Experto Universitario
Marketing de Moda y Lujo



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Marketing de Moda y Lujo

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**
Acceso web: www.techtitute.com/diseno/experto-universitario/experto-marketing-moda-lujo

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Dirección del curso — pág. 12

04 Estructura y contenido — pág. 16

05 Metodología — pág. 22

06 Titulación — pág. 30

01

Presentación

Todos los días las personas reciben el impacto de las campañas publicitarias, las cuales tienen un largo proceso de concepción y elaboración. Como diseñadores, el objetivo no es solo expresar su arte por medio de la moda y el lujo, es mostrarse ante millones de clientes exclusivos y hacer colaboraciones con marcas prestigiosas para mostrar su versatilidad. En este sentido y buscando siempre la excelencia de sus estudiantes, TECH ha diseñado un programa centrado en el marketing de esta industria, creando un ecosistema de marca capaz de encajar con las exigencias de este mercado.





Aprende como las marcas de lujo elaboran una estrategia de marketing exitosa para llegar a un público exclusivo en un ambiente digital"

Desde hace muchos años, el marketing y el mundo digital se han convertido en un pilar fundamental para garantizar el reconocimiento de las marcas. Cuando la reconocida marca de lujo Gucci anuncio que vestiría a los avatares del videojuego SIMS 4, causo un gran interés y asombro en el público general. Este tipo de acciones solo es posible si se tiene una estrategia de marketing adecuada y efectiva.

Pensando en esto, TECH ha desarrollado un programa pensado para los diseñadores que deseen innovar y causar un impacto en el mundo del lujo y la moda. De esta manera, con desarrollo de este programa se analizar el calor estratégico de un plan de marketing que ayude a construir un ecosistema de marca que sea capaz de encajar en el universo del lujo.

De igual modo, se estudiará el papel de las Relaciones Públicas y de las Redes Sociales como elementos que fortalecen las estrategias de marketing en la industria del lujo son imprescindibles. Por ello, el programa desarrolla la evolución de los modelos de comunicación de las RRPP y la importancia de la comunicación persuasiva en el entorno del marketing, así como el papel de las Redes Sociales como principales herramientas de las estrategias digitales de marketing en la industria del lujo y sus formatos.

Todo el contenido está disponible desde una modalidad 100% online que aporta al alumno la facilidad de poder cursarlo cómodamente, dónde y cuándo quiera. Solo necesitará un dispositivo con acceso a internet para lanzar su carrera un paso más allá. Una modalidad acorde al tiempo actual con todas las garantías para posicionar al ingeniero en un sector altamente demandado.

Este **Experto Universitario en Marketing de Moda y Lujo** te ofrece las características de un curso de alto nivel científico, docente y tecnológico. Estas son algunas de sus características más destacadas:

- Última tecnología en software de enseñanza online
- Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión
- Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo
- Sistemas de vídeo interactivo de última generación
- Enseñanza apoyada en la telepráctica
- Sistemas de actualización y reciclaje permanente
- Aprendizaje autoregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones
- Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje
- Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento
- Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del curso

Construye un entorno digital capaz de atraer tráfico/ público a tu marca de lujo, ya sea off u online, con un posicionamiento deseado posicionándote como un diseñador de prestigio"

Comprende el papel de las redes sociales en las estrategias de comunicación y marketing de lujo”

Descubre la evolución de las relaciones públicas y las últimas tendencias del mercado.

Entiende el componente persuasivo de las RRPP de cara al marketing de lujo.

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.



02

Objetivos

Con el programa más actualizado del mercado, el Experto Universitario en Marketing de Moda y Lujo ayudará a los futuros egresados a evaluar el impacto de los legados culturales en las campañas de marketing y el producto del lujo, así como adentrarse en la psicología del consumidor, entendiendo todo lo que rodea al mundo de la moda y los mensajes de venta que produce. De esta forma, se garantiza la excelencia académica que es indispensable para cumplir con el perfil profesional que exigen los usuarios exclusivos en este tipo de sector. Por tal razón, TECH establece los siguientes objetivos Generales y Específicos para garantizar la satisfacción del futuro egresado.





Convierte en tu propia marca como un diseñador de moda y lujo y posiciónate en un entorno competitivo”

Objetivos generales

- Conocimiento de las culturas occidental y oriental para el correcto desarrollo del perfil del consumidor y de las campañas de marketing a nivel internacional
- Descubrir el triple enfoque marca- estrategia- consumidor
- Comprensión del progreso de las nuevas herramientas digitales de marketing
- Pensamiento crítico en relación a la sostenibilidad y la innovación en la comercialización del lujo
- Ampliación de la capacidad de análisis del escenario comercial de las marcas
- Mejora de la toma de decisiones en el contexto empresarial y de desarrollo de negocio
- Desarrollo de habilidades estratégicas para adaptarse al nuevo mercado laboral
- Elaborar un correcto Plan de Marketing adaptado a cliente, marca y necesidades del mercado
- Planificar acciones de marketing acordes a la industria del lujo aportando soluciones rentables a corto y largo plazo
- Aprender a proyectar la identidad de la marca sobre el conjunto de la sociedad
- Construir modelos de marketing predecibles, flexibles y sostenibles que garanticen la supervivencia y el impacto del producto de lujo



Objetivos específicos

Módulo 1. Gestión del Marketing en el Mercado de la Moda y el Lujo Actuales

- Dotar al alumno de las herramientas necesarias para entender qué papel ocupa el Marketing en una empresa
- Diseñar una estrategia de marca y desarrollarla en un Plan de Marketing
- Introducir los conceptos financieros y de ventas que ayudan a contextualizar y monitorizar el trabajo que se realiza desde el Marketing
- Adquirir una visión del Marketing en particular y de la empresa en general que le servirá de base para los siguientes módulos

Módulo 2. Fashion Thinking en el Mercado de la Moda y el Lujo

- Construir un entorno digital capaz de atraer tráfico/ público a tu marca de lujo, ya sea off u online, con un posicionamiento deseado
- Generar un árbol de contenidos y un contenido coherente a lo largo de la Bio
- Elaborar contenidos e historias que se identifiquen el ecosistema de tu marca
- Adaptar los resultados y generar un nuevo ecosistema
- Proyectar la personalidad de la marca a través de la creatividad y la innovación como valores simbólicos en constante crecimiento

Módulo 3. Nuevas Interacciones en los Mercados de Lujo y la Moda

- Descubrir la evolución de las relaciones públicas y las últimas tendencias del mercado
- Entender el componente persuasivo de las RRPP de cara al marketing de lujo
- Entender el papel de las RRSS en las estrategias de comunicación y marketing de lujo
- Profundizar en la generación de influencia y cómo esto puede resultar beneficioso en una estrategia de marketing
- Profundizar en las principales redes sociales que se utilizan actualmente en las campañas de marketing de las marcas, sus puntos fuertes y sus limitaciones

Proyecta la personalidad de tu marca a través de la creatividad y la innovación como valores simbólicos en constante crecimiento”

03

Dirección del curso

Para garantizar la excelencia de los estudiantes, se debe contar con un programa diseñado por un cuadro docente de referencia en el sector de la moda y el lujo y que se adapte a las necesidades de los diseñadores. En este sentido, el temario fue ideado por distintos profesionales, que vierten toda su experiencia académica y laboral para el desarrollo del perfil profesional de los estudiantes. Asimismo, también están involucrados otro grupo de expertos centrados en áreas afines a las del temario, para garantizar una experiencia completa y multidisciplinar.





Gracias a profesionales de referencia en el mundo de la moda y el lujo podrás comprender los fundamentos del marketing orientado al servicio de la demanda de clientes exclusivos"

Dirección



Dña. García Barriga, María

- Licenciada en Ciencias de la Información por la UCM
- Posgrado en Marketing y Comunicación en empresas de Moda y Lujo
- MBA de ISEM Fashion Business School, la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra.
- Formó parte del programa de convivencia con profesores retirados de la Universidad de Cambridge.
- Doctorando en creación de tendencias de moda y autora de El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda.
- Experta en logística y distribución, moda y literatura o conservación del patrimonio artístico. Vinculada a al trabajo con start ups y a la identificación de oportunidades, aunque también ha trabajado en grandes medios de comunicación como RTVE y Telemadrid.

Profesores

Dña. Ragel Mármol, Marta

- Licenciada en Periodismo.
- Experta en medios de comunicación, entre los que destaca el año que trabajó para EFE Suiza desde la sede de la ONU, cuando tuvo la oportunidad de cubrir diferentes temas relacionados con el mundo del lujo como Baselworld, una de las ferias más importantes del panorama internacional enfocada a la industria de los relojes y las joyas.
- Máster Oficial de Comunicación Corporativa de la Universidad San Pablo CEU.
- Experiencia en el prestigioso grupo de colegios Brains International Schools y en el exclusivo instituto de belleza Maribel Yébenes, en el que lideró la creación de su primer ecommerce y la apertura de su primer centro fuera de Madrid en más de 40 años de historia.

D. Campos Bravo, Ignacio

- Grado en Comunicación con doble especialización en Medios para la Información y Comunicación Corporativa en la Universidad Loyola Andalucía.
- Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda en ISEM.
- Durante su experiencia laboral 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. Zancajo, Isabel

- Directora de Comunicación y RRPP de Yves Saint Laurent y Biotherm en la división L'Oreal Luxe, compañía en la que lleva trabajando desde hace de 10 años y donde se ha especializado en la creación de planes estratégicos digitales y tradicionales basados en el Marketing de influencia.
- Licenciada en Publicidad y RRPP por la UCM.
- MBA por el Instituto de Empresa de Madrid.

04

Estructura y contenido

Para cumplir con los requisitos de excelencia que debe tener todo egresado de TECH, se ha ideado un programa que junta lo mejor de la teoría y la práctica en el campo de la moda y el lujo, centrándose en las comunicaciones que ayudan a transmitir el mensaje del diseñador. A lo largo del temario se irán desgranando y analizando los aspectos fundamentales asociados a la creación de un ecosistema de marca capaz de encajar en el universo del lujo gracias al branding, al posicionamiento y a la creación de contenidos, adaptados en la actualidad al nuevo formato audiovisual basado en la narrativa transmedia y el storytelling.





Elabora contenidos e historias que se identifiquen el ecosistema de tu marca”

Módulo 1. Gestión del marketing en el mercado de la moda y el lujo actuales

1.1. El sistema económico del lujo
  1.1.1. Claves para el marketing en la industria del lujo
  1.1.2. Referentes de la comercialización
  1.1.3. Gestión de marketing
1.2. Business intelligence
  1.2.1. Estrategia y táctica para el mercado de la moda
  1.2.2. El equilibrio entre el corto y el largo plazo
  1.2.3. Hablar con todo el mundo en la era digital
1.3. Impulso y palancas de ventas aplicados a la industria actual
  1.3.1. El Marketing Mix y las 4 Ps del Marketing
  1.3.2. Las 5 fuerzas de Porter
  1.3.3. Algunos tipos de Marketing
1.4. El enfoque de la ventaja competitiva en los nuevos mercados
  1.4.1. Luxury & Fashion Markets
  1.4.2. Las nuevas tendencias de competencia
  1.4.3. El significado de la marca en el mercado de la moda
1.5. La estructura de un plan de marketing específico y contextualizado
  1.5.1. Los ritmos del lujo
  1.5.2. Métricas de mercado
  1.5.3. SMART: los objetivos del éxito
1.6. La puesta en marcha: salvar el escollo práctico
  1.6.1. Pasos para la acción
  1.6.2. Diagrama de Gantt
  1.6.3. Seguimiento, control y desviación
1.7. Nuevas formas de visualización y comercialización del plan
  1.7.1. Presentaciones para marcas de lujo
  1.7.2. Selección de recursos audiovisuales
  1.7.3. La comercialización de intenciones
1.8. Un presupuesto real para una marca de moda y lujo
  1.8.1. La previsión de ventas como palanca del plan
  1.8.2. Control de costes en un producto de lujo
  1.8.3. El presupuesto que encaja en el sector de la moda
1.9. El precio correcto para un producto o servicio en la industria actual
  1.9.1. Parámetros que influyen en el precio de la moda
  1.9.2. La decisión de promocionar el producto
  1.9.3. Las claves del espacio outlet
1.10. Mobile marketing & gamificación
  1.10.1. WhatsApp marketing en la industria del lujo
  1.10.2. Los videojuegos como escenarios de ventas de moda
  1.10.3. De H&M en los Sims 2 Fashion Runway a Gucci en los Sims 4

Módulo 2. Fashion thinking en el mercado de la moda y el lujo

2.1. Phygital Management
  2.1.1. Luxury Experience
  2.1.2. Los recursos de búsqueda y el desarrollo de las SERP
  2.1.3. La marca de moda en el universo del lujo
2.2. EL ADN de la marca de lujo
  2.2.1. El propósito de negocio: la misión de la marca de lujo
  2.2.2. El largo plazo de las acciones de marketing: la visión
  2.2.3. Los atributos de marca y la identidad: los valores
2.3. Digital Media Track
  2.3.1. El alcance orgánico en el entorno digital: KDA
  2.3.2. La creatividad de las campañas de SEM
  2.3.3. La relevancia del SMO en el sector del lujo
2.4. El e-commerce del lujo
  2.4.1. La web de contenidos y un e-commerce de ventas
  2.4.2. Evolución de los objetivos de la comunicación de marketing
  2.4.3. La interacción en la creación de contenidos



2.5. El sentido de Wordpress y otras herramientas estáticas
- 2.5.1. La comunicación bidireccional y estática
- 2.5.2. Estructura y composición de los blogs
- 2.5.3. El editorial de las revistas digitales de moda

2.6. Inbound Marketing
- 2.6.1. Marketing Ambient en el entorno del lujo
- 2.6.2. El realismo virtual en la narrativa transmedia
- 2.6.3. Etapas en la creación de storytelling

2.7. El marketing de atracción a través de la imagen
- 2.7.1. La belleza como impulso visual
- 2.7.2. El hilo argumental en una historia de marca
- 2.7.3. ¿Cómo ser un referente?

2.8. Google Trends
- 2.8.1. El contenido inmediato
- 2.8.2. Las dinámicas de las palabras clave más buscadas
- 2.8.3. Todos consultamos las tendencias: cuando la tendencia es no seguir la tendencia

2.9. Branding Strategy
- 2.9.1. Alineación de contenido y tendencias
- 2.9.2. La atmósfera musical en la comunicación audiovisual
- 2.9.3. Fashion Films

2.10. Remarketing: el crecimiento constante de una marca
- 2.10.1. La creatividad, la innovación y la invención
- 2.10.2. EL equilibrio entre inspiración y aspiración en el sector de moda
- 2.10.3. Reordenamiento postcovid: contenidos para el conjunto de la comunidad

Módulo 3. Nuevas interacciones en los mercados de lujo y la moda

3.1. El papel del pr en una marca de moda
- 3.1.1. Las Relaciones Públicas en la industria del lujo
- 3.1.2. Los modelos de Gruning y Hunt
- 3.1.3. El modelo 5 de PR

3.2. El mensaje estratégico
- 3.2.1. Los componentes persuasivos de la información
- 3.2.2. La función de las RRPP frente a la función del marketing y la publicidad
- 3.2.3. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación

3.3. Métricas para el análisis del PR
- 3.3.1. La necesidad de monitorización de las relaciones públicas
- 3.3.2. Herramientas de clipping y V.P.E
- 3.3.3. La valoración cualitativa en una firma de lujo

3.4. Errores a evitar en el ámbito de las RRPP
- 3.4.1. Los Mass Media ya no son los únicos
- 3.4.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
- 3.4.3. Improvisación vs planificación

3.5. Nuevas tendencias post covid en las RRPP de lujo
- 3.5.1. Más "sociales" que nunca, la interacción digital y personal
- 3.5.2. Comunicación emocional y neuromarketing
- 3.5.3. Insights clave de los consumidores actuales

3.6. Social media marketing
- 3.6.1. Internet: la puerta de entrada a la interacción digital
- 3.6.2. La red social como canal preferido por la audiencia milenial
- 3.6.3. Brand Ambassador

3.7. Estrategias de poder digitales: marketing de influencia en moda y lujo
- 3.7.1. Ejercer la influencia en el ámbito de las redes sociales
- 3.7.2. La gestión de los nuevos líderes digitales: influencers de moda
- 3.7.3. Los microinfluencers y sus planes de crecimiento





3.8. La consolidación del contenido audiovisual: YouTube y TikTok
- 3.8.1. La creciente cuota de mercado de la comunicación no verbal
- 3.8.2. La democratización en la creación de contenidos audiovisuales
- 3.8.3. La gestión de las expectativas en la creación de contenidos audiovisuales

3.9. La influencia en comunidades: Facebook e Instagram
- 3.9.1. La comunicación transversal
- 3.9.2. El interés de la comunidad
- 3.9.3. Los mensajes emocionales y la gestión de la empatía

3.10. Estrategias de marca personal: LinkedIn y Twitter
- 3.10.1. Los grandes escaparates para los perfiles corporativos
- 3.10.2. Cuando la competencia son tus amigos
- 3.10.3. El impacto de los titulares: de la profundidad a la ligereza

Aprende las diferencias y similitudes de la industria de la moda y el lujo en Europa y Asia, donde ha crecido la demanda de consumidores"

05

Metodología

Esta capacitación te ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.
Este sistema de enseñanza es utilizado en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





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

En TECH empleamos el Método del caso

Nuestro programa te ofrece un método revolucionario de desarrollo de tus habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar tus competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las Universidades tradicionales de todo el mundo"



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa de TECH Universidad Tecnológica es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en este área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH Universidad Tecnológica utilizarás los case studies de la Harvard, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite acercarte los materiales de la mejor universidad del mundo.

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

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

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra Universidad es la primera en el mundo que combina los case studies de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100 % online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

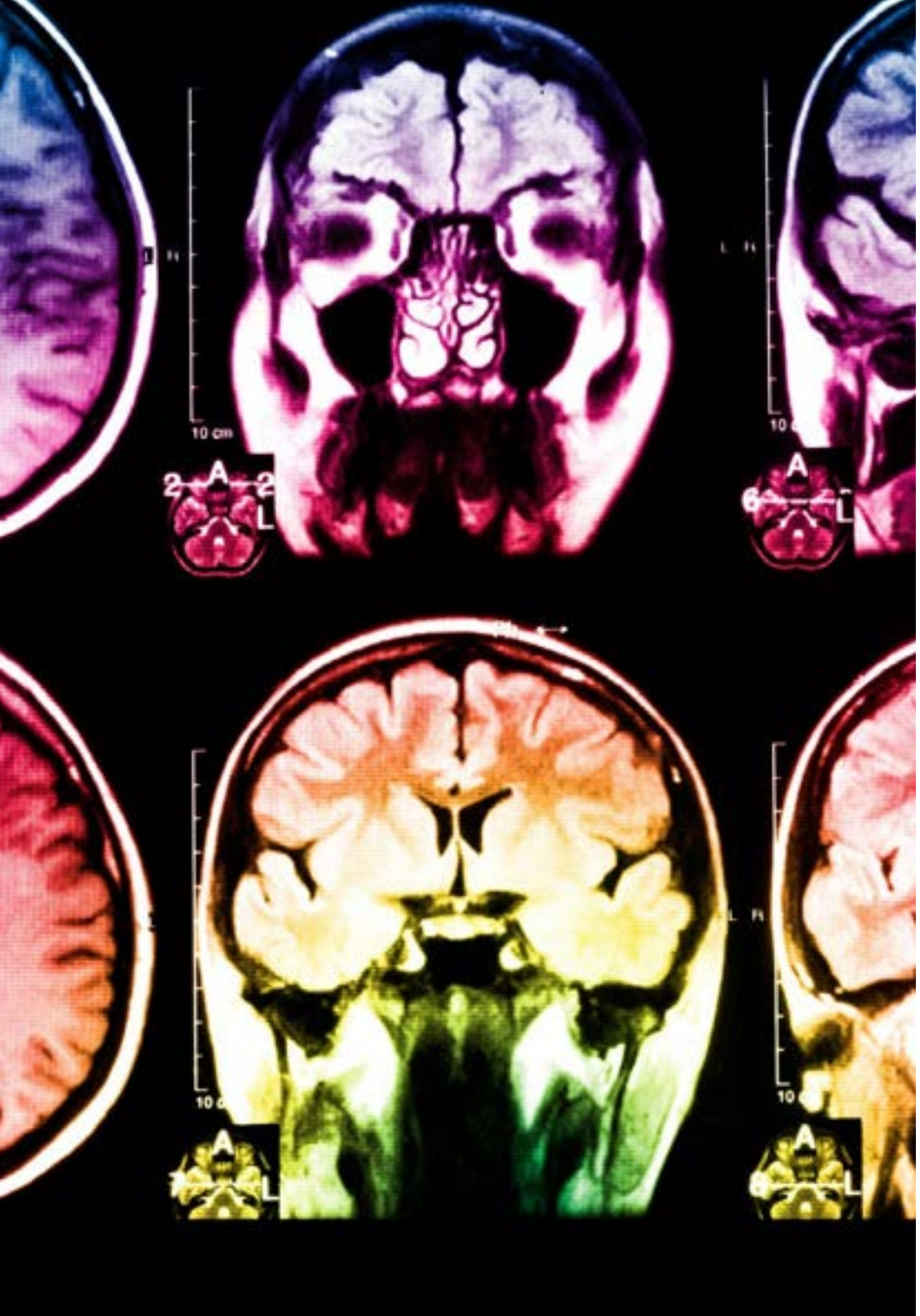
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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

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

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





En nuestro programa el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprendemos, desaprendemos, olvidamos y reaprendemos). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología hemos capacitado a más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes. En ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofia, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes, los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:

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.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

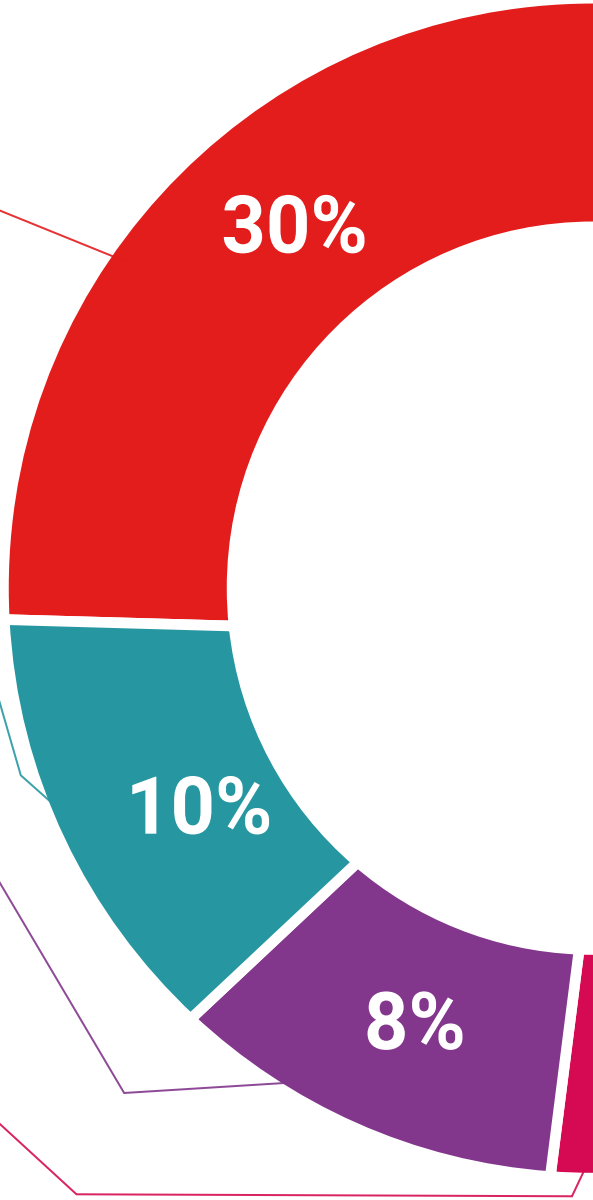
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

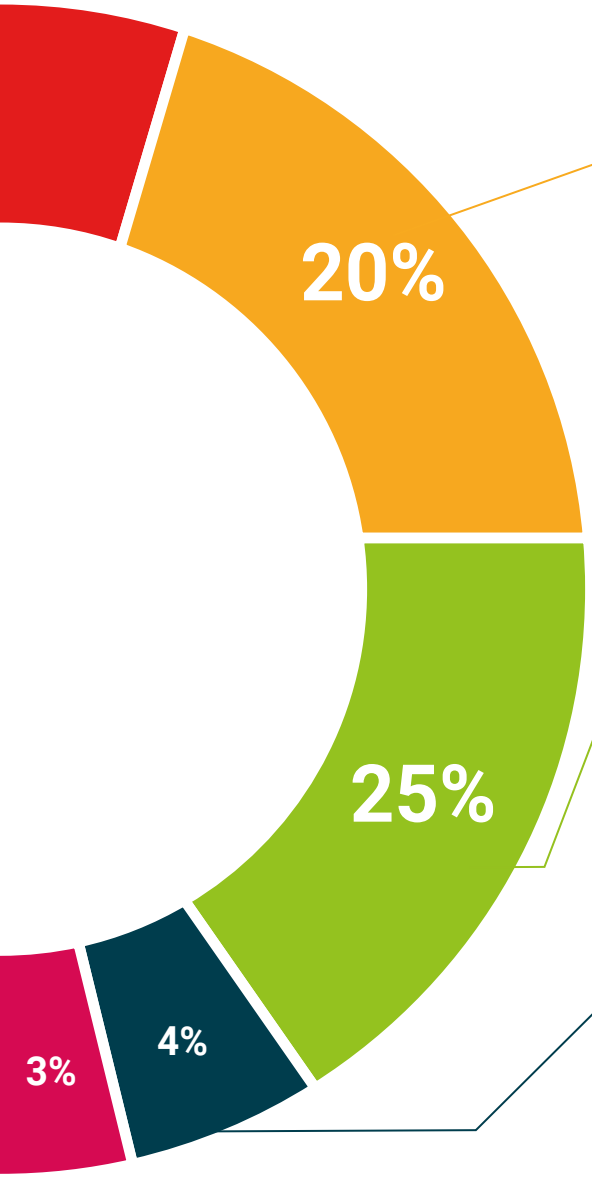
Prácticas de habilidades y competencias

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.

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 cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

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

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.

06

Titulación

El **Experto Universitario en Marketing de Moda y Lujo** además de la capacitación más rigurosa y actualizada, proporciona el acceso a un título universitario expedido por la **TECH - Universidad Tecnológica.**





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

Este **Experto Universitario en Marketing de Moda y Lujo** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones por parte del alumno, éste recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente **Título de Experto Universitario** emitido por **TECH - Universidad Tecnológica.**

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

Título: **Experto Universitario en Marketing de Moda y Lujo**

Nº Horas Oficiales: **450 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

EXPERTO UNIVERSITARIO

en

Marketing de Moda y Lujo

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 450 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

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su titulo en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Marketing de Moda y Lujo

Modalidad: **Online**
Duración: **6 meses**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario
Marketing de Moda y Lujo



tech universidad tecnológica