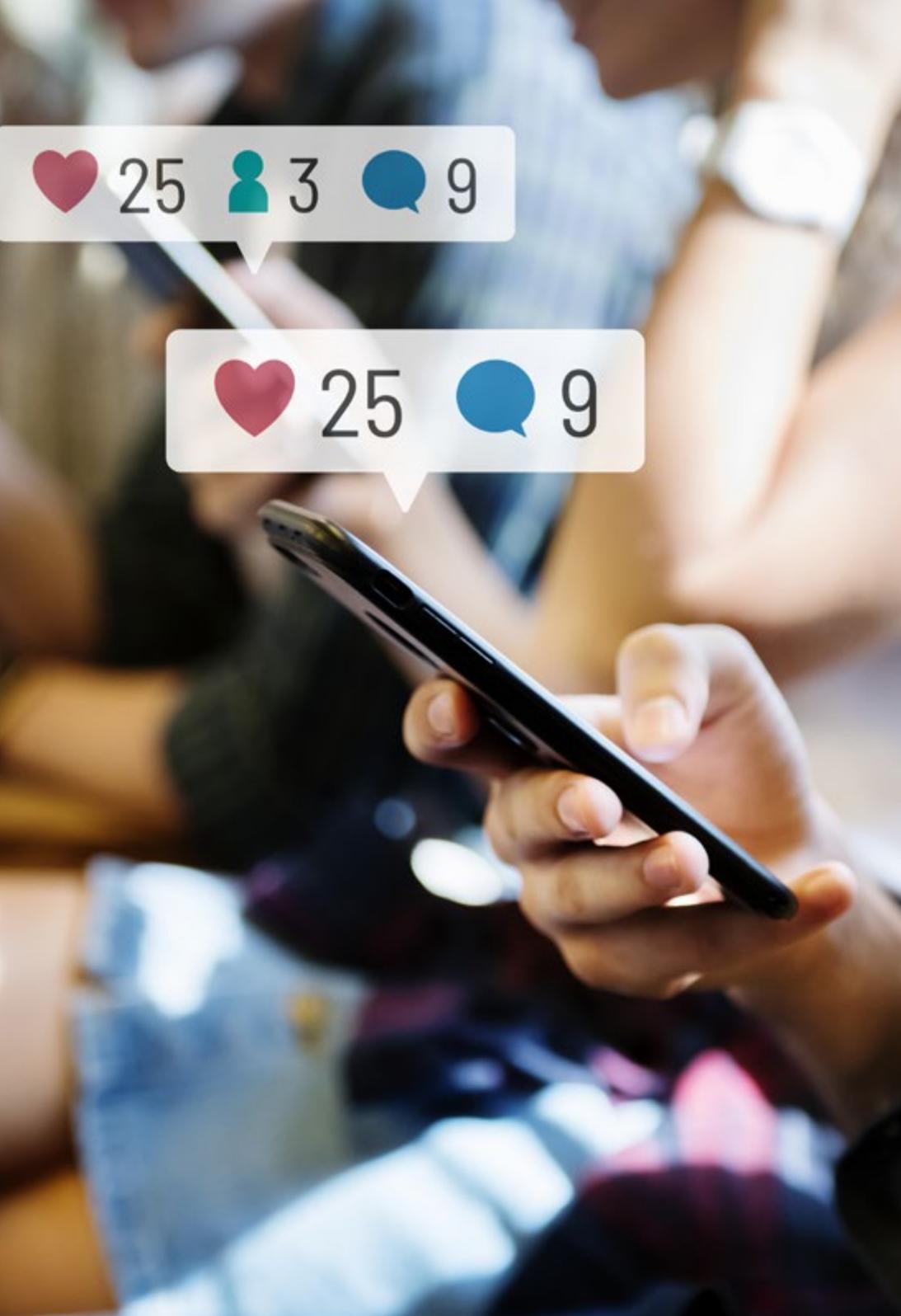
Módulo 1. Métricas para el análisis de la comunicación

- 1.1. El análisis de la comunicación y la gestión de intangibles
 - 1.1.1. La evolución de la comunicación: de las masas a la globalización
 - 1.1.2. Concepto y contexto de activos intangibles
 - 1.1.3. La medición de la marca, la identidad y la cultura empresarial
- 1.2. Los indicadores específicos: más allá de la referencia
 - 1.2.1. ¿De qué está hecha la moda?
 - 1.2.2. Indicadores específicos del entorno de la moda
 - 1.2.3. El objetivo de la medición y la elección del método
- 1.3. Detección de errores de medición
 - 1.3.1. El análisis de errores: la inferencia y el método contrastivo
 - 1.3.2. Tipología de errores y su gravedad en la comunicación de moda
 - 1.3.3. La planificación y el presupuesto en las acciones comunicativas
- 1.4. Métricas tradicionales para el análisis de la comunicación
 - 1.4.1. Principios estadísticos y la estructura de los datos
 - 1.4.2. Metodología de la investigación cualitativa
 - 1.4.3. Tipología de métricas tradicionales: estructura y función
- 1.5. Métricas digitales: Google Analytics
 - 1.5.1. El posicionamiento web en las marcas de moda
 - 1.5.2. ¿Qué estamos midiendo en el entorno digital?
 - 1.5.3. Tipología de métricas digitales: estructura y función
- 1.6. Creación y adaptación del producto comunicativo
 - 1.6.1. El valor del producto comunicativo en la industria de la moda
 - 1.6.2. La interpretación de los datos y la efectividad de las soluciones
 - 1.6.3. Las percepciones individuales ocultas en la psicología del consumidor de moda
- 1.7. Impacto de la medición en la toma de decisiones
 - 1.7.1. Preguntas adecuadas y planteamiento de hipótesis
 - 1.7.2. *Benchmark* y el entorno competitivo
 - 1.7.3. La gestión del cambio, la confianza y la medición del éxito en una marca de moda

- 1.8. Las predicciones y la métrica como estrategia a la largo plazo
 - 1.8.1. El patrón de comportamiento de la marca
 - 1.8.2. El mapa de frecuencias y el análisis de la evolución de moda
 - 1.8.3. Simulación de escenarios de innovación
- 1.9. El informe analítico y su presentación
 - 1.9.1. Objetivo del informe: el patrón de comportamiento de la marca
 - 1.9.2. Componentes del informe analítico de la comunicación de moda
 - 1.9.3. Visualización de datos
- 1.10. Evaluación exprés para situaciones de crisis
 - 1.10.1. Las variables decisivas
 - 1.10.2. El impacto a corto plazo y la reformulación de la estrategia
 - 1.10.3. Los intocables: la escala de prioridades de una marca de moda

Módulo 2. La prensa especializada y las relaciones públicas

- 2.1. La comunicación en la prensa especializada
 - 2.1.1. Los medios de comunicación especializados en moda y belleza, la prensa femenina
 - 2.1.2. El papel de la agencia de comunicación en la comunicación
 - 2.1.3. El valor actual de la prensa offline
- 2.2. Evolución de los modelos de la comunicación en las RR. PP
 - 2.2.1. Concepto de las relaciones públicas
 - 2.2.2. Aproximación teórica a los modelos clásicos de RR. PP (Grunig y Hunt)
 - 2.2.3. Hacia un nuevo planteamiento de las RR. PP, el 5º modelo
- 2.3. La comunicación persuasiva en las RR. PP
 - 2.3.1. Componente persuasivo e informativo de las RR. PP
 - 2.3.2. Diferenciación entre las relaciones públicas y la actividad periodística
 - 2.3.3. La función de las RR. PP frente a la función del Marketing y la publicidad
- 2.4. Herramientas para la comunicación con la prensa
 - 2.4.1. El gabinete de prensa y su funcionamiento
 - 2.4.2. Los materiales de prensa útiles
 - 2.4.3. ¿Cómo construir una nota de prensa eficaz?



- 2.5. Planificación y estrategia de comunicación en moda y belleza
 - 2.5.1. Estudio previo: análisis del *briefing*
 - 2.5.2. El método RACE
 - 2.5.3. El plan de comunicación
- 2.6. Acciones de comunicación y eventos para la moda y belleza
 - 2.6.1. Tipos de comunicación al servicio de las marcas
 - 2.6.2. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación
 - 2.6.3. Diseño de actividades y agenda *Setting* en belleza y moda
- 2.7. La medición de resultados
 - 2.7.1. La necesidad de monitorización de las relaciones públicas
 - 2.7.2. Herramientas clásicas de medición cuantitativa: *Clipping* y VPE
 - 2.7.3. La importancia de la valoración cualitativa
- 2.8. Errores a evitar en la comunicación y el ámbito de las RR. PP
 - 2.8.1. Restar importancia de los medios
 - 2.8.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
 - 2.8.3. Improvisación vs Planificación
- 2.9. Ética y perspectiva psicosocial
 - 2.9.1. Las relaciones públicas en el siglo XXI: entre el progreso y el bienestar social
 - 2.9.2. Responsabilidad social y relaciones públicas
 - 2.9.3. La ética de las RR. PP: autoconciencia, independencia y compromiso
- 2.10. Últimas tendencias y estudios en las relaciones públicas
 - 2.10.1. Las nuevas RR. PP, más "sociales" que nunca
 - 2.10.2. Comunicación emocional y neuromarketing
 - 2.10.3. *Insights* clave de los consumidores actuales

Módulo 3. Nuevos canales de comunicación: redes sociales & YouTube

- 3.1. La influencia y otras estrategias de poder en los nuevos canales digitales
 - 3.1.1. Las estrategias de poder vinculadas a la comunicación de moda
 - 3.1.2. Ejercer la influencia en el ámbito de las redes sociales
 - 3.1.3. La gestión de los nuevos líderes digitales: influencers de moda
- 3.2. La elección del canal de comunicación: teoría Forrester Research
 - 3.2.1. La nueva opinión pública: dirigir a las masas de uno en uno
 - 3.2.2. ¿Qué es la teoría Forrester?
 - 3.2.3. Aplicación de la teoría Forrester Research a la industria de la moda
- 3.3. El poder del lenguaje audiovisual y la comunicación no verbal
 - 3.3.1. La creciente cuota de mercado de la comunicación no verbal
 - 3.3.2. El impacto del mensaje audiovisual en la moda
 - 3.3.3. Composición del discurso fotográfico en las redes sociales
- 3.4. Evolución y funcionamiento de las redes sociales en la industria de la moda
 - 3.4.1. Etapas de surgimiento y evolución de Internet
 - 3.4.2. La estrategia multicanal dentro de las redes sociales de moda
 - 3.4.3. ¿Qué es una red social? Diferencias con los canales tradicionales
- 3.5. Facebook, la gran base de datos
 - 3.5.1. La comunicación transversal
 - 3.5.2. El interés de la comunidad
 - 3.5.3. Modelos de presencia en Facebook
- 3.6. Instagram, mucho más que fotos de moda
 - 3.6.1. Los mensajes emocionales y la gestión de la empatía
 - 3.6.2. La intimidad del día a día en imágenes
 - 3.6.3. Destacar en la red social más importante de la moda
- 3.7. El contenido profesional de LinkedIn
 - 3.7.1. La creación de la marca personal
 - 3.7.2. Los mensajes cognitivos en una marca de moda
 - 3.7.3. Gestión de las relaciones con la competencia





- 3.8. La politización de Twitter
 - 3.8.1. La comunicación impulsiva y omnidireccional
 - 3.8.2. El mensaje directo y la creación de contenidos en 20 caracteres
 - 3.8.3. El impacto de los titulares: de la profundidad a la ligereza
- 3.9. TikTok, más allá de la generación Z
 - 3.9.1. La revolución audiovisual y la aceleración de los cambios de look en un contexto slow fashion
 - 3.9.2. La democratización en la creación de contenidos audiovisuales
 - 3.9.3. La moda como hecho noticioso y noticiable
- 3.10. YouTube, como exponente del contenido audiovisual
 - 3.10.1. La gestión de las expectativas en la creación de contenidos audiovisuales
 - 3.10.2. Mapa de contenidos en YouTube sobre moda, belleza y lujo
 - 3.10.3. Nuevas tendencias en la opinión pública: los microinfluencers

“Una capacitación 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.



05

Titulación

El Experto Universitario en Nuevas Formas de 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 Nuevas Formas de 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 Nuevas Formas de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo**

Modalidad: **online**

Duración: **6 meses**

Acreditación: **18 ECTS**



*Apostilla de la Haya. En caso de que el alumno solicite que su diploma de TECH Global University recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad FUNDEPOS realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

tech universidad
FUNDEPOS

Experto Universitario
Nuevas Formas de
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

Nuevas Formas de
Comunicación en Moda,
Belleza y Lujo

