Experto Universitario

Comunicación en Moda, Belleza y Lujo



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Comunicación en Moda, Belleza y Lujo

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

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Dirección del curso
pág. 12

04
Estructura y contenido
pág. 16

05
Metodología
pág. 22

06
Titulación
pág. 30

01

Presentación

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





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

Este programa formativo está especialmente dirigido a profesionales en las áreas de la comunicación y el periodismo, que ejercen su trabajo diario en el sector de la moda y la belleza. Pensando especialmente en ellos, el equipo docente de TECH, vierte en esta especialización su experiencia y, por tanto, su visión realista y próxima de la realidad profesional, de forma consciente y proactiva.

A lo largo del temario se irán desgranando y analizando todos los aspectos de la dirección de comunicación en empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo con el objetivo de que el alumno conozca en profundidad el funcionamiento de estos departamentos y aprenda a gestionarlos de forma óptima. Esto también le ayudará a entender, desde una perspectiva periodística, como relacionarse con estas empresas de una forma correcta.

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

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

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

En este sentido, la capacitación se realiza 100% online, aunque podrá descargar los contenidos, para continuar offline si lo desea.

Contará, además, con vídeos ilustrativos, audios de repaso, una biblioteca online con material complementario y la ayuda y acompañamiento de su tutor o tutora durante todo el proceso.

Este **Experto Universitario en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Las características más destacadas de la especialización son:

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

TECH pone a tu disposición la mejor especialización 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"

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

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

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

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

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



02

Objetivos

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





Esta especialización se marca como meta lograr que los alumnos entiendan el funcionamiento de la comunicación en empresas del sector de la moda, belleza y lujo"

Objetivos generales

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





Objetivos especificos

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

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

Módulo 2. Creación de contenidos: el mensaje

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

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

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

03

Dirección del curso

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





Aprende, de la mano de los mejores profesionales del sector, las últimas novedades del periodismo y la comunicación de moda, belleza y lujo"

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 en ISEM Fashion Business School
- Más de 15 años de experiencia en generación de contenidos de diversa índole: logística y distribución, moda y literatura o conservación del patrimonio artístico
- También ha trabajado en grandes medios de comunicación como RTVE y Telemadrid

Profesores

D. Campos Bravo, Ignacio

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

Dña. Villamil Navarro, Camila

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


macy's
SAUVAGE
THE NEW FRAGRANCE
Dior
macy's

04

Estructura y contenido

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





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

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

1.1. Desarrollo y evolución de la industria de la moda
- 1.1.1. La moda a través de la historia
- 1.1.2. Evolución de la industria textil
- 1.1.3. El modelo Fast Fashion y la industria del consumo actual

1.2. Principales hitos y características de la industria de la belleza y la perfumería
- 1.2.1. Historia de la perfumería
- 1.2.2. La perfumería como principal punto de contacto hacia el mercado del lujo
- 1.2.3. Comunicación en las principales cadenas de distribución de belleza y perfumería

1.3. Introducción a la sociología de la moda
- 1.3.1. La moda como agente social
- 1.3.2. Sociología de las tendencias
- 1.3.3. La moda entendida como concepto artístico

1.4. El lujo en el siglo XXI y la experiencia digital
- 1.4.1. Nuevas formas de entender el lujo
- 1.4.2. Moda y lujo en el entorno digital
- 1.4.3. Cómo las herramientas digitales pueden enriquecer la experiencia de lujo

1.5. Adaptación del discurso de marca a cada canal de comunicación
- 1.5.1. Principales canales de comunicación en la industria de la moda, belleza y lujo
- 1.5.2. Trazando la estrategia de comunicación. Elección del canal y del mensaje
- 1.5.3. El perfil del comunicador en RR. SS

1.6. Evolución del legado de marca en la industria del lujo
- 1.6.1. La historia como telón de fondo. Construyendo un discurso de marca desde el pasado
- 1.6.2. El papel de la dirección creativa en el discurso de marca
- 1.6.3. Comienzo del legado de marca en el siglo XXI

1.7. Comunicación de moda en el entorno digital. La globalización y el mercado único
- 1.7.1. Comunicar en el entorno digital
- 1.7.2. Internacionalización de las marcas
- 1.7.3. Efectos de la globalización en la comunicación de la moda y la belleza

1.8. Principios del *Branding*
- 1.8.1. La marca es lo que prevalece. Gestión de intangibles
- 1.8.2. *Tons and Manners*. Construcción del discurso de marca
- 1.8.3. Construir una marca en un mercado global

1.9. Aproximación a la sostenibilidad en los mercados de MBL
- 1.9.1. Sostenibilidad y medioambiente en el sistema de la moda. Actores y procesos
- 1.9.2. Diversidad e Inclusión en la industria de la moda y belleza
- 1.9.3. Sostenibilidad en el mercado del lujo

1.10. El profesional de la comunicación en la industria de la moda
- 1.10.1. El papel del departamento de comunicación en una empresa de moda
- 1.10.2. Externalización del departamento de comunicación. El papel de las agencias
- 1.10.3. Perfiles profesionales de la comunicación en la industria de la moda, belleza y lujo

Módulo 2. Creación de contenidos: el mensaje

2.1. Elementos de la comunicación: el emisor, el receptor y el mensaje–eslogan
- 2.1.1. El proceso de la comunicación y los componentes que intervienen
- 2.1.2 Mensajes cognitivos, emocionales y sociales en el ecosistema de moda
- 2.1.3. Evolución del eslogan publicitario en el mercado de la belleza

2.2. Métodos tradicionales de transmisión de inespecialización en la industria de la moda: la publicidad
- 2.2.1. Los anuncios como fuentes de transmisión de valores
- 2.2.2. La especialización del estereotipo a partir del prototipo
- 2.2.3. Estructura y composición de una historieta publicitaria

2.3. Nuevas herramientas para la creación de contenidos digitales: Ads
- 2.3.1. El algoritmo de Google Ads
- 2.3.2. Los niveles de concordancia y las métricas esenciales
- 2.3.3. Creación de un anuncio para el entorno digital

2.4. Canales para la difusión de contenidos en moda, lujo y belleza
- 2.4.1. Las preferencias del consumidor de moda
- 2.4.2. Los medios off y online y su complementariedad
- 2.4.3. Tendencias de difusión de la inespecialización en el mercado del lujo



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

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

3.1. El ecosistema de la moda y su composición
- 3.1.1. Construcción y mantenimiento de un ecosistema *Phygital*
- 3.1.2. Los recursos de búsqueda y el desarrollo de las SERP
- 3.1.3. Monitorización y readaptación del ecosistema

3.2. Creación de un ecosistema de marca: SEO, SEM y SMO
- 3.2.1. Posicionamiento del contenido digital: SEO
- 3.2.2. La creatividad de las campañas de SEM
- 3.2.3. La relevancia del SMO en el sector de la moda

3.3. Diferencias y similitudes en la comunicación de marcas de MBL
- 3.3.1. Diferencias entre una web de contenidos y un e-commerce
- 3.3.2. Evolución de los objetivos de la comunicación
- 3.3.3. La interacción en la creación de contenidos

3.4. Técnicas tradicionales de comunicación offline: nota de prensa, noticia y publirreportaje
- 3.4.1. La comunicación objetiva: la nota de prensa y la inespecialización relevante
- 3.4.2. La comunicación social: la noticia como conductora de la inespecialización novedosa
- 3.4.3. La comunicación comercial: el publirreportaje como elemento de ventas

3.5. La creación de blogs y revistas digitales de difusión
- 3.5.1. La comunicación bidireccional en las herramientas estáticas
- 3.5.2. Estructura y composición de los blogs
- 3.5.3. Creación de contenido para revistas digitales de moda

3.6. Narrativa transmedia y *Storytelling*
- 3.6.1. La composición del espacio y el tiempo en la comunicación de moda
- 3.6.2. El realismo virtual en la narrativa transmedia
- 3.6.3. Etapas en la creación de *Storytelling*





3.7. El lenguaje audiovisual en el entorno de la moda
- 3.7.1. La fuerza de la imagen para el sector de la belleza
- 3.7.2. El hilo argumental en una historia de marca
- 3.7.3. La creación de iconos y mitos de la moda

3.8. La creación de contenidos a partir del universo Google Trends
- 3.8.1. Funcionamiento y dinámicas de búsqueda en Google Trends
- 3.8.2. La descripción de la historia en relación con las palabras clave y las etiquetas propias de la moda
- 3.8.3. La integración de la competencia y la viralidad

3.9. Funcionamiento de un ecosistema en el conjunto del universo
- 3.9.1. Alineación de contenido y tendencias
- 3.9.2. La atmósfera musical en la comunicación audiovisual
- 3.9.3. Fashion Films

3.10. Redefinición y adaptación del ecosistema de marca
- 3.10.1. La creatividad, la innovación y la invención como dinámicas de crecimiento
- 3.10.2. La inspiración y las aspiraciones del sector de moda
- 3.10.3. Reordenamiento del universo de la moda: contenidos para el conjunto de la comunidad

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

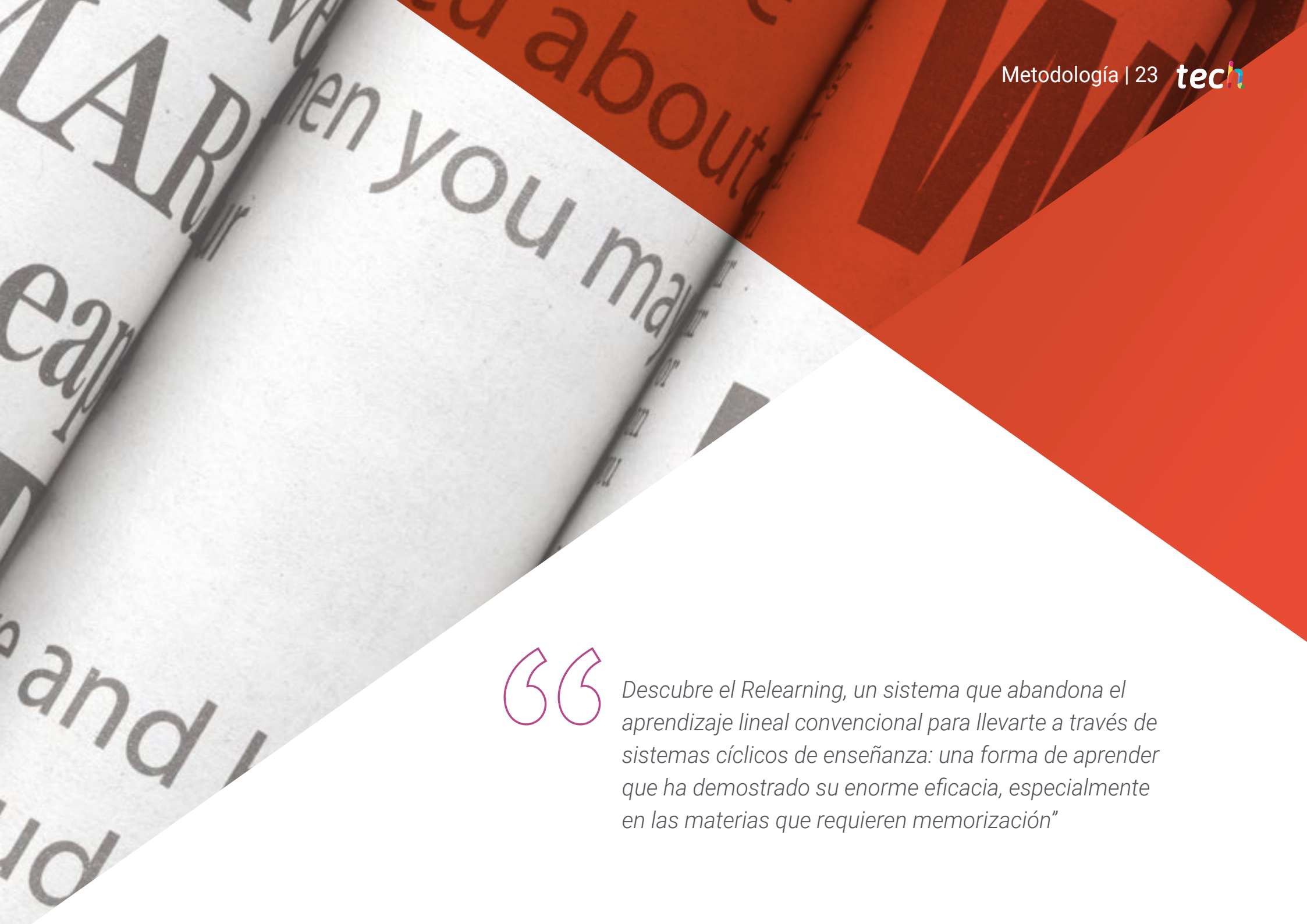
05

Metodología

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

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





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

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

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

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



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



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

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

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

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que 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 debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

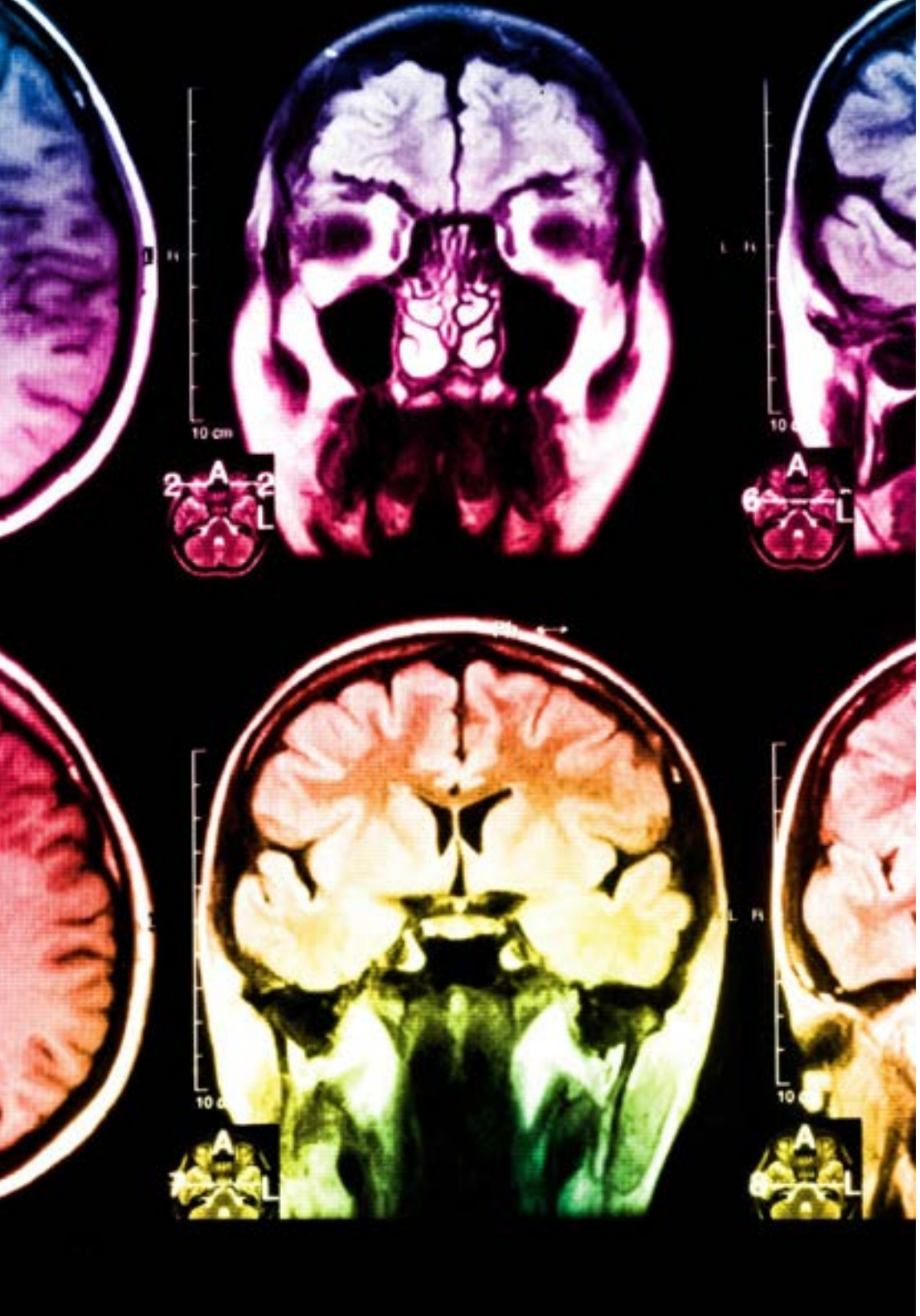
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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

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

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





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

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

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

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

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

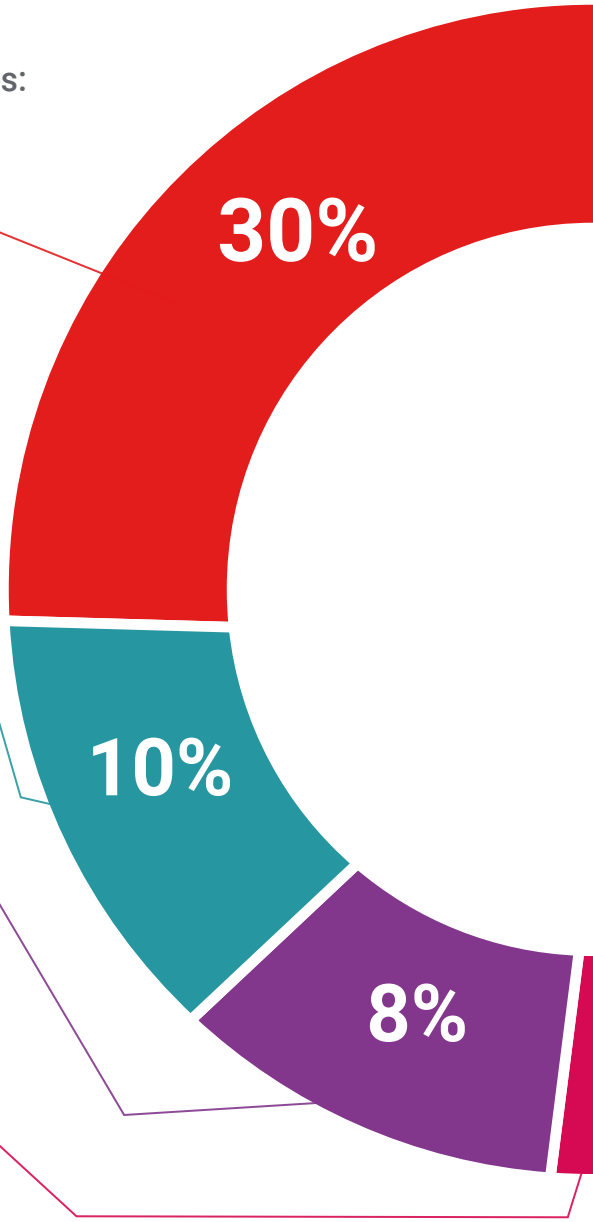
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

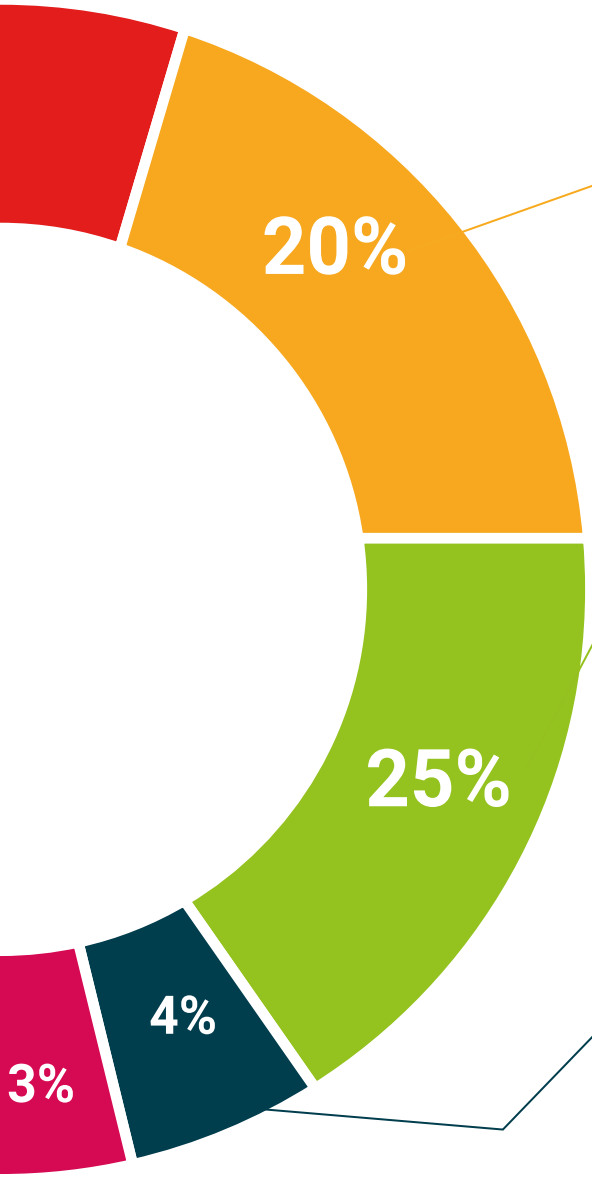
Prácticas de habilidades y competencias

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

Lecturas complementarias

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





Case studies

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

Resúmenes interactivos

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

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

Testing & Retesting

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

06

Titulación

El Experto Universitario en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad Tecnológica.





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

Este **Experto Universitario en Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad Tecnológica.**

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

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

N.º 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

Comunicación en Moda, Belleza 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

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

*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

Experto Universitario
Comunicación en Moda, Belleza y Lujo

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

Experto Universitario

Comunicación en Moda, Belleza y Lujo



tech universidad tecnológica