Experto Universitario
Periodismo Especializado de Moda



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario
Periodismo Especializado de Moda

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

El periodismo especializado en la moda requiere de un lenguaje muy técnico y específico, conociendo términos como cachemir, chambray, peplum o trendsetter. De esta forma, toda persona que quiera dedicarse profesionalmente a la comunicación de moda debe tener conocimientos no solo de periodismo en sí, sino también de los fundamentos periodísticos aplicados al mundo textil. Asimismo, se deben también conocer los entresijos de la moda y su propia historia para saber transmitir con éxito a un público tan especializado como exigente. El presente programa de TECH pretende instruir a sus alumnos en todas estas áreas para convertirlos en los mejores comunicadores de moda posibles.





Con este Experto Universitario conseguirás llegar a tu público con éxito, conociendo a fondo la compleja naturaleza del mundo de la moda"

Al mismo ritmo que evoluciona la moda debe evolucionar la comunicación sobre la misma, adaptándose a las nuevas tendencias, plataformas de difusión de nuevo cuño y figuras o eventos que adquieren mayor relevancia. Por eso, los profesionales del periodismo especializado en moda deben poseer una serie de conocimientos específicos para realizar con éxito su labor profesional.

El Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda instruye a sus alumnos en todas las competencias necesarias para que, al egresar, sepan de qué manera transmitir la información relacionada con la moda y comunicar hasta los más mínimos detalles técnicos a su audiencia, demostrando una diferenciación crucial con otros profesionales que no posean estos conocimientos.

Así, se trata de una oportunidad única para orientar la carrera profesional del alumno de diseño hacia el ámbito de la comunicación, al mismo tiempo que obtiene unas aptitudes que le ayudarán a distinguirse y posicionarse de forma favorable en el ámbito laboral.

Un Experto Universitario que, además, se cursa de forma completamente online. El alumno puede adaptar los horarios de estudio a su propio ritmo y obligaciones, pues no tiene que asistir a un centro físico ni atenerse a un calendario fijo. La totalidad de la enseñanza está disponible durante toda la duración del programa, pudiendo descargarse desde cualquier dispositivo con acceso a internet.

Este **Experto Universitario en Periodismo Especializado de 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 al ámbito comunicativo
- 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 historia de la moda y cómo comunicarla 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

Consigue un puesto en primera fila para las mejores pasarelas y eventos siendo el comunicador de prestigio con el que todos quieran tratar”

Cubrirás a las estrellas y diseñadores más prestigiosos con un lenguaje preciso, eficaz y llamativo”

Sabrás adaptarte a cualquier situación con la que pudieras encontrarte. Con tus conocimientos periodísticos y de moda, conectarás con tu público estés donde estés.

Te adelantarás a tus competidores sabiendo cuáles son las plataformas de comunicación más usadas, sus figuras de influencia más notorias y la forma más efectiva de comunicarte en ellas.

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.

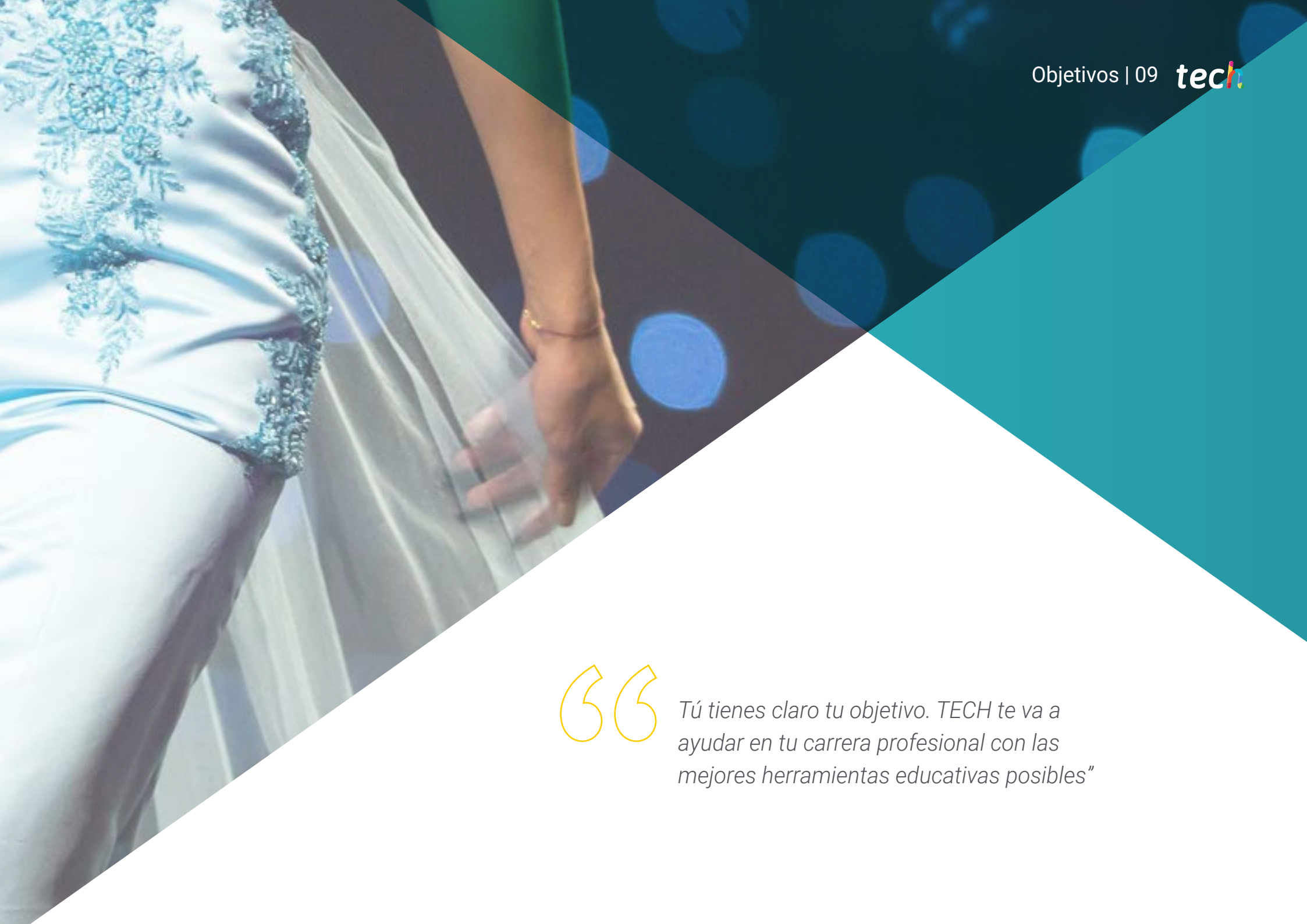


02

Objetivos

El objetivo de este Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda es el de instruir a sus alumnos en la correcta comunicación sobre todos los aspectos y tendencias del sector textil. Para ello, se abordan todos los conocimientos necesarios sobre la historia de la moda, así como los principales fundamentos periodísticos y prensa especializada del sector. Gracias a toda esta enseñanza se garantiza que el alumno egresará siendo un profesional de la comunicación competente y productivo, sabiendo adaptarse específicamente al mundo de la moda.





Tú tienes claro tu objetivo. TECH te va a ayudar en tu carrera profesional con las mejores herramientas educativas posibles”

Objetivos generales

- Comprender el tratamiento de la información de moda a lo largo de las épocas
- Ahondar en los principios básicos del periodismo para elaborar correctamente piezas informativas sobre moda y estilismo
- Conocer los medios de uso más extendido entre el público, incluyendo las redes sociales más novedosas
- Estudiar los fundamentos y ejemplos más notorios de la prensa especializada en moda y lujo



Objetivos específicos

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. Prensa especializada en moda y lujo

- Comprender la comunicación estratégica y aplicarla con responsabilidad ética y profesional
- Establecer unas relaciones públicas que sirvan al objeto de la comunicación conociendo el funcionamiento de las mismas en el sector de la moda
- Dirigir a un equipo capaz de crear un evento, así como una experiencia de usuario única, ya sea en el entorno físico o digital
- Adaptarse a las dinámicas de la prensa especializada en las áreas de Moda y Belleza
- Conocer la evolución de las relaciones públicas y las últimas tendencias del mercado
- Desarrollar habilidades de negociación para establecer acuerdos que constituyan un vínculo social

Tus objetivos profesionales dentro de la moda están más cerca de lo que piensas. Matricúlate ya y alcánzalos”

03

Estructura y contenido

El temario de este Experto Universitario se ha diseñado teniendo en cuenta las necesidades comunicativas que deben cubrirse en el ámbito de la moda, instruyendo a sus alumnos en un amplio temario con épocas históricas, diseñadores de éxito, teoría periodística y tipos de comunicación en moda y belleza. Se compone de 3 módulos diferenciados, formados a su vez por una multitud de subtemas que dividen el temario haciendo que este sea más sencillo y comprensible de estudiar.





Este Experto Universitario cubre todo lo que necesitas no solo para comunicar sobre el mundo de la moda, sino para hacerlo de forma eficaz y llegar mejor a tu audiencia"

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. Prensa especializada en moda y lujo

3.1. La comunicación en la prensa especializada
- 3.1.1. Los medios de comunicación especializados en moda y belleza, la prensa femenina
- 3.1.2. El papel de la agencia de comunicación en la comunicación
- 3.1.3. El valor actual de la prensa *offline*

3.2. Evolución de los modelos de la comunicación en las RR. PP.
- 3.2.1. Concepto de las relaciones públicas
- 3.2.2. Aproximación teórica a los modelos clásicos de RR. PP. (Grunig y Hunt)
- 3.2.3. Hacia un nuevo planteamiento de las RR. PP., el 5º modelo

3.3. La comunicación persuasiva en las RR. PP.
- 3.3.1. Componente persuasivo e informativo de las RR. PP.
- 3.3.2. Diferenciación entre las relaciones públicas y la actividad periodística
- 3.3.3. La función de las RR. PP. frente a la función del *marketing* y la publicidad

3.4. Herramientas para la comunicación con la prensa
- 3.4.1. El gabinete de prensa y su funcionamiento
- 3.4.2. Los materiales de prensa útiles
- 3.4.3. Cómo construir una nota de prensa eficaz

3.5. Planificación y estrategia de comunicación en moda y belleza
- 3.5.1. Estudio previo: análisis del *briefing*
- 3.5.2. El método RACE
- 3.5.3. El plan de comunicación

3.6. Acciones de comunicación y eventos para la moda y belleza
- 3.6.1. Tipos de comunicación al servicio de las marcas
- 3.6.2. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación
- 3.6.3. Diseño de actividades y agenda *setting* en belleza y moda

3.7. La medición de resultados
- 3.7.1. La necesidad de monitorización de las relaciones públicas
- 3.7.2. Herramientas clásicas de medición cuantitativa: *clipping* y VPE
- 3.7.3. La importancia de la valoración cualitativa

3.8. Errores a evitar en la comunicación y el ámbito de las RR. PP.
- 3.8.1. Restar importancia de los medios
- 3.8.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
- 3.8.3. Improvisación vs planificación

3.9. Ética y perspectiva psicosocial
- 3.9.1. Las relaciones públicas en el siglo XXI: entre el progreso y el bienestar social
- 3.9.2. Responsabilidad social y relaciones públicas
- 3.9.3. La ética de las RR. PP.: autoconciencia, independencia y compromiso

3.10. Últimas tendencias y estudios en las relaciones públicas
- 3.10.1. Las nuevas RR. PP., más "sociales" que nunca
- 3.10.2. Comunicación emocional y *neuromarketing*
- 3.10.3. *Insights* clave de los consumidores actuales

Con todos estos conocimientos serás el mejor comunicador de moda. No esperes más y matricúlate ya para seguir mejorando profesionalmente"

04

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"

En TECH empleamos el Método del caso

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"



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 intensivo de Diseño de TECH Universidad Tecnológica prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso TECH utiliza los case studies de la Harvard, con la que tenemos un acuerdo estratégico que nos permite acercar a nuestros alumnos 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 facultades del mundo. 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

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 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

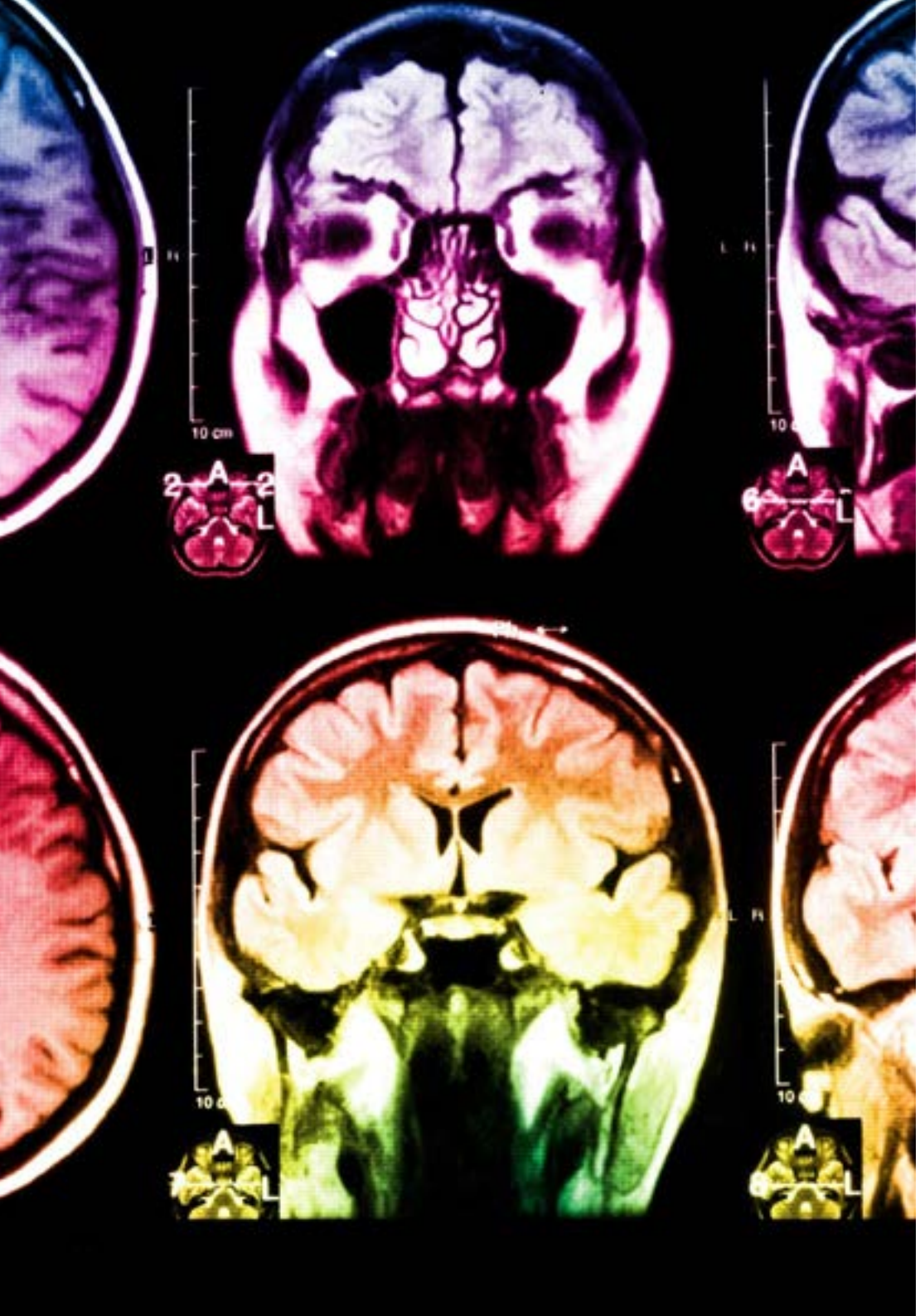
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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 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, se combinan 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 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.

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.

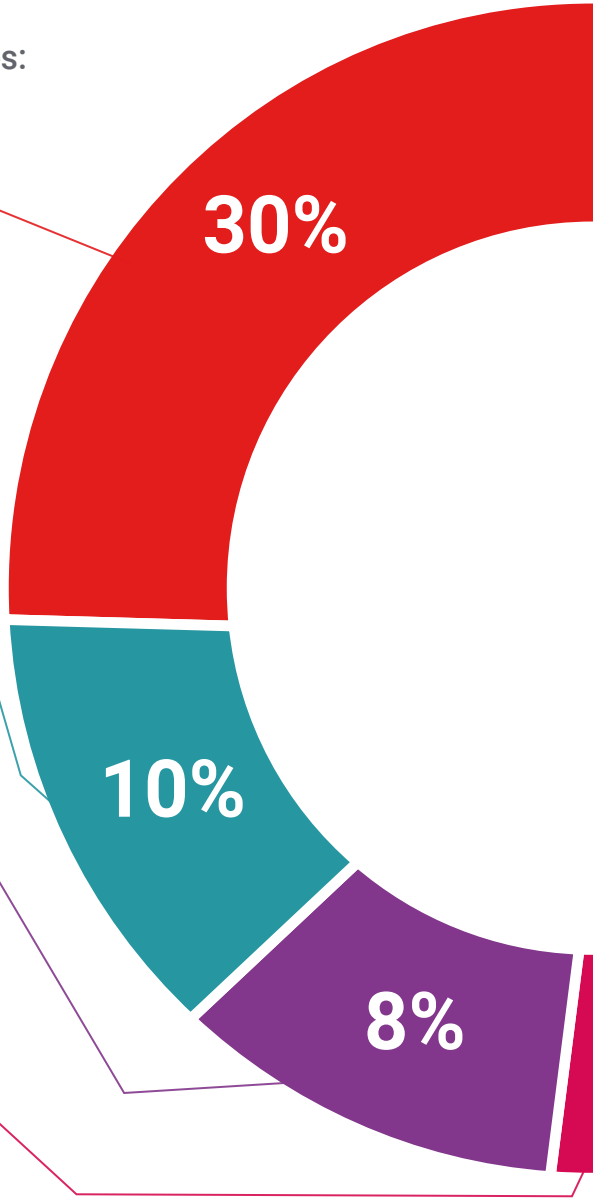
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

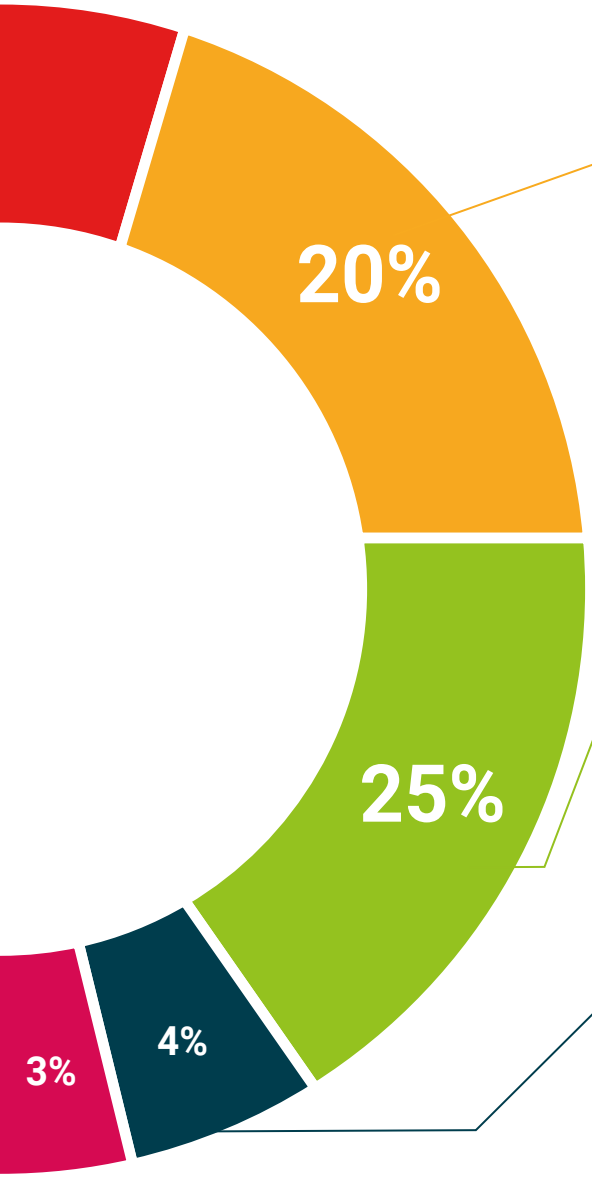
Prácticas de habilidades y competencias

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, guías internacionales..., 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 cases studies de la materia que se emplean en Harvard. 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 audio, 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.

05

Titulación

El Experto Universitario en Periodismo Especializado de Moda garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título universitario 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 Periodismo Especializado de Moda** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

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

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

Título: **Experto Universitario en Periodismo Especializado de 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

Periodismo Especializado de 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: 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
Periodismo Especializado de Moda

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario

Periodismo Especializado de Moda



tech universidad tecnológica