Experto Universitario
Crítica de la Moda



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Crítica de la Moda

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

Índice

01 Presentación — *pág. 4*

02 Objetivos — *pág. 8*

03 Estructura y contenido — *pág. 12*

04 Metodología — *pág. 18*

05 Titulación — *pág. 26*

01

Presentación

La crítica en el mundo de la moda es exigente. Los diseñadores son cada vez más innovadores y transgresores, requiriendo de unos conocimientos muy concretos del mundo de la moda para saber juzgar adecuadamente las nuevas colecciones y tendencias. Los críticos deben ser conocedores de toda la historia que les ha precedido, así como de los fundamentos principales de la ética periodística para no incurrir en mala praxis. Por este motivo, TECH ha elaborado la presente enseñanza, en la que se capacita al alumno para hacer una crítica fundamentada y con carácter propio dentro del mundo de la moda.





Con el Experto Universitario en Crítica de la Moda podrás juzgar con conocimiento de causa a las grandes marcas del diseño: Valentino, Balenciaga, Gucci o Dior"

Siendo un mundo exigente y con cambios radicales de una temporada a otra, la crítica de la moda tiene una responsabilidad y peso muy grande dentro de la industria, al ser el principal nexo entre las grandes marcas y su público afín. Así, el crítico se convierte en una figura de prestigio sustentada en un amplio conocimiento histórico y social de todo lo que rodea a la moda.

Este Experto Universitario en Crítica de la Moda tiene como objetivo dotar a sus alumnos de todas las competencias necesarias para asumir la responsabilidad de la crítica de moda desde una perspectiva profesional, teniendo también conocimientos de los principales fundamentos periodísticos con los que debe hacerse una correcta y profesional comunicación.

Estos conocimientos permitirán al alumno distinguirse como críticos de reputado prestigio dentro de su campo, gracias a su buen hacer profesional y estudios concretos en todo el recorrido histórico de la moda.

La enseñanza se imparte de manera 100% online, por lo que el alumno tiene la libertad de ajustar los horarios de estudio a su propio ritmo e intereses, sin necesidad de acudir a un centro físico ni asistir a unas clases determinadas. El contenido didáctico, que se apoya fuertemente en material audiovisual, está disponible en todo momento durante la duración del programa desde cualquier dispositivo que posea conexión a internet.

Este **Experto Universitario en Crítica de la Moda** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos de la moda, enfocado a la crítica especializada
- Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información teórica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- Su especial hincapié en la importancia de la moda y cómo juzgarla correctamente
- 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

Estarás en la élite de la moda para conectar a los mejores diseñadores con el público general”

Tendrás acceso privilegiado a colecciones y piezas antes que ninguna otra persona, pudiendo comentarlas y analizarlas hasta el más mínimo detalle"

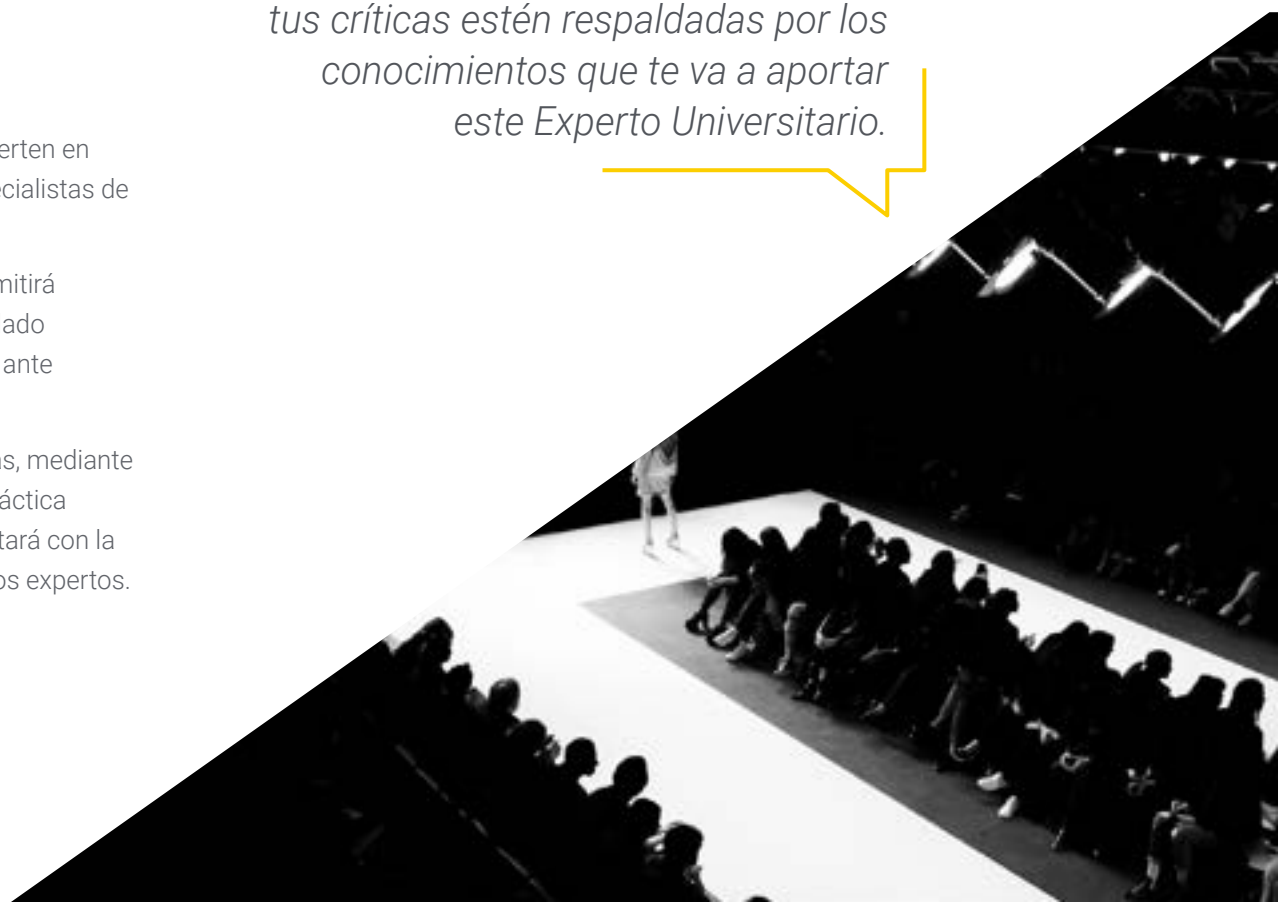
Estarás preparado para acudir a las pasarelas de mayor prestigio, con sitios en primera fila para que puedas ver, analizar y detallar todas las colecciones presentes.

Tu carrera dará un salto de calidad hacia el mundo de la moda cuando tus críticas estén respaldadas por los conocimientos que te va a aportar este Experto Universitario.

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

Este Experto Universitario contiene todos los conocimientos necesarios para que el alumno egrese sabiendo hacer una crítica razonada, compleja, pero entendible para su público, demostrando su alto nivel de conocimientos y saber hacer profesional. A continuación, se listan todos los objetivos, tanto generales como específicos por módulo, con los que el alumno puede entender de forma general qué va a aprender cursando el presente Experto Universitario en Crítica de la Moda.





Si tu objetivo es llegar a ser un reputado profesional en el ámbito de la comunicación de la moda, estás en el lugar correcto para conseguirlo”

Objetivos generales

- Entender cómo ha evolucionado la moda históricamente y qué aspectos son los más destacables de cada era
- Estudiar los fundamentos periodísticos más importantes a la hora de afrontar la crítica de la moda
- Comprender por qué la revista es uno de los medios de difusión más comunes para la moda
- Aprender a realizar una crítica fundamentada, aplicando los conocimientos históricos y la correcta praxis periodística

Matricúlate ya en este Experto Universitario para comenzar tu carrera hacia la crítica de moda de renombre"





Objetivos especificos por módulos

Módulo 1. Historia de la moda

- Reunir estrategias metodológicas y estéticas que ayuden a fundamentar y desarrollar procesos creativos
- Asociar el lenguaje formal y simbólico con la funcionalidad en el campo de la moda
- Justificar las contradicciones entre el lujo de la moda y los valores éticos
- Reflexionar sobre la incidencia que tiene la innovación y calidad de la producción de la moda, el prêt-à-porter y la moda low cost en la calidad de vida y del medio ambiente
- Conocer y valorar los usos y modos históricos por los que la moda viene recurriendo a la construcción de imaginarios
- Saber realizar correctas lecturas denotativas y connotativas de imágenes moda

Módulo 2. Fundamentos del periodismo

- Dominar la tradición periodística desde sus orígenes a la actualidad, con atención a los principales medios de comunicación, periodistas y coberturas informativas de relieve
- Analizar los tipos de periódico que existen y los contenidos de los mismos
- Documentar los procesos informativos y manejar las nuevas tecnologías relativas al tratamiento de documentos
- Conocer las principales herramientas periodísticas y sus criterios de selección
- Expresar y actuar sobre la opinión pública, utilizando todos los métodos, lenguajes y soportes tecnológicos a disposición del periodismo en la actualidad (prensa, radio, televisión y redes)
- Conocer y analizar los elementos del periódico

Módulo 3. Revistas

- Conocer las particularidades que definen a la revista como medio del periodismo escrito, su tipología y la segmentación de su mercado
- Conocer la tradición y los antecedentes históricos de la tecnología de la comunicación escrita y del diseño periodístico
- Analizar e identificar los diferentes componentes de una revista
- Conocer la revista, sus especificidades y el mercado editorial

03

Estructura y contenido

El presente Experto Universitario se estructura en 3 módulos diferentes, que abarcan todo el material didáctico a lo largo de diferentes subtemas dentro de cada módulo. De una forma ordenada y clara, el alumno puede acceder sencillamente a cualquiera de los módulos y planificar su enseñanza como desee. De hecho, los apartados son precisos para facilitar al estudiante la labor de consulta de dudas o el propio estudio en sí de cada tema y subtema.





Redactado de forma concisa, encontrarás en el temario a tu mejor aliado para catapultar hacia el éxito tu carrera en la crítica de la moda”

Módulo 1. Historia de la moda

1.1. De indumentaria a moda
- 1.1.1. Nuevo contexto y cambio social
- 1.1.2. La liberación de la mujer
- 1.1.3. Nuevo concepto de diseñador de moda
- 1.1.4. Comienzos del s. XX

1.2. El vestir moderno
- 1.2.1. El vestir moderno
- 1.2.2. El ascenso de los diseñadores estadounidenses
- 1.2.3. La escena londinense
- 1.2.4. Nueva York en los años 70s
- 1.2.5. La moda de los 80s
- 1.2.6. Los grupos de lujo multimarca
- 1.2.7. Una moda funcional
- 1.2.8. Activewear
- 1.2.9. La moda, el arte y la cultura pop
- 1.2.10. Celebrities
- 1.2.11. Fotografía e Internet

1.3. Grandes maestras de la moda
- 1.3.1. Jeanne Lanvin
- 1.3.2. Jeanne Paquin
- 1.3.3. Emilie Flöge
- 1.3.4. Madeleine Vionnet
- 1.3.5. Gabrielle Chanel
- 1.3.6. Elsa Schiaparelli
- 1.3.7. Carolina Herrera

1.4. Grandes maestros de la moda
- 1.4.1. Charles Frederick Worth
- 1.4.2. Jacques Doucet
- 1.4.3. Paul Poiret
- 1.4.4. Cristóbal Balenciaga
- 1.4.5. Christian Dior
- 1.4.6. Karl Lagerfeld
- 1.4.7. Alexander McQueen

1.5. Haute Couture
- 1.5.1. Historia de la Haute Couture
- 1.5.2. Federación de Alta Costura y Moda
- 1.5.3. Miembros de la federación
- 1.5.4. De Haute Couture a Prêt-à-porter

1.6. Artesanía
- 1.6.1. Los tejidos como arte
- 1.6.2. Artesanías que complementan el vestir
- 1.6.3. Artistas y artesanos relacionados con la moda

1.7. Fast-fashion
- 1.7.1. Historia y origen del fast-fashion
- 1.7.2. Modelo de negocio del fast-fashion
- 1.7.3. Repercusión del fast-fashion en el mundo

1.8. Publicidad y fotografía en moda
- 1.8.1. Arquetipos y estereotipos
- 1.8.2. La imagen moda
- 1.8.3. Comunicación visual de la moda
- 1.8.4. Los grandes fotógrafos de moda

1.9. Repercusión de la moda
- 1.9.1. La industria textil
- 1.9.2. Relación del arte y la moda
- 1.9.3. Moda y sociedad

1.10. Teoría y crítica de moda
- 1.10.1. Diseñadores actuales y su influencia
- 1.10.2. Tendencias actuales
- 1.10.3. La banalización de la moda



Módulo 2. Fundamentos del periodismo

2.1. Definición y tipos de periódicos
- 2.1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
- 2.1.2. Conceptos clave: comunicación, información y periodismo
- 2.1.3. Los medios de comunicación y su relación con la comunidad
- 2.1.4. Los diarios y su relación con otros medios de comunicación
- 2.1.5. Definición y características del diario
  - 2.1.5.1. Historia
  - 2.1.5.2. Temáticas
  - 2.1.5.3. Precio de venta
  - 2.1.5.4. Formato
- 2.1.6. Los contenidos del diario
  - 2.1.6.1. Secciones

2.2. Principales herramientas periodísticas
- 2.2.1. Introducción
- 2.2.2. Principales herramientas periodísticas
- 2.2.3. Criterios de selección
  - 2.2.3.1. ¿Qué son?
  - 2.2.3.2. Clasificaciones
  - 2.2.3.3. Relación con la actualidad

2.3. Elementos del periódico
- 2.3.1. Introducción
- 2.2.2. Elementos del periódico
- 2.3.3. Diferentes elementos

2.4. El periodista y sus capacidades o habilidades periodísticas
- 2.4.1. Introducción
- 2.4.2. El periodista y sus habilidades o capacidades periodísticas
- 2.4.3. Debate sobre la profesión periodísticas
- 2.4.4. Actitudes
  - 2.4.4.1. Actitudes prácticas
  - 2.4.4.2. Actitudes intelectuales y morales

2.5. La organización de un periódico
- 2.5.1. Introducción
- 2.5.2. Dos estructuras en una: la empresa y la redacción
- 2.5.3. Principios editoriales
- 2.5.4. Estatutos de redacción
  - 2.5.4.1. Roles en la redacción
- 2.5.5. Epílogo: de la versión digital a la edición digital

2.6. El trabajo periodístico
- 2.6.1. Introducción
- 2.6.2. El trabajo periodístico
- 2.6.3. Qué es y cómo se organiza una redacción
- 2.6.4. A diario
- 2.6.5. La planificación a largo plazo
- 2.6.6. Trabajo individual y colectivo
  - 2.6.6.1. Trabajos individuales
  - 2.6.6.2. Trabajos colectivos
  - 2.6.6.3. Libros de estilo

2.7. Deontología periodística
- 2.7.1. Introducción
- 2.7.2. Origen y evolución histórica
  - 2.7.2.1. El Informe Hutchins
  - 2.7.2.2. El Informe McBride
- 2.7.3. Una forma de regular la profesión
- 2.7.4. Funciones de la autorregulación
- 2.7.5. Códigos deontológicos

2.8. Tipos de periodismo
- 2.8.1. Introducción
- 2.8.2. Periodismo de investigación
  - 2.8.2.1. Cualidades del periodista de investigación
  - 2.8.2.2. Esquema Williams
  - 2.8.2.3. Técnicas de investigación-innovación
- 2.8.3. Periodismo de precisión
  - 2.8.3.1. Especializaciones del periodismo de precisión
- 2.8.4. Periodismo de servicio
  - 2.8.4.1. Características temáticas
- 2.8.5. La especialización periodística
- 2.8.6. Desarrollo de la información especializada

2.9. Periodismo y retórica
- 2.9.1. Introducción
- 2.9.2. Separación información-opinión
- 2.9.3. Las teorías de los géneros periodísticos
- 2.9.4. Aportaciones de la retórica
- 2.9.5. La elocutio o elocución

2.10. El periodismo como actor político
- 2.10.1. Introducción
- 2.10.2. El periódico según los teóricos
- 2.10.3. El periódico, actor de conflicto
  - 2.10.3.1. El periódico como comunicación
  - 2.10.3.2. El periódico en los niveles extra, ínter, intra
- 2.10.4. El periódico como pacificador
  - 2.10.4.1. Mecanismo de alarma
  - 2.10.4.2. Creador de atmósferas, movilizador para la paz
- 2.10.5. El periódico como sistema complejo de creación y resolución de problemas
- 2.10.6. El periódico como institución misionera
- 2.10.7. El periódico como vértice de un triángulo de relaciones de amor y odio
- 2.10.8. El periódico como narrador y participante de conflictos

2.11. El periodismo como actor social
- 2.11.1. Introducción
- 2.11.2. El periódico como intérprete y mediador
- 2.11.3. El periódico como miembro del sistema político y como sistema parapolítico
- 2.11.4. El periódico como informador y pseudocomunicador político
- 2.11.5. El periódico como destinatario de las políticas comunicativas de otros actores sociales

Módulo 3. Revistas

3.1. Qué es una revista
- 3.1.1. Introducción
- 3.1.2. Qué es una revista. Sus especificidades y el mercado editorial
- 3.1.3. Especificidades de la revista
- 3.1.4. Mercado de revistas: cuestiones generales
- 3.1.5. Grandes grupos editoriales de revistas

3.2. El lector de revistas
- 3.2.1. Introducción
- 3.2.2. El lector de revistas
- 3.2.3. Encontrar y fidelizar al lector
- 3.2.4. El lector de revistas impresas
- 3.2.5. El lector de revistas digitales
- 3.2.6. Lectores y publicidad

3.3. Creación y vida de una revista
- 3.3.1. Introducción
- 3.3.2. La creación de una revista
- 3.3.3. El nombre
- 3.3.4. El ciclo de vida de una revista

3.4. Segmentación y especialización de las revistas
- 3.4.1. Introducción
- 3.4.2. Segmentación y especialización de las revistas
- 3.4.3. Tipos de revista
  - 3.4.3.1. Revistas culturales
  - 3.4.3.2. Revistas del corazón
  - 3.4.3.3. Suplementos

3.5. Estructura y contenidos de las revistas
- 3.5.1. Introducción
- 3.5.2. La mancheta
- 3.5.3. La estructura
- 3.5.4. Los contenidos

3.6. Nacimiento y desarrollo de las revistas en Europa y Estados Unidos
- 3.6.1. Introducción
- 3.6.2. Los inicios: entre el siglo XVI y el XVIII. De las relaciones a las gacetas
- 3.6.3. El siglo XIX en Europa
- 3.6.4. Balance del siglo XIX

3.7. El siglo XX: la consolidación de la revista moderna
- 3.7.1. Introducción
- 3.7.2. Las primeras décadas del siglo XX en las revistas europeas
- 3.7.3. Estados Unidos entre los años veinte y los sesenta: el segundo boom de las revistas
- 3.7.4. Europa tras la Segunda Guerra Mundial: las revistas a partir de los años 40
- 3.7.5. De los años 60 en adelante: la revista renovada

3.8. Hitos en la historia de las revistas estadounidense
- 3.8.1. Introducción
- 3.8.2. National Geographic, un hito en las revistas de divulgación
- 3.8.3. Time, un hito en los semanarios de información o news magazines
- 3.8.4. Reader's Digest, un hito en las revistas de revistas
- 3.8.5. The New Yorker, un hito en las revistas de opinión y cultura

3.9. Las revistas en Europa
- 3.9.1. Introducción
- 3.9.2. Difusión
- 3.9.3. Principales revistas por países

3.10. Las revistas en Latinoamérica
- 3.10.1. Introducción
- 3.10.2. Origen
- 3.10.3. Principales revistas por países

04

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.

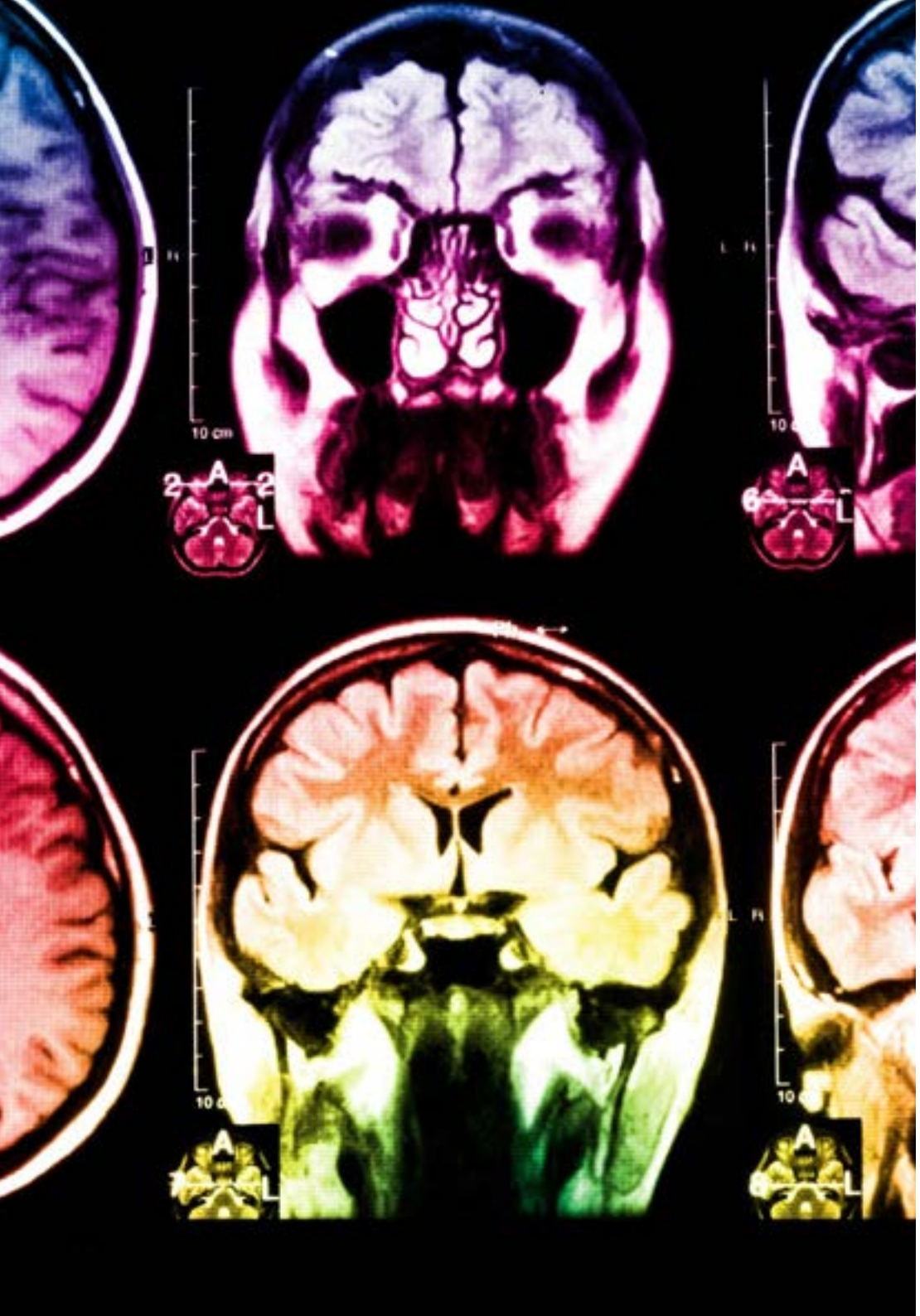
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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.

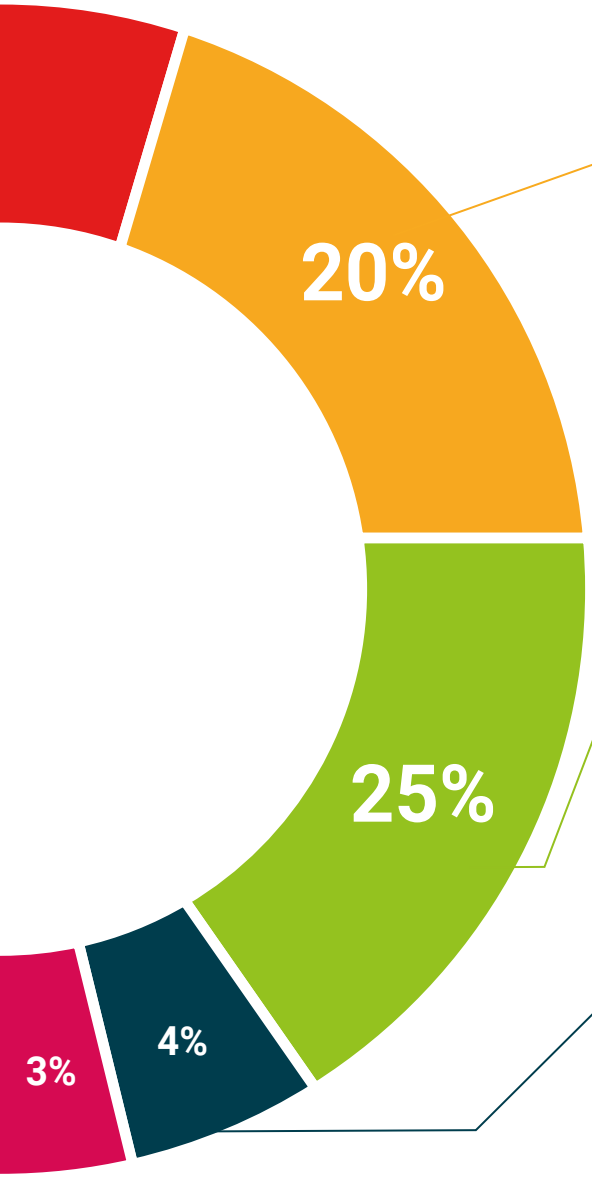
Prácticas de habilidades y competencias

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.

05

Titulación

El Experto Universitario en Crítica de la Moda 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 Crítica de la Moda** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de las evaluaciones, 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 carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Crítica de la Moda**

Nº Horas Oficiales: **450**


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

Crítica de la Moda

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: AFW0R23S 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
Crítica de la Moda

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

Experto Universitario
Crítica de la Moda



tech universidad tecnológica