Diplomado

Plan de Comunicación en la Firma de Moda



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Diplomado

Plan de Comunicación en la Firma de Moda

Modalidad: **Online**

Duración: **6 semanas**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **150 h.**

Acceso web: www.techtitute.com/periodismo-comunicacion/curso-universitario/plan-comunicacion-firma-moda

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Dirección del curso — pág. 12

04 Estructura y contenido — pág. 16

05 Metodología — pág. 20

06 Titulación — pág. 28

01

Presentación

Este Diplomado abordará la importancia de la comunicación estratégica en el sector de la belleza y la moda. Para ello, se enseñará a los profesionales a poner en práctica un plan de comunicación completo donde se investigue a fondo el contexto en el que se desarrolla la empresa y se pongan en marcha las acciones pertinentes para llevarla al éxito. Así mismo, durante la capacitación se ahondará en la manera correcta de realiza un plan de comunicación, teniendo en cuenta aspectos como los tipos de públicos, las estrategias más eficaces, el plan de acción, el calendario y los procesos de medición. Así el profesional estará más capacitado para emprender con éxito cualquier acción de planificación en el ámbito comunicativo y su perfil estará más valorado dentro de la organización.





Al finalizar este Diplomado, serás capaz de diseñar y poner en práctica un plan de comunicación completo destinado a empresas del sector de la moda, la belleza"

Los contenidos de este Diplomado están dirigidos por profesionales en las áreas de comunicación quienes ejercen en empresas del sector de la moda y la belleza. Este equipo docente, vierte en esta capacitación su experiencia y, por tanto, su visión realista y próxima de la realidad profesional, de forma consciente y proactiva.

A lo largo del temario se irán desgranando y analizando todos los aspectos de la dirección de Comunicación en empresas del sector de la moda, con el objetivo de que el alumno conozca en profundidad el funcionamiento de estos departamentos y aprenda a gestionarlos de forma óptima.

Un recorrido que llevará al alumnado hasta aprender a realizar un Plan de Comunicación completo y adaptado a las singularidades de las firmas de moda. En este sentido, el profesional adquirirá los conocimientos que le permitirán generar estrategias a nivel global, es decir, tanto on como offline.

Además, el comunicador aprenderá a realizar un análisis profundo de la situación actual de la firma, identificar los puntos de mejora, generar estrategias y a ponerlo todo en marcha en un plan de acción. Tras esto, también ahondaremos en los procesos de medición como parte fundamental para analizar los resultados de los planes de comunicación.

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 capacitación es la posibilidad de ser tú mismo quien decida cómo organiza su aprendizaje: desde el tiempo, hasta el lugar y la intensidad del estudio. De esta manera nos aseguramos de que este esfuerzo sea totalmente compatible con tu vida personal y profesional. Para que nunca pierdas la motivación.

En este sentido, la capacitación se realiza 100% online, aunque podrás descargarte los contenidos, para continuar offline si lo deseas. Contarás, además, con vídeos ilustrativos, audios de repaso, una biblioteca online con material complementario y la ayuda y acompañamiento de tu tutor o tutora durante todo el proceso.

Este **Diplomado en Plan de Comunicación en la Firma de Moda** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Las características más destacadas de la capacitación son:

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

La planificación es una competencia altamente demandada para los profesionales de la comunicación en el ámbito de la moda. Aprende con este Diplomado la forma correcta de generar planes de comunicación completos y exitosos”

TECH - Universidad Tecnológica pone a tu disposición la mejor capacitación del mercado en Periodismo y Comunicación de moda. Tú solo tienes que poner las ganas por estudiar"

Conviértete en un excelente periodista y aprende a trabajar con éxito en gabinetes de comunicación, diseñando planes de comunicación que potencien los resultados de los negocios.

Este programa no solo está pensado para periodistas en activo, sino también para aquellos que ejerzan en gabinetes de prensa de empresas del sector y que quieran actualizar y potenciar sus conocimientos.

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

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

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



02

Objetivos

Este Diplomado te dotará de los conocimientos y técnicas imprescindibles para gestionar de manera eficiente el área de Comunicación en empresas del sector de la moda, bien sea siendo parte de un medio de comunicación o como colaborador en un gabinete de prensa. Una capacitación que te habilitará para liderar y dirigir proyectos de planificación, con la capacidad de emplear los nuevos canales comunicativos y utilizar estrategias novedosas. Así, tras la finalización de este programa, estarás completamente preparado para crear planes de comunicación adaptados a las singularidades del sector y, por tanto, serás un profesional mucho más competente.





Una completa capacitación que te permitirá introducirte de lleno en el proceso de planificación comunicativa como medio para potenciar los negocios de moda, belleza y lujo”

Objetivo general

- 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
- Desarrollo 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 específicos

- Aplicar el conocimiento adquirido para elaborar un Plan de Comunicación completo y competitivo
- Entender y encajar nuestra estrategia de comunicación en la industria de la moda
- Entender la estructura del plan de comunicación y su razón de ser, así como las principales técnicas que utilizamos en cada una de sus fases
- Desarrollar el pensamiento crítico para la evaluación de la estrategia de comunicación
- Establecer acciones de comunicación específicas para el sector de la Moda y la Belleza
- Cumplir una estrategia de comunicación a largo plazo, evaluarla y readaptarla

Nuestro objetivo es impulsarte hacia la más alta competencia, a través de un apoyo real y constante, y con la flexibilidad de un aprendizaje autogestionado"

03

Dirección del curso

El diseño de este programa formativo ha sido creado por un equipo de profesionales del periodismo, con años de experiencia profesional y docente. Todos ellos, conscientes de la necesidad actual en el sector del periodismo y la comunicación de una capacitación de calidad, han querido unir sus conocimientos para trasladarte la capacitación más completa del mercado, lo que te permitirá desarrollarte en el ámbito del Periodismo de Moda 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 mundo de la comunicación en moda conviértete en un profesional mucho más codiciado"

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



Docentes

Vela Covisa, Susana

- Técnico Superior de Moda, con formación adicional en Moda Sostenible, especializada en Eco Diseño, Moda y Comunicación.
- Directora de la agencia Polka Press Comunicación, fundadora y directora de la Pasarela Atelier Couture.
- Profesora y Tutora en diferentes Universidades, Escuelas de Negocio y Centros de Formación, como el IED, la Universidad Francisco de Vitoria, Madrid School of Marketing y la Escuela de Moda de ELLE.

04

Estructura y contenido

La estructura de los contenidos ha sido diseñada por un equipo de profesionales en Periodismo, el Marketing, la Moda y la Comunicación quienes, conscientes de la relevancia de la actualidad de la capacitación en este ámbito como medio para poder profundizar en el área de conocimiento, han diseñado un completísimo temario pensado especialmente para formar a los profesionales de las ciencias de la información sobre las singularidades y características del mundo de la moda. Así, tras finalizar la capacitación, el alumno estará mucho más preparado para ejercer su trabajo en este ámbito de una forma más autónoma y competente.





Contamos con el programa de aprendizaje más completo y actualizado del mercado, lo que te permitirá adentrarte en un apasionante mundo con todas las garantías de éxito"

Módulo 1. El plan de comunicación

1.1. El calendario de la moda y la dinámica de los tiempos en la industria
- 1.1.1. Origen y evolución de las Fashion Weeks y de la Alta Costura
- 1.1.2. Calendario general de la industria
- 1.1.3. Cómo está afectando el COVID a la dinámica establecida

1.2. El impacto de la comunicación interna en una marca de MBL
- 1.2.1. Comunicación Interna
- 1.2.2. Objetivos y Herramientas
- 1.2.3. Plan estratégico de Comunicación Interna

1.3. Comunicar Marcas Sostenibles y Eco Lujo
- 1.3.1. Slow Fashion y Eco Lujo
- 1.3.2. Evolución de las tendencias de consumo en el mundo de la moda
- 1.3.3. Cómo comunicar marcas sostenibles y terminología a utilizar

1.4. La funcionalidad del Plan de Comunicación y los recursos disponibles
- 1.4.1. ¿Qué es el Plan de Comunicación y para qué sirve?
- 1.4.2. Above the line – Below the line
- 1.4.3. Canales de comunicación en las marcas de moda y análisis de los recursos disponibles

1.5. El análisis DAFO y la matriz de Rice
- 1.5.1. El mercado de la moda y sus competidores
- 1.5.2. Desarrollo y aplicación del análisis DAFO
- 1.5.3. La matriz de Rice como epicentro del Océano Azul

1.6. Análisis de situación y establecimiento de objetivos
- 1.6.1. Antecedentes de la empresa y diagnóstico de situación de la marca con respecto al mercado
- 1.6.2. Determinación de objetivos en relación a las metas
- 1.6.3. Análisis y reorganización de objetivos en una firma de moda

1.7. El público y el mensaje
- 1.7.1. ¿Este perfil de CLIENTE es para mi campaña?
- 1.7.2. ¿Estos mensajes son para mi campaña? Mensajes clave según el tipo de cliente
- 1.7.3. La estrategia de comunicación de las marcas de moda





1.8. Los canales: Offline y Online
  1.8.1. La campaña onmicanal
  1.8.2. La elección del canal offline
  1.8.3. Ventajas del canal online
1.9. El Plan de Acción y el calendario
  1.9.1. Tipología de acciones comunicativas en la moda
  1.9.2. Estructura y planteamiento del Plan de Acción
  1.9.3. Integración del Plan de Acción en el conjunto de la estrategia
1.10. La evaluación del Plan de Comunicación y la Estrategia
  1.10.1. Principales métricas para la evaluación del Plan de Comunicación
  1.10.2. Análisis avanzado del Plan de Comunicación
  1.10.3. La reformulación de la estrategia de comunicación

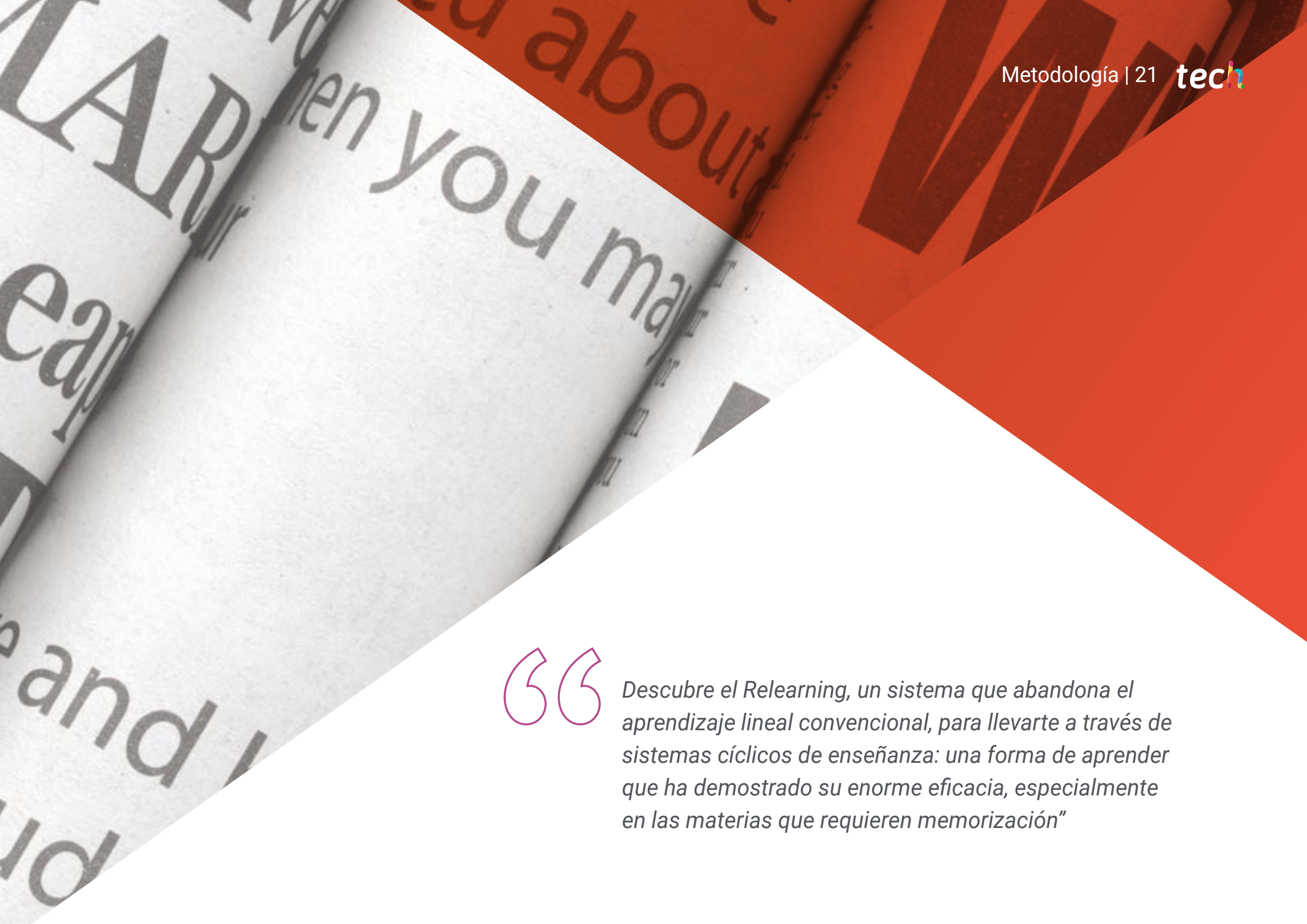
Una capacitación completa que te llevará a través de los conocimientos necesarios para competir entre los mejores”

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"



Nuestra Universidad es la primera en el mundo 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 Periodismo y Comunicación 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. Su objetivo principal es favorecer tu crecimiento personal y profesional ayudándote a conseguir el éxito. Para ello nos basamos en los case studies de la Harvard Business School, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite emplear los materiales con los que se estudia en la más prestigiosa Universidad del mundo: HARVARD.

> *Somos la única Universidad online que ofrece los materiales de Harvard como material docente en sus cursos"*

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 16 elementos didácticos diferentes en cada lección.

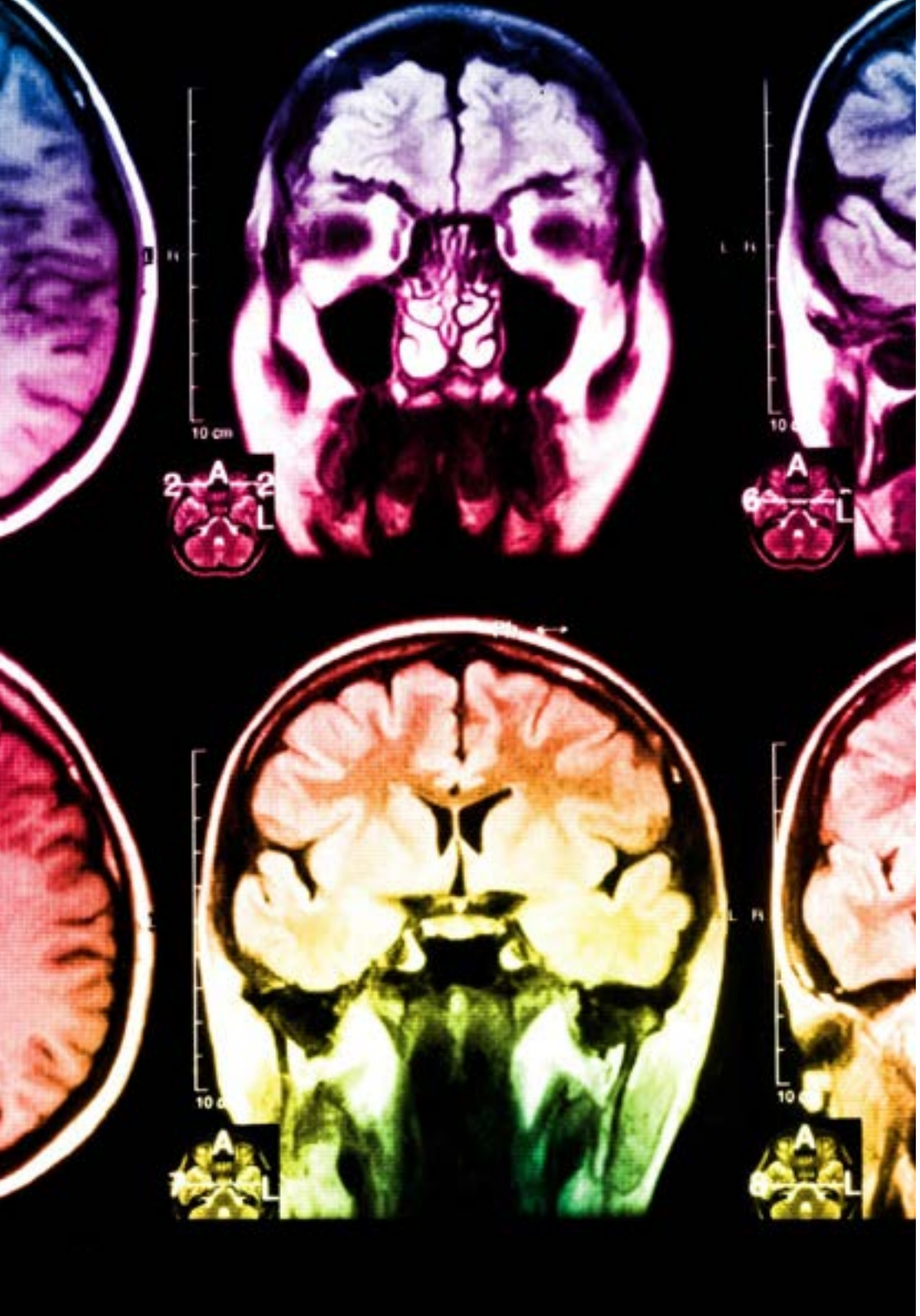
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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

En TECH aprenderás con 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 hemos conseguido 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 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, 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.

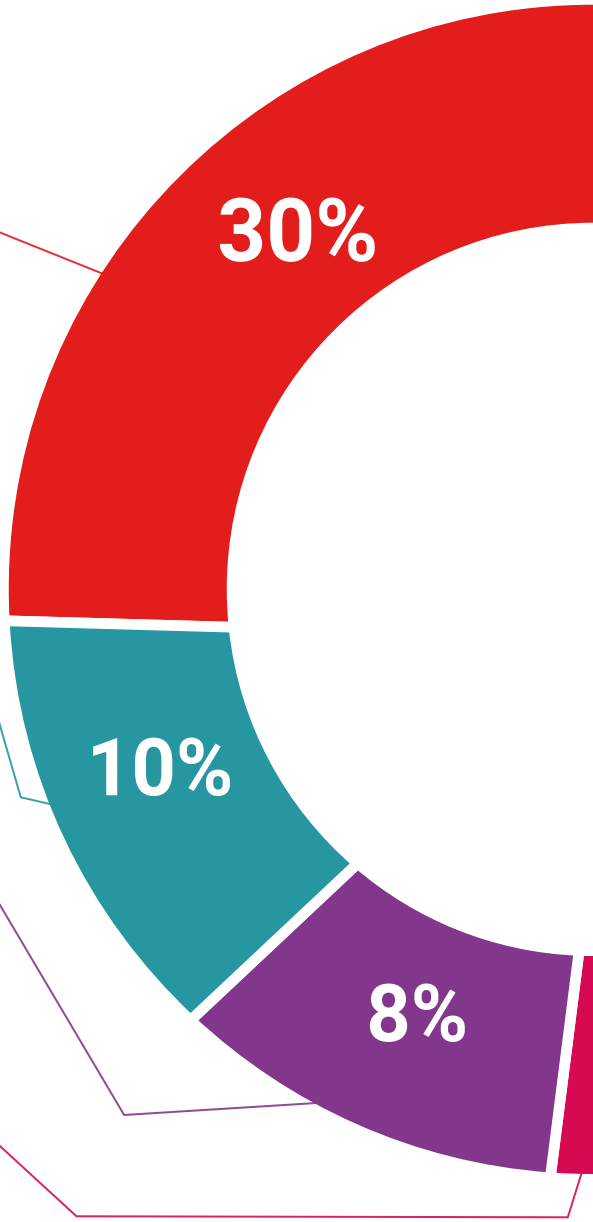
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

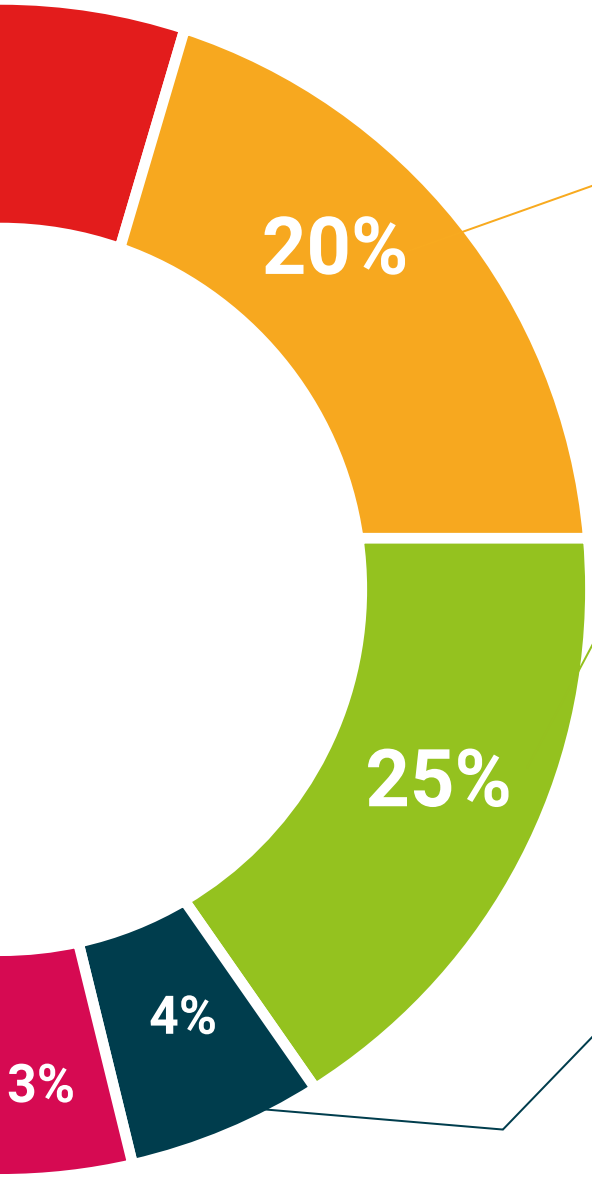
Prácticas de habilidades y competencias

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 Diplomado en Plan de Comunicación en la Firma de Moda te garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Diplomado expedido por TECH - Universidad Tecnológica.





Incluir en tu capacitación un título de Diplomado en Plan de Comunicación en la Firma de Moda te permitirá dar un paso de gigante en tu competitividad en el sector, con las competencias de un experto en la materia"

Este **Diplomado en Plan de Comunicación en la Firma de Moda** contiene el programa científico 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 Diplomado** emitido por **TECH-Universidad Tecnológica**.

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

Título: **Diplomado en Plan de Comunicación en la Firma de Moda**

Nº Horas Oficiales: **150**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

DIPLOMADO

en

Plan de Comunicación en la Firma de Moda

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 150 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 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

Diplomado

Plan de Comunicación en la Firma de Moda

Modalidad: **Online**

Duración: **6 semanas**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **150 h.**

Diplomado

Plan de Comunicación en la Firma de Moda



tech universidad tecnológica