Máster Título Propio

MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo

MBADVML



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo

Idioma: **Español**

Modalidad: **Online**

Duración: **12 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **1.500 h.**

Dirigido a: **estudiantes y profesionales de la industria de la moda que estén interesados en el negocio, la gestión y la transformación digital del sector.**

Acceso web: **www.techtitute.com/escuela-de-negocios/master/master-mba-direccion-ventas-moda-lujo**

Índice

01 Bienvenida — pág. 4

02 ¿Por qué estudiar en TECH? — pág. 6

03 ¿Por qué nuestro programa? — pág. 10

04 Objetivos — pág. 14

05 Competencias — pág. 20

06 Estructura y contenido — pág. 26

07 Metodología — pág. 34

08 Perfil de nuestros alumnos — pág. 42

09 Dirección del curso — pág. 46

10 Impacto para tu carrera — pág. 52

11 Beneficios para tu empresa — pág. 56

12 Titulación — pág. 60

02

¿Por qué estudiar en TECH?

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





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

En TECH Universidad Tecnológica

Innovación

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

"Caso de Éxito Microsoft Europa" por incorporar en los programas un novedoso sistema de multivídeo interactivo.

Máxima exigencia

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

95% | **de los alumnos de TECH finaliza sus estudios con éxito**

Networking

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

+100.000 **directivos capacitados cada año**

+200 **nacionalidades distintas**

Empowerment

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

+500 | **acuerdos de colaboración con las mejores empresas**

Talento

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

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

Contexto Multicultural

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

Los alumnos de TECH provienen de más de 200 nacionalidades.



Aprende con los mejores

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

Profesores de 20 nacionalidades diferentes.

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

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

Análisis

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

Excelencia académica

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

Economía de escala

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

03

¿Por qué nuestro programa?

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

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





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

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

01

Dar un impulso definitivo a la carrera del alumno

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

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

02

Desarrollar una visión estratégica y global de la empresa

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

Nuestra visión global de la empresa mejorará tu visión estratégica.

03

Consolidar al alumno en la alta gestión empresarial

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

Trabajarás más de 100 casos reales de alta dirección.

04

Asumir nuevas responsabilidades

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

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

05

Acceso a una potente red de contactos

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

Encontrarás una red de contactos imprescindible para tu desarrollo profesional.

06

Desarrollar proyectos de empresa de una forma rigurosa

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

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

07

Mejorar *soft skills* y habilidades directivas

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

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

08

Formar parte de una comunidad exclusiva

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

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

04

Objetivos

El MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo ofrece una vía para mejorar la estrategia de negocio o crear caminos entre lo físico y lo digital incorporándote al posicionamiento omnicanal. De esta manera, las vías de trabajo se enfocarán en el aprovechamiento de los datos objetivos para crear una experiencia personalizada con base en las preferencias de los clientes, controlar el mensaje de la marca con un estilo consistente en todos sus canales y darle al cliente más vías para realizar la compra. Se trata de conocer más sobre la transformación digital, el comercio electrónico y las nuevas tecnologías, pero sin olvidar el punto de venta físico, el *Storytelling*, y el entendimiento de la Moda como industria y como fenómeno social, haciendo hincapié en el mundo de las tendencias y la sostenibilidad. Esta visión holística permitirá implementar una estrategia omnicanal de forma exitosa y hacer que todo gire en torno a los clientes y las personas.





El objetivo de este programa es el aprendizaje del diseño y la implementación de una estrategia omnicanal en una marca de fashion retail. Un objetivo que conseguirás con ayuda de una capacitación de alto nivel"

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

capacitará al alumno para:

01 Ser capaz de diseñar e implementar una estrategia omnicanal en una marca de *Fashion Retail*

02 Saber realizar un análisis correcto del sector *Fashion Retail*, el modelo de negocio de la empresa y las nuevas tendencias de consumo que facilite la toma de decisiones

03 Saber usar los datos para crear una oferta y experiencia personalizada para los clientes

04 Conocer más acerca del comercio electrónico omnicanal y todas las estrategias digitales



05 Hacer que todo gire en torno a los clientes y las personas, crear lealtad hacia la marca y generar más ventas

06 Conocer las *Fashion Tools* necesarias para la gestión omnicanal de una empresa de Moda y su aplicación con ejemplos de casos reales



07 Conocer el concepto de Moda, sus orígenes y sus antecedentes históricos con el fin de poder sintetizar y explicar los debates clave en el estudio analítico y reflexivo sobre las primeras teorías de Moda, la sociedad de consumo y la producción cultural y su evolución

08 Conocer el *Branding*, su evolución y aplicación en el mundo del Lujo actual

09 Aprender cómo se establece Instagram como plataforma para este tipo de comunicación

10 Conocer el concepto de *Visual Merchandising* desde el ámbito de la Moda, que permite apreciar la complejidad que presenta y la disparidad de aproximaciones al término que existen

11 Adquirir las capacidades necesarias para desarrollar e implantar acciones comerciales en el punto de venta, mejorar las habilidades profesionales, así como las capacidades técnicas y teóricas en la venta visual

12 Entender y manejar los principios del posicionamiento web y del Marketing en buscadores

13 Desarrollar habilidades para la realización de campañas publicitarias en Internet

14 Aprender a usar las métricas y las herramientas de análisis más importantes del Marketing online



15 Conocer el entorno y los nuevos consumidores de la industria *Fashion Retail*, para poder comprender sus necesidades y detectar nuevas oportunidades en el mercado

16 Entender el concepto de omnicanalidad y el efecto que tiene tanto en los clientes como en la cadena de valor de una empresa de Moda



17 Aprender el por qué la sociedad, a través de los cambios sociales y culturales, modifica su consumo de Moda, demandando a la industria textil una forma diferente de hacer las cosas

18 Conocer cómo surge el interés por la sostenibilidad desde sus orígenes hasta la actualidad

19 Profundizar en las diferentes tipologías de e-Commerce, plataformas más utilizadas y principales características según marca o producto

20 Predecir las tendencias de Moda mediante la identificación de patrones de conducta, la construcción de secuencias de hechos y su traducción a un esquema de representación

05

Competencias

Después de superar las evaluaciones del MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo, el profesional habrá adquirido las competencias necesarias para una praxis de calidad y actualizada con base en la metodología didáctica más innovadora.





Te damos la oportunidad de conocer en profundidad el negocio de la moda omnicanal para desarrollar las competencias necesarias que te permitan desarrollarte con éxito en este sector"

01 Conocer, comprender y analizar el entorno del *Fashion Retail* tanto físico como digital

02 Implementar una estrategia omnicanal en un negocio de Moda

03 Identificar oportunidades de negocio y coordinarlas de cara a potenciar los intercambios en el punto de venta

04 Desarrollar el conocimiento técnico de la transformación digital y la comprensión de las principales estrategias digitales en la actualidad



05 Potenciar la capacidad de análisis y planificación estratégica omnicanal

06 Conocer, a través de la investigación, el comportamiento del consumidor actual y su evolución, que permita diseñar nuevos productos y experiencias de valor para ellos



07 Estructurar la coordinación y optimización de los recursos de Marketing y ventas, para obtener un mayor resultado tanto en el punto de venta físico como online

08 Potenciar la capacidad de innovación y creatividad empresarial con el objeto de optimizar los recursos y la toma de decisiones

09 Manejar la tecnología especializada en *Retail*, operaciones y logística

10 Comprender el mercado actual y futuro, así como la dinámica de relación de los consumidores y las marcas para desarrollar un *Storytelling* de identidad e imagen de marca idónea y coherente en todos los puntos de contacto

11 Gestionar una organización basada en la omnicanalidad

12 Crear camino entre lo físico y lo digital y mejorar la relación entre en online y el offline

13 Realizar un análisis correcto del sector *Fashion Retail*, el modelo de negocio de la empresa y las nuevas tendencias de consumo que facilite la toma de decisiones

14 Saber usar los datos para crear una oferta y experiencia personalizada para los clientes



15 Controlar el mensaje de marca y que sea coherente y consistente de la misma manera en todos los canales

16 Dar a los clientes más vías para realizar la compra



17 Conocer más acerca del comercio electrónico omnicanal y todas las estrategias digitales

18 Hacer que todo gire en torno a los clientes y las personas, crear lealtad hacia la marca y generar más ventas

19 Comprender la sostenibilidad y saber gestionarla en todos los ámbitos de un negocio de moda

20 Conocer las *Fashion Tools* necesarias para la gestión omnicanal de una empresa de Moda y su aplicación con ejemplos de casos reales

06

Estructura y contenido

Los contenidos de este programa han sido desarrollados por diferentes profesores con una finalidad clara: conseguir que el alumnado adquiera todas y cada una de las habilidades necesarias para convertirse en verdaderos expertos en Dirección de Ventas de Moda y Lujo. El contenido de este MBA les permitirá aprender todos los aspectos de las diferentes disciplinas implicadas es esta área. Un programa completísimo y muy bien estructurado que les llevará hacia los más elevados estándares de calidad y éxito.





Un completísimo programa docente, estructurado en unidades didácticas muy bien desarrolladas, orientadas a un aprendizaje eficaz y rápido, compatible con tu vida personal y profesional"

Plan de estudios

El MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que les preparará para diseñar e implementar las herramientas y estrategias necesarias en esta forma de venta y relación con el cliente. Su contenido está pensado para favorecer el desarrollo de las competencias que permitan la toma de decisiones con un mayor rigor en el cambiante entorno de la industria de la moda.

A lo largo de 1.500 horas de estudio, analizarán multitud de casos prácticos mediante el trabajo individual, logrando un aprendizaje profundo que permitirá adquirir las habilidades necesarias para desarrollarse con éxito en el sector. Se trata, por tanto, de una auténtica inmersión en situaciones reales de negocio.

Este programa trata en profundidad diferentes áreas de las empresas de moda y está diseñado para especializar a directivos que entiendan este desarrollo de futuro desde una perspectiva estratégica, internacional e innovadora.

Un plan pensado para los profesionales de esta área, enfocado en su mejora profesional y que les preparará para alcanzar la excelencia y una capacidad extrema en este contexto laboral. Un programa que entiende sus necesidades y las de su empresa mediante un contenido innovador basado en las últimas tendencias, y apoyado por la mejor metodología educativa y un claustro excepcional, que les otorgará competencias para resolver situaciones críticas de forma creativa y eficiente.

Este programa se desarrolla en 12 meses y se distribuye en 10 módulos:

Módulo 1	Sociología de Moda y Tendencias
Módulo 2	*Fashion and Luxury Branding and Storytelling*
Módulo 3	*Visual Merchandising y Retail Experience*
Módulo 4	Marketing digital para marcas de moda
Módulo 5	Sostenibilidad en la moda
Módulo 6	Transformación digital e innovación en el sector de la moda
Módulo 7	*Fashion Digital Strategy*
Módulo 8	Gestión tecnológica y digital en moda y lujo: *Tools*
Módulo 9	*Fashion Consumer Insights*
Módulo 10	Omnicanalidad y experiencia de cliente. El *Retail* y la gestión de tiendas de moda



¿Dónde, cuándo y cómo se imparte?

TECH ofrece la posibilidad de desarrollar este MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo de manera totalmente online. Durante los 12 meses que dura la capacitación, el estudiante podrá acceder a todos los contenidos de este programa en cualquier momento, lo que le permitirá autogestionar su tiempo de estudio.

Una experiencia educativa única, clave y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional y dar el salto definitivo.

Módulo 1. Sociología de Moda y Tendencias

1.1. Historia y sociología de la moda
1.1.1. Semiótica, aspectos culturales e identidad a través de la moda
1.1.2. Movimientos sociales y tribus urbanas

1.2. Cambio social en el consumo de moda: los efectos de la "neomanía"
1.2.1. La "moda líquida" y la nueva cultura *Millenial*
1.2.2. *Transformación digital* y el fenómeno *Influencer*

1.3. Reinvención de los negocios de moda y el nuevo consumidor
1.3.1. El post lujo: nuevas tipologías y arquetipos de consumidores de moda
1.3.2. *Drivers* de cambio y nuevas tendencias en el sector de la moda post-COVID-19

1.4. La cultura de la creatividad y el consumo de lo exclusivo

Módulo 2. *Fashion and Luxury Branding and Storytelling*

2.1. El *Branding* y su evolución

2.2. El concepto del lujo y su evolución

2.3. El nuevo escenario y la aparición de nuevos mercados

2.4. Dimensiones de las marcas de lujo

2.5. *Storytelling, Branding* activo

2.6. La construcción de la marca a través de la elaboración del relato

2.7. La difusión del relato

2.8. Puntos de contacto con la marca

2.9. *Transmedia Storytelling*

2.10. Instagram, plataforma de *Luxury Storytelling*

Módulo 3. *Visual Merchandising y Retail Experience*

3.1. Introducción al *Visual Merchandising*. Evolución de los espacios comerciales

3.2. Las tiendas de moda hasta nuestros días

3.3. Análisis arquitectónico de tiendas. Herramientas de diseño de espacios
3.3.1. Aproximación: lugar, antecedentes e intención
3.3.2. Exterior: escaparate y fachada
3.3.3. Interior
3.3.3.1. Distribución en planta y atmósfera
3.3.3.2. Mobiliario, señalización y materiales

3.4. Diseño de espacios: la tienda del futuro

3.5. De la idea de negocio a la experiencia en una tienda

Módulo 4. Marketing digital para marcas de moda

4.1. Introducción y vocabulario básico
4.2. Modelos de venta online
4.3. Tipos de clientes
4.4. Pasos claves del e-Commerce asociados al Marketing digital
4.5. *Social Media* Marketing
4.6. E-mail Marketing
4.7. *Mobile* Marketing
4.8. Marketing viral e *Influencer* Marketing
4.9. Promoción de ventas y patrocinios online
4.10. Tendencias de futuro

Módulo 5. Sostenibilidad en la moda

5.1. Del consumo y el hiperconsumo al consumo transformador
5.2. Cambio de paradigma: de un sistema lineal a uno circular
5.3. Nuevos textiles sostenibles y certificaciones textiles
5.4. Ecogestión textil
5.5. Optimización de la logística
5.5.1. *Packaging*
5.6. Reciclaje
5.6.1. El punto de venta: de la digitalización de los espacios al sistema ecoeficiente de los *Greener Store Experience*
5.7. Nuevos modelos de negocio
5.8. La reputación de marca, la RSC y el *Greenwashing*

Módulo 6. Transformación digital e innovación en el sector de la moda

6.1. La transformación digital en el sector
6.1.1. La industria 4.0
6.1.2. Los habilitadores digitales
6.1.2.1. El dato
6.1.2.1.1. IA, *Digital Interaction*, IoT y robótica
6.1.2.1.2. *Blockchain*, entendimiento de la tecnología y cómo aporta la misma valor al sector
6.2. La omnicanalidad y su impacto en el sector retail
6.3. Ecosistemas *Startup*
6.4. Modelos de negocio digitales
6.5. Metodologías de innovación

Módulo 7. *Fashion Digital Strategy*

7.1. Tecnología y consumidor: tipologías del público objetivo y segmentación estratégica del consumidor

7.2. Analítica previa a la estrategia digital: momento 0 y KPI's estratégicos

7.3. E-commerce: tipologías y plataformas

7.4. *Branding*: visual y textual a comunicar

7.5. Posicionamiento: catálogo idóneo

7.6. Plataformas sociales de *Ads*

7.7. *Social Selling* y *Inbound* Marketing

7.8. Marketing *Automation*: email Marketing y Bot Marketing

7.9. Rol del CRM y *Big Data* en la estrategia empresarial

7.10. ROI & *Metrics*

Módulo 8. Gestión tecnológica y digital en moda y lujo: *Tools*

8.1. Introducción al uso tecnológico de la moda

8.2. Creación y mantenimiento de la identidad-posicionamiento

8.2.1. Google Analytics y Google Ads

8.3. Data Driven

8.3.1. Gestión de métricas clave y creación de secuencias de patrones-Excel

8.4. Simulación de escenarios de innovación-Microsoft Power BI

8.5. Fidelización y mantenimiento de clientes-Salesforce

8.6. Segmentación de públicos-gestión de bases de datos SQL

8.7. Creatividad a partir del uso de datos-Python

8.7.1. Marketing de contenidos

Módulo 9. *Fashion Consumer Insights*

9.1. La necesidad de conocer al consumidor en el contexto actual

9.2. Estrategia *Human* y *Citizen Centricity*

9.2.1. Características principales de una estrategia centrada en las personas y la importancia del dato

9.2.2. ¿Cómo adoptar una estrategia *Human Centric* en una empresa de moda?

9.3. Metodología *Human-Centric*

9.3.1. *Design Thinking* y *Market Intelligence*

9.3.2. Posicionamiento y percepción de una marca de moda

9.3.3. *Customer Insights* y *Customer Journey*

9.3.4. Arquetipos y *Buyer* personas

9.4. Recursos y técnicas de investigación

Módulo 10. Omnicanalidad y experiencia de cliente. El *Retail* y la gestión de tiendas de moda

10.1. Concepto de omnicanalidad y su efecto sinérgico: la conveniencia para el cliente y su cadena de valor

10.2. Equipos y personas, capacidades y flujos en el *Fashion Retail*

10.3. Objetivos e indicadores clave en el *Fashion Retail* y la gestión de tiendas de moda

10.4. La operativa en fashion- retail para superar las expectativas de cliente
- 10.4.1. Variedad de productos y servicios ofrecidos: flexibilidad en volumen y requerimientos
- 10.4.2. Capacidad de respuesta
- 10.4.3. Coste para buscar la rentabilidad
- 10.4.4. Consistencia
- 10.4.5. Adaptabilidad

10.5. Servicios y tecnologías para el *Fashion Retail* y su gestión

Un proceso de aprendizaje tan completo y apasionante que se convertirá en una experiencia única de crecimiento profesional y personal”

08

Perfil de nuestros alumnos

El MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo es un programa dirigido a profesionales que quieran actualizar sus conocimientos, descubrir nuevas formas de innovar y avanzar en su carrera profesional. La diversidad de participantes con diferentes perfiles académicos y procedentes de múltiples nacionalidades conforma el enfoque multidisciplinar de este programa.



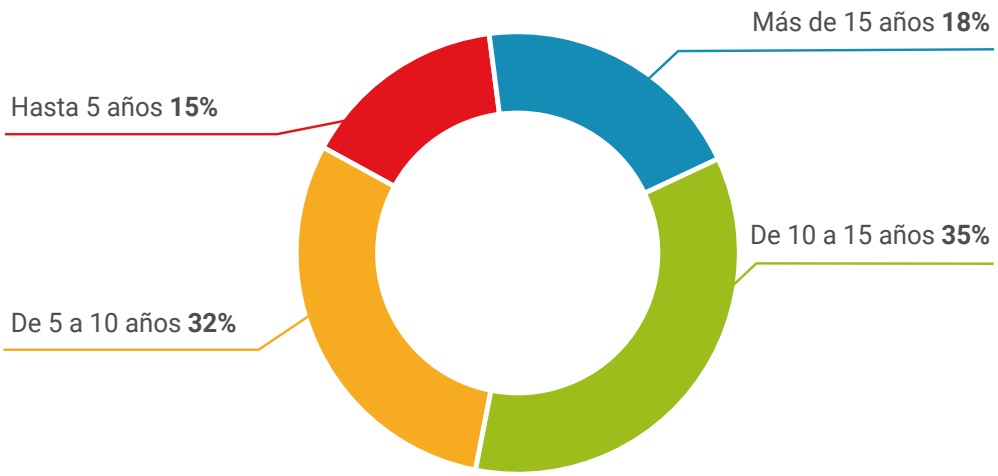


La élite se alcanza con esfuerzo y rodeándose de los mejores. Te estamos esperando"

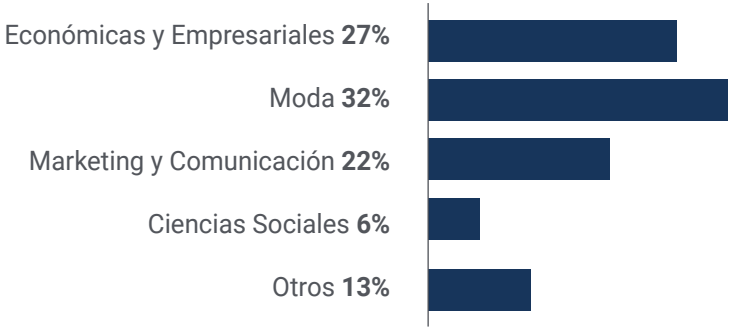
Edad media

Entre **35** y **45** años

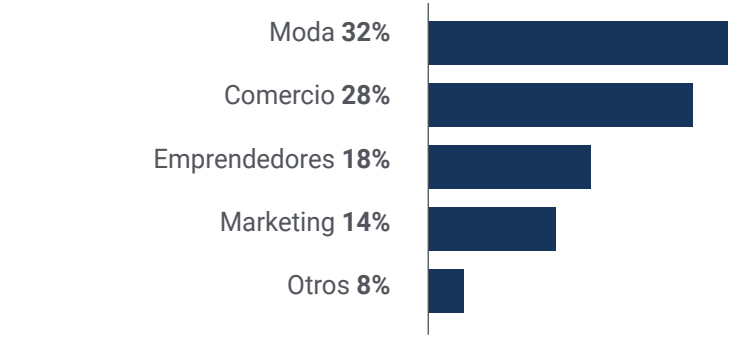
Años de experiencia



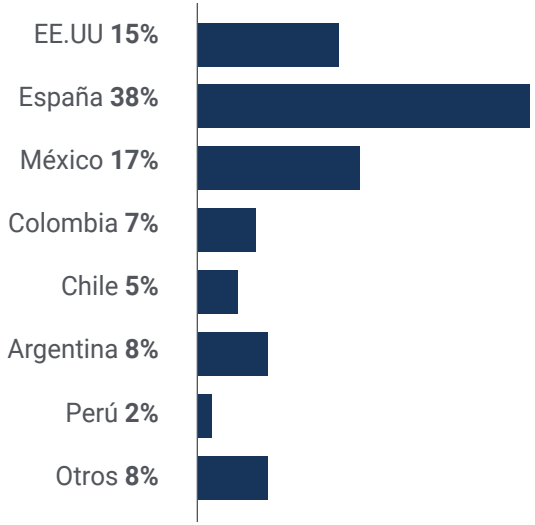
Formación



Perfil académico



Distribución geográfica





María Lobezno

Emprendedora

"El Omnichannel suponía para mí un desafío con el que no me sentía capacitada para emprender con mi marca de moda. Después del MBA he podido poner en marcha las estrategias digitales que necesitaba. Y lo he hecho justo a tiempo para poder mantenerme en el mercado en una situación cada vez más exigente"

09

Dirección del curso

El programa incluye en su cuadro docente expertos de referencia en el sector *Fashion Retail*, que vierten en este programa la experiencia de sus años de trabajo. Además, participan en su diseño y elaboración otros especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan el máster de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





Nuestro equipo docente te ayudará a adquirir los conocimientos más relevantes en este campo, para que te desarrolles con total soltura en tu práctica habitual”

Dirección



Dña. Bravo Durán, Sandra

- Experta en Trend Forecasting y Customer Insights
- Consultora de Clientes y Digital en Everis
- Socióloga y economista por la Universidad de Salamanca
- Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School
- Programa de Innovación Social, Sostenibilidad y Reputación de empresas de moda en ISEM
- PhD Candidata en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra
- Imparte clases en diferentes universidades y escuelas de negocio en torno a la industria de la moda y el lujo. En la actualidad

Profesores

Dra. Velar, Marga

- Profesora Asociada en la Universidad Antonio de Nebrija. En la actualidad
- Consultora de Comunicación y Marca para pequeñas marcas y fundaciones
- Doctora en Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid
- Licenciada en Comunicación Audiovisual con diploma en Comunicación y Gestión de Moda por el Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense
- MBA en Gestión de Empresas de Moda por ISEM Fashion Business School, Universidad de Navarra
- Directora de Forefashion Lab, un observatorio de estudios de moda, Desde 2013
- Ha dado clases en el Centro Universitario Villanueva, en ISEM Fashion Business School y en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra

Dra. Josa, Eugenia

- Docente en ESNE, CEDEU y ELLE Education
- Profesora de ISEM Fashion Business School
- Docente en el Máster de ISEM Fashion Business School
- Responsable del Fashion and Creativity Management y Docente de Taller de Diseño IV en el Grado de Diseño de la Universidad de Navarra
- Doctora en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra
- Licenciada en Arquitectura por la Universidad de Navarra
- Arquitectura Especializada en Paisaje y Medio Ambiente por la Universidad de Navarra
- Máster de ISEM Fashion Business School

Dra. San Miguel, Patricia

- Profesora de Marketing Digital en ISEM Fashion Business School y la Universidad de Navarra
- Doctora por la Universidad de Navarra
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid
- Executive Fashion MBA en ISEM
- Creadora y Directora del Observatorio de Análisis del Impacto Digital de Marcas de Moda Digital Fashion Brands (digitalfashionbrands.com)
- Dentro de su labor como docente e investigadora, es profesora visitante en la Universidad de la Suiza Italiana, e investigadora visitante en el Fashion Institute of Technology de Nueva York y en la Universidad de Florencia
- Ponente en diversos congresos nacionales e internacionales de Comunicación y Marketing

D. De Rivera, Javier

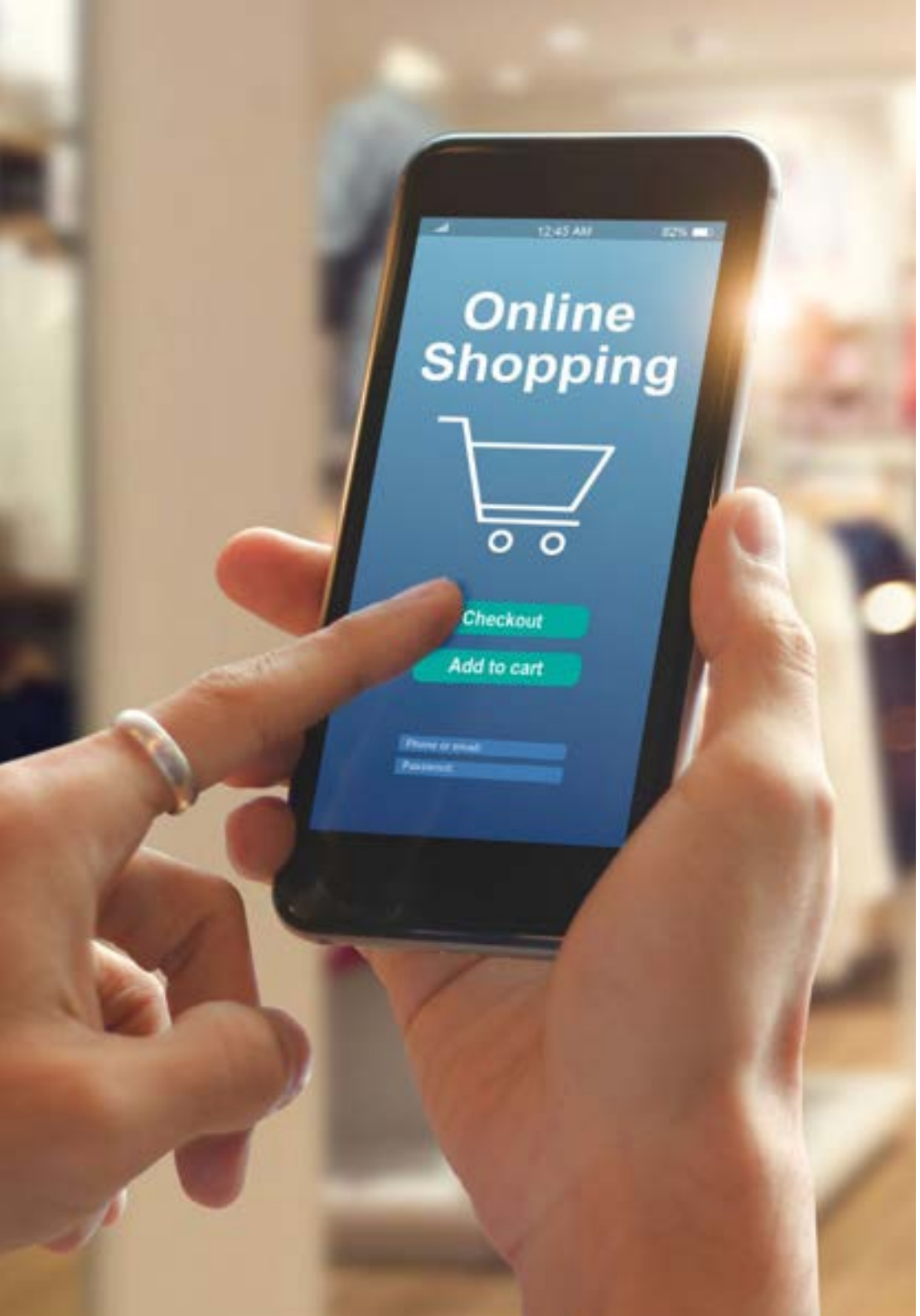
- Socio - Rivera Consulting & Support
- Consultor de Transformación y Alto Rendimiento en RetailConsultor de Transformación y Alto Rendimiento en Retail. ActioGlobal
- Miembro Asociado de Huete&Co
- Consejero, CEO, director general y financiero, consultor y asesor en empresas como Neck&Neck, Gocco, Textura, Tomblack, Ecoalf, Trucco, Intropia, Saga Furs, Lola Rey, Multiopticas, Silbon
- Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE)
- MBA en Tributación y Asesoría Fiscal en Esine
- Programa de consejeros por Deloitte y Spencer Stuart
- NTL Global Organization Development Certificate
- Programa de Alta Dirección en internet Business en ISDI
- Programa de Certificación en Coaching Dialógico y en Coaching de Equipos en la UFV
- Docente de ISEM Fashion Business School
- Docente de la Universidad Villanueva
- Docente de programas para ejecutivos en Esic, IE (España) y Universidad de Piura (Perú)

Dña. Opazo, Laura

- Directora de Partnerships en The Confidential Lab
- Escritora de Artículos Lifestyle en el Blog ElTiempo.es
- Locutora de Sección de Moda en la emisora EsRadio
- Gestora Editorial de Moda en AMC Networks International Southern Europe
- Autora del libro Armario Sostenible
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Rey Juan Carlos
- Especialista en Relaciones Públicas y Venta de tu Propia Marca en la Escuela Superior de Moda de la Universidad de las Artes de Londres
- MBA de Dirección y Gestión de Empresas en ISEM
- Curso en Textil y Moda Sostenible impartido por REAS y el Mercado Social de Madrid

Dña. Gárate, Mercedes

- Director Business Industria en NTTData
- *Senior Manager* en Everis
- *Strategy and Business Manager* en Everis
- Licenciada en Ingeniería Industrial por la Universidad Politécnica de Madrid
- MBA por la EOI *Business School*
- Certificada en *Customer Experience* por la Asociación DEC



D. Sanjosé, Carlos

- Jefe de Digital de MURPH
- Licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Cardenal Herrera-CEU
- Amplia experiencia profesional en el ámbito del Digital Marketing, Social Ads, estrategias digitales y plataformas de e-commerce
- Especialista en Marketing Digital desde hace más de 5 años, con especial experiencia en el sector *Fashion Retail*
- Creador de contenidos en 25 Gramos. Más de 8 años

Dña. García Barriga, María

- Profesional del Marketing Digital e investigadora de la aplicación tecnológica de la moda
- Licenciada en Ciencias de la Información por la UCM
- MBA por la Escuela de Negocios de Moda ISEM

Dra. Delgado, María

- Retail product manager en Mayoral
- Licenciatura en administración y dirección de empresas
- Máster en project management
- Mba dirección de empresas con especialidad en moda
- Programa superior enasesoramiento de imagen y estilismo

10

Impacto para tu carrera

TECH es consciente de que cursar un programa de estas características supone una gran inversión económica, profesional y, por supuesto, personal. Por eso, TECH ha creado este sistema global que propicia el logro de resultados óptimos, dándoles las facilidades y estímulos que les mantendrán motivado a lo largo de toda la especialización para que su carrera adquiera el impulso renovador que están buscando.





Ponemos todos nuestros recursos a tu alcance para que logres la mejora laboral que deseas”

El mercado no espera. Aprovecha el momento y ponte en primera línea en el negocio de la moda con este programa. Es ahora o nunca.

¿Estás preparado para dar el salto? Una excelente mejora profesional te espera

El MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo de TECH es un programa intensivo que les preparará para afrontar retos y posicionarse con éxito tras cada uno de ellos. Su objetivo principal es favorecer su crecimiento personal y profesional: ayudarles a conseguir el éxito.

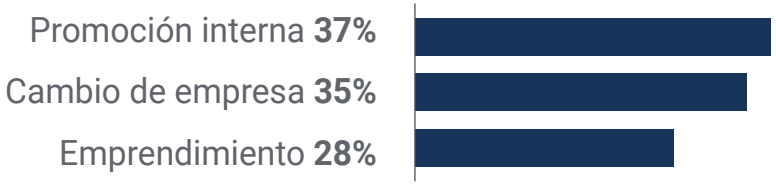
Para los estudiantes que quieran superarse, conseguir un cambio positivo a nivel profesional y relacionarse con los mejores, este es su sitio.

Logra adentrarte en el mundo del MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo gracias a este programa de altísimo nivel académico.

Momento del cambio



Tipo de cambio



Mejora salarial

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

Salario previo	Incremento salarial del	Salario posterior
57.900 €	**25,22%**	**72.500 €**

11

Beneficios para tu empresa

El MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo contribuye a elevar el talento de los estudiantes y el de su organización a su máximo potencial mediante la especialización de líderes de alto nivel. Por ello, participar en este programa académico supondrá una mejora no solo a nivel personal, sino, sobre todo, a nivel profesional, aumentado su capacitación y mejorando sus habilidades directivas. Pero, además, entrar en la comunidad educativa de TECH supone una oportunidad única para acceder a una red de contactos potente en la que encontrar futuros socios profesionales, clientes o proveedores.





Aprenderás a ser el motor de la transformación de tu negocio o proyecto adquiriendo las competencias y habilidades para desarrollarte en el mercado Omnichannel"

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

01

Crecimiento del talento y del capital intelectual

Aportar a la empresa nuevos conceptos, estrategias y perspectivas que puedan provocar cambios relevantes en la organización.

02

Retención de directivos de alto potencial evitando la fuga de talentos

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

03

Construcción de agentes de cambio

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

04

Incremento de las posibilidades de expansión internacional

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



05

Desarrollo de proyectos propios

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

06

Aumento de la competitividad

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

12

Titulación

El MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **MBA en Dirección de Ventas de Moda 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 **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Máster Título Propio MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo**

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____ con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo

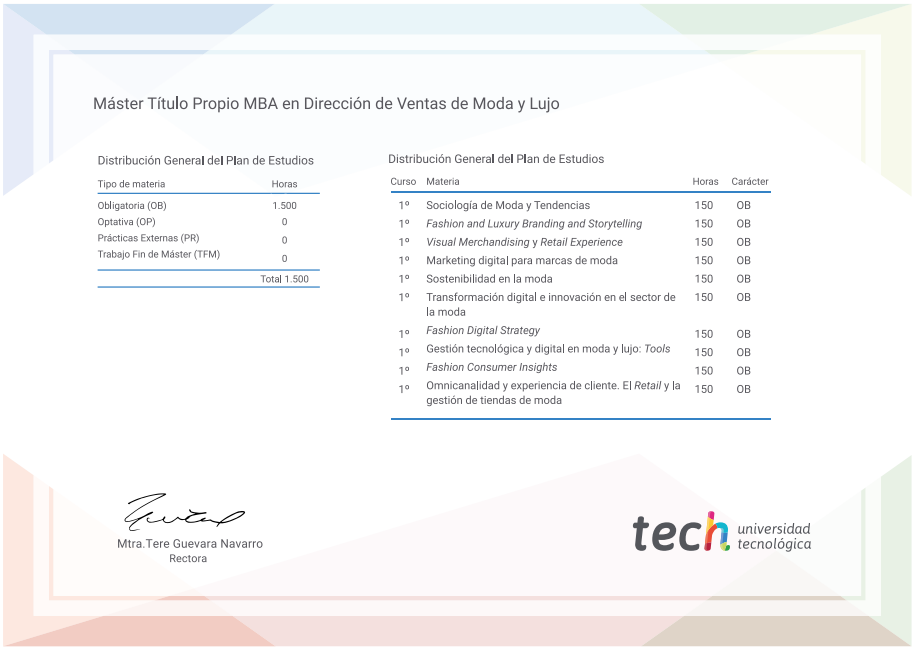
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos


Máster Título Propio MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Sociología de Moda y Tendencias	150	OB
1º	*Fashion and Luxury Branding and Storytelling*	150	OB
1º	*Visual Merchandising y Retail Experience*	150	OB
1º	Marketing digital para marcas de moda	150	OB
1º	Sostenibilidad en la moda	150	OB
1º	Transformación digital e innovación en el sector de la moda	150	OB
1º	*Fashion Digital Strategy*	150	OB
1º	Gestión tecnológica y digital en moda y lujo: *Tools*	150	OB
1º	*Fashion Consumer Insights*	150	OB
1º	Omnicanalidad y experiencia de cliente. El *Retail* y la gestión de tiendas de moda	150	OB

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo

Idioma: **Español**
Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio

MBA en Dirección de Ventas de Moda y Lujo



tech universidad tecnológica