Experto Universitario

Nuevas Formas de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Experto Universitario

Nuevas Formas de 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/especializacion/especializacion-nuevas-formas-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 necesita una continua actualización. Por eso, este Experto Universitario 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 la misma forma, también se estudiará la gestión de la apariencia y la comunicación visual dentro del sector de la moda para poder entender los patrones que funcionan mejor en este sentido y aportar al profesional las competencias necesarias para generar comunicaciones visuales potentes y atractivas para los consumidores.





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 Experto 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 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 irá ahondando en las estrategias de gestión de contenidos en empresas de estos ámbitos, prestando especial atención a los nuevos canales comunicativos, como lo son las redes sociales y YouTube y su implicación en el éxito de las empresas del sector. Todo ello, capacitará al profesional para trabajar con éxito en empresas de lujo, la belleza y la moda.

De la misma forma, se desganarán y se analizarán 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.

Un recorrido que llevará al alumnado hasta reconocer los canales comunicativos que otorgan mejores resultados a empresas y medios especializados y que le permitirán usar estos medios con el objetivo de incrementar los resultados de la empresa y, por tanto, llevar a cabo una gestión más eficiente.

Este **Experto Universitario en Nuevas Formas de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa académico más completo y actualizado del panorama universitario. Sus características más destacadas de la formación 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

Conoce en profundidad los nuevos medios de difusión de incapacitación para empresas de moda, belleza y lujo y conviértete en un profesional mucho más competente”

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 a través de los nuevos canales comunicativos

TECH pone a tu disposición la mejor capacitación 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.

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 moda, belleza y lujo, y con gran experiencia.



02

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades, además de 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 capacitación, será capaz de trabajar con un alto grado de competencias en medios especializados, gabinetes de prensa y departamentos de Marketing, conociendo los medios que otorgan mejores resultados en la difusión de incapacitación. 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 capacitación se marca como meta lograr que los alumnos entiendan cuáles son las fórmulas más novedosas que otorgan mejores resultados a empresas del sector de la moda, la belleza y el 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 sus habilidades de gestión, análisis, creatividad y liderazgo como principales competencias para crecer dentro de la industria
- Desarrollar una excelente capacidad de redacción y comunicación oral y escrita, verbal y no verbal
- Obtener la responsabilidad ética necesaria
- Desarrollar el 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. Métricas para el análisis de la comunicación

- Entender el proceso de medición en el sector de la comunicación, crear y establecer métricas eficaces y efectivas en función de la identidad de marca
- Aplicar los indicadores fundamentales y establecer la frontera entre las variables cualitativas y cuantitativas
- Evaluar los métodos de análisis escogidos y aplicar los resultados a acciones de marca
- Predecir los resultados de las métricas siguientes para minimizar riesgos
- Elaborar y presentar un panel de situación específico del sector de la moda, así como un informe de evolución que identifique las líneas de comunicación
- Reorientar el liderazgo

Módulo 2. La prensa especializada y las relaciones públicas

- 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

Módulo 3. Nuevos canales de comunicación: Redes Sociales & YouTube

- Ofrecer una comunicación directa, personal y adecuada capaz de cumplir con los objetivos específicos de cada red social
- Visión específica de cada uno de los canales de comunicación digital que existen en la actualidad
- Comprender cómo se ejerce la influencia desde el canal de la comunicación y las nuevas estrategias de poder que se ejercen desde el entorno digital
- Replicar un ejercicio de influencia desde un canal de redes sociales
- Identificar el auge del canal audiovisual como medio líder entre la opinión pública

TECH pone a tu disposición el contenido más novedoso del sector con un solo objetivo: impulsarte para que consigas todos tus objetivos profesionales"

03

Dirección del curso

El diseño de este programa formativo 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 formación 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, 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 en materia de RRPP y canales comunicativos en el sector de la moda, la belleza y el 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 de 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

Dña. Cayuela, María José

- Licenciada en Periodismo y Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona
- Máster en Dirección Estratégica de Marca y Comunicación de ESADE. PDD
- Máster en Dirección de Marketing Digital por ESADE y Learning to Grow por IESE
- Periodista multidisciplinar con más de 20 años en activo en medios y agencias de comunicación
- Fundadora de The Blogs Family, una plataforma de blogs y redes sociales con contenidos para familias, con más de 1,000.000 de lectores y seguidores en Instagram, Facebook, Twitter, Youtube y TikTok

Dña. Muñiz, Eva

- Licenciada en Periodismo por la Univ. San Pablo CEU de Madrid con Premio Extraordinario Fin de Carrera
- Doctorado en Humanidades y CC de la Información
- Curso postgrado en CC Económicas sobre Estrategia de comunicación e imagen empresarial
- CEO - Directora de la Agencia de Comunicación Press&Co

04

Estructura y contenido

El Experto Universitario 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 capacitación la ardua experiencia de su trabajo para que usted crezcas 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. Métricas para el análisis de la comunicación

1.1. El análisis de la comunicación y la gestión de intangibles
- 1.1.1. La evolución de la comunicación: de las masas a la globalización
- 1.1.2. Concepto y contexto de activos intangibles
- 1.1.3. La medición de la marca, la identidad y la cultura empresarial

1.2. Los indicadores específicos: más allá de la referencia
- 1.2.1. ¿De qué está hecha la moda?
- 1.2.2. Indicadores específicos del entorno de la moda
- 1.2.3. El objetivo de la medición y la elección del método

1.3. Detección de errores de medición
- 1.3.1. El análisis de errores: la inferencia y el método contrastivo
- 1.3.2. Tipología de errores y su gravedad en la comunicación de moda
- 1.3.3. La planificación y el presupuesto en las acciones comunicativas

1.4. Métricas tradicionales para el análisis de la comunicación
- 1.4.1. Principios estadísticos y la estructura de los datos
- 1.4.2. Metodología de la investigación cualitativa
- 1.4.3. Tipología de métricas tradicionales: estructura y función

1.5. Métricas digitales: Google Analytics
- 1.5.1. El posicionamiento web en las marcas de moda
- 1.5.2. ¿Qué estamos midiendo en el entorno digital?
- 1.5.3. Tipología de métricas digitales: estructura y función

1.6. Creación y adaptación del producto comunicativo
- 1.6.1. El valor del producto comunicativo en la industria de la moda
- 1.6.2. La interpretación de los datos y la efectividad de las soluciones
- 1.6.3. Las percepciones individuales ocultas en la psicología del consumidor de moda

1.7. Impacto de la medición en la toma de decisiones
- 1.7.1. Preguntas adecuadas y planteamiento de hipótesis
- 1.7.2. *Benchmark* y el entorno competitivo
- 1.7.3. La gestión del cambio, la confianza y la medición del éxito en una marca de moda

1.8. Las predicciones y la métrica como estrategia a la largo plazo
- 1.8.1. El patrón de comportamiento de la marca
- 1.8.2. El mapa de frecuencias y el análisis de la evolución de moda
- 1.8.3. Simulación de escenarios de innovación

1.9. El informe analítico y su presentación
- 1.9.1. Objetivo del informe: el patrón de comportamiento de la marca
- 1.9.2. Componentes del informe analítico de la comunicación de moda
- 1.9.3. Visualización de datos

1.10. Evalución exprés para situaciones de crisis
- 1.10.1. Las variables decisivas
- 1.10.2. El impacto a corto plazo y la reformulación de la estrategia
- 1.10.3. Los intocables: la escala de prioridades de una marca de moda

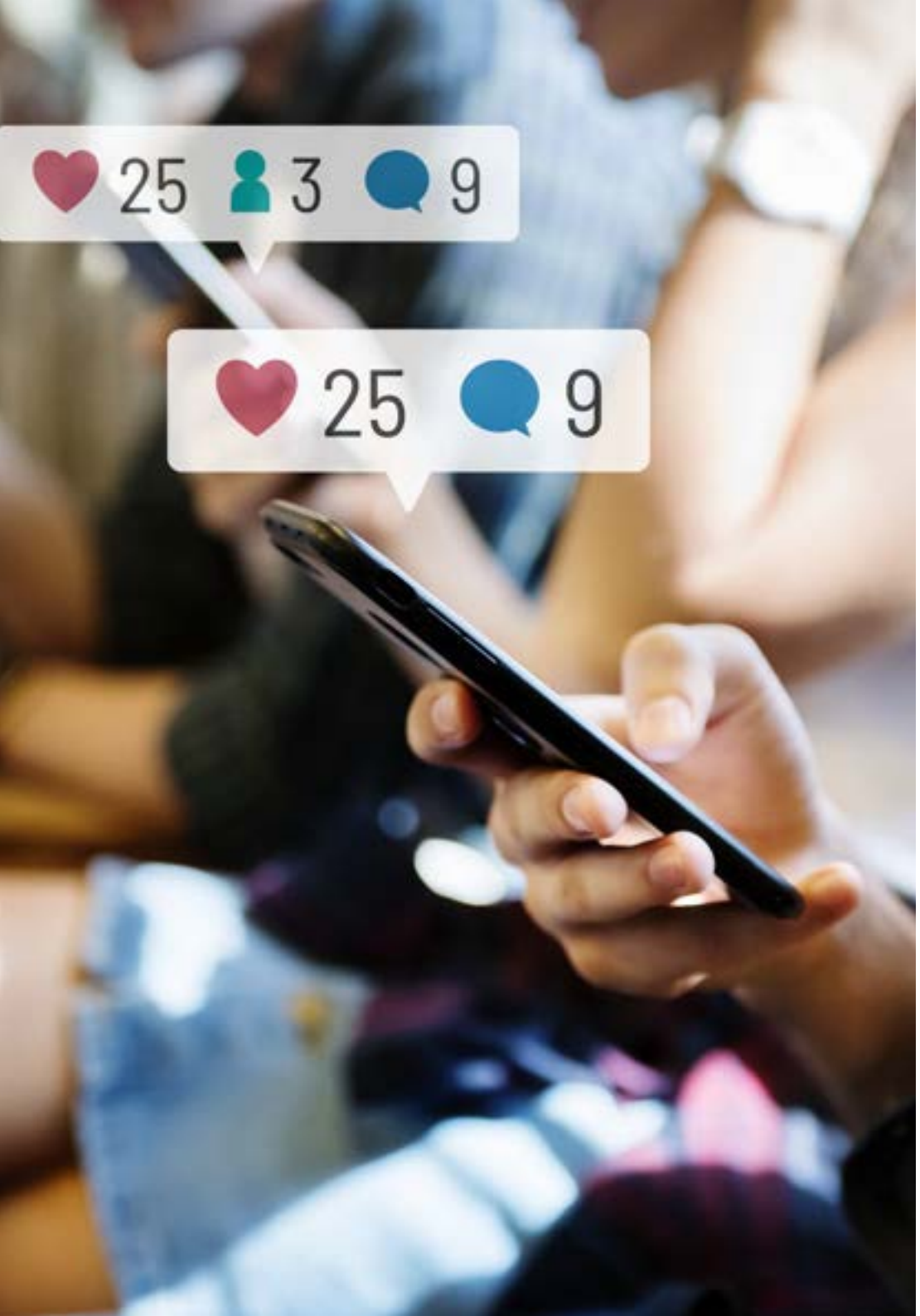
Módulo 2. La prensa especializada y las relaciones públicas

2.1. La comunicación en la prensa especializada
- 2.1.1. Los medios de comunicación especializados en moda y belleza, la prensa femenina
- 2.1.2. El papel de la agencia de comunicación en la comunicación
- 2.1.3. El valor actual de la prensa offline

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

2.3. La comunicación persuasiva en las RR. PP
- 2.3.1. Componente persuasivo e informativo de las RR. PP
- 2.3.2. Diferenciación entre las relaciones públicas y la actividad periodística
- 2.3.3. La función de las RR. PP frente a la función del Marketing y la publicidad

2.4. Herramientas para la comunicación con la prensa
- 2.4.1. El gabinete de prensa y su funcionamiento
- 2.4.2. Los materiales de prensa útiles
- 2.4.3. ¿Cómo construir una nota de prensa eficaz?



2.5. Planificación y estrategia de comunicación en moda y belleza
- 2.5.1. Estudio previo: análisis del *briefing*
- 2.5.2. El método RACE
- 2.5.3. El plan de comunicación

2.6. Acciones de comunicación y eventos para la moda y belleza
- 2.6.1. Tipos de comunicación al servicio de las marcas
- 2.6.2. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación
- 2.6.3. Diseño de actividades y agenda *Setting* en belleza y moda

2.7. La medición de resultados
- 2.7.1. La necesidad de monitorización de las relaciones públicas
- 2.7.2. Herramientas clásicas de medición cuantitativa: *Clipping* y VPE
- 2.7.3. La importancia de la valoración cualitativa

2.8. Errores a evitar en la comunicación y el ámbito de las RR. PP
- 2.8.1. Restar importancia de los medios
- 2.8.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
- 2.8.3. Improvisación vs Planificación

2.9. Ética y perspectiva psicosocial
- 2.9.1. Las relaciones públicas en el siglo XXI: entre el progreso y el bienestar social
- 2.9.2. Responsabilidad social y relaciones públicas
- 2.9.3. La ética de las RR. PP: autoconciencia, independencia y compromiso

2.10. Últimas tendencias y estudios en las relaciones públicas
- 2.10.1. Las nuevas RR. PP, más "sociales" que nunca
- 2.10.2. Comunicación emocional y neuromarketing
- 2.10.3. *Insights* clave de los consumidores actuales

Módulo 3. Nuevos canales de comunicación: redes sociales & YouTube

3.1. La influencia y otras estrategias de poder en los nuevos canales digitales
- 3.1.1. Las estrategias de poder vinculadas a la comunicación de moda
- 3.1.2. Ejercer la influencia en el ámbito de las redes sociales
- 3.1.3. La gestión de los nuevos líderes digitales: influencers de moda

3.2. La elección del canal de comunicación: teoría Forrester Research
- 3.2.1. La nueva opinión pública: dirigir a las masas de uno en uno
- 3.2.2. ¿Qué es la teoría Forrester?
- 3.2.3. Aplicación de la teoría Forrester Research a la industria de la moda

3.3. El poder del lenguaje audiovisual y la comunicación no verbal
- 3.3.1. La creciente cuota de mercado de la comunicación no verbal
- 3.3.2. El impacto del mensaje audiovisual en la moda
- 3.3.3. Composición del discurso fotográfico en las redes sociales

3.4. Evolución y funcionamiento de las redes sociales en la industria de la moda
- 3.4.1. Etapas de surgimiento y evolución de Internet
- 3.4.2. La estrategia multicanal dentro de las redes sociales de moda
- 3.4.3. ¿Qué es una red social? Diferencias con los canales tradicionales

3.5. Facebook, la gran base de datos
- 3.5.1. La comunicación transversal
- 3.5.2. El interés de la comunidad
- 3.5.3. Modelos de presencia en Facebook

3.6. Instagram, mucho más que fotos de moda
- 3.6.1. Los mensajes emocionales y la gestión de la empatía
- 3.6.2. La intimidad del día a día en imágenes
- 3.6.3. Destacar en la red social más importante de la moda

3.7. El contenido profesional de LinkedIn
- 3.7.1. La creación de la marca personal
- 3.7.2. Los mensajes cognitivos en una marca de moda
- 3.7.3. Gestión de las relaciones con la competencia





3.8. La politización de Twitter
- 3.8.1. La comunicación impulsiva y omnidireccional
- 3.8.2. El mensaje directo y la creación de contenidos en 20 caracteres
- 3.8.3. El impacto de los titulares: de la profundidad a la ligereza

3.9. TikTok, más allá de la generación Z
- 3.9.1. La revolución audiovisual y la aceleración de los cambios de look en un contexto slow fashion
- 3.9.2. La democratización en la creación de contenidos audiovisuales
- 3.9.3. La moda como hecho noticioso y noticiable

3.10. YouTube, como exponente del contenido audiovisual
- 3.10.1. La gestión de las expectativas en la creación de contenidos audiovisuales
- 3.10.2. Mapa de contenidos en YouTube sobre moda, belleza y lujo
- 3.10.3. Nuevas tendencias en la opinión pública: los microinfluencers

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

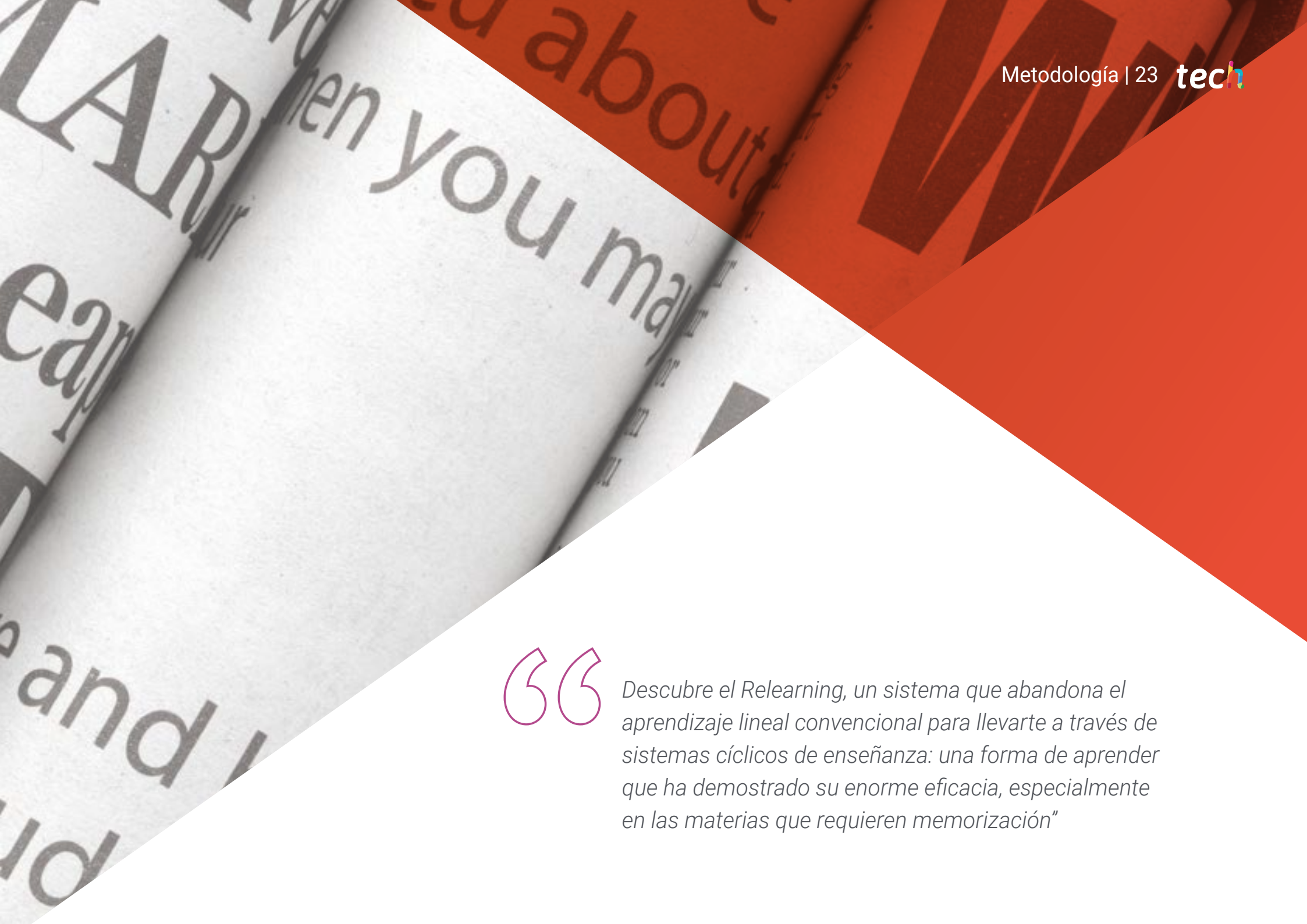
04

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"

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.

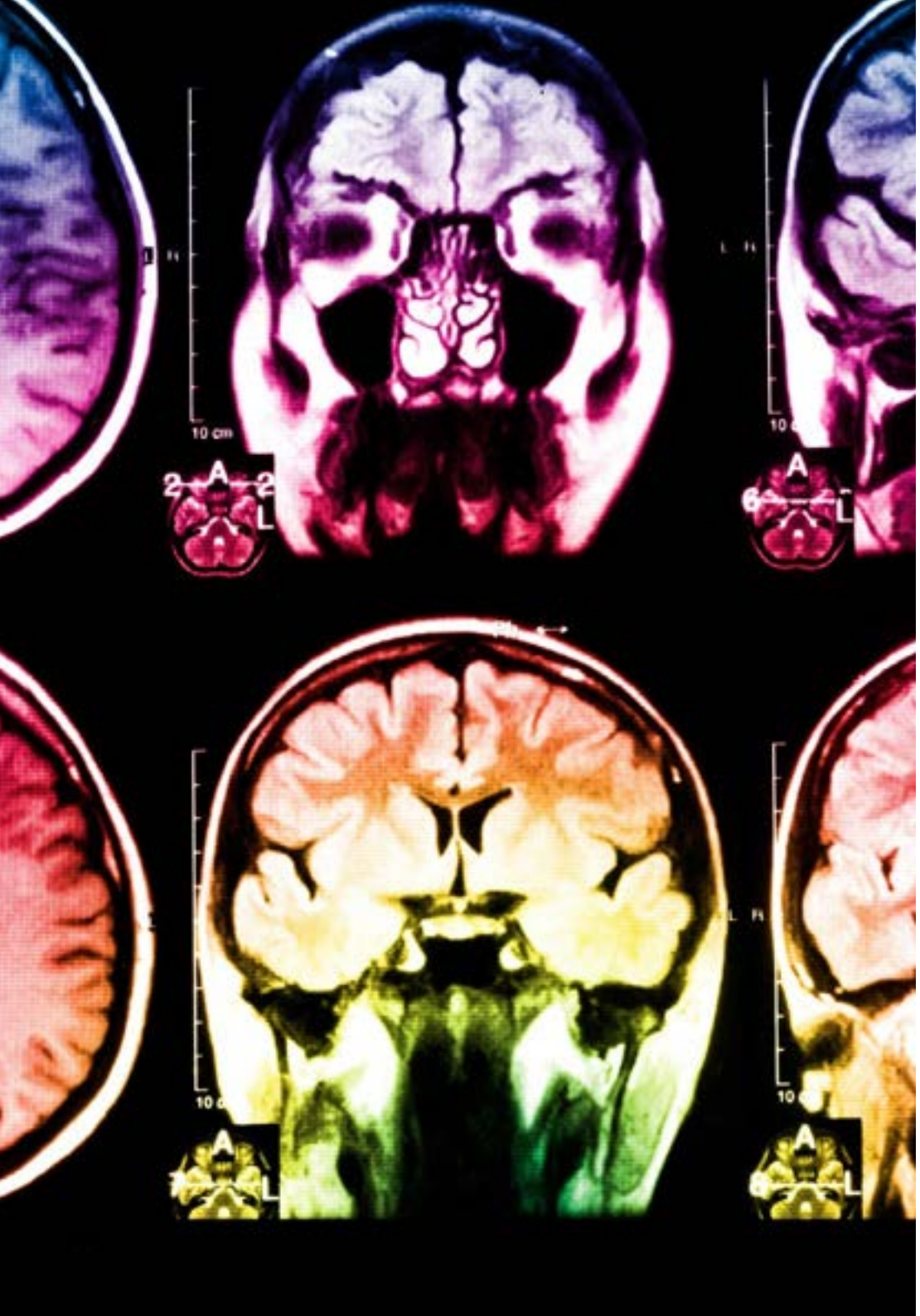
Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

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.

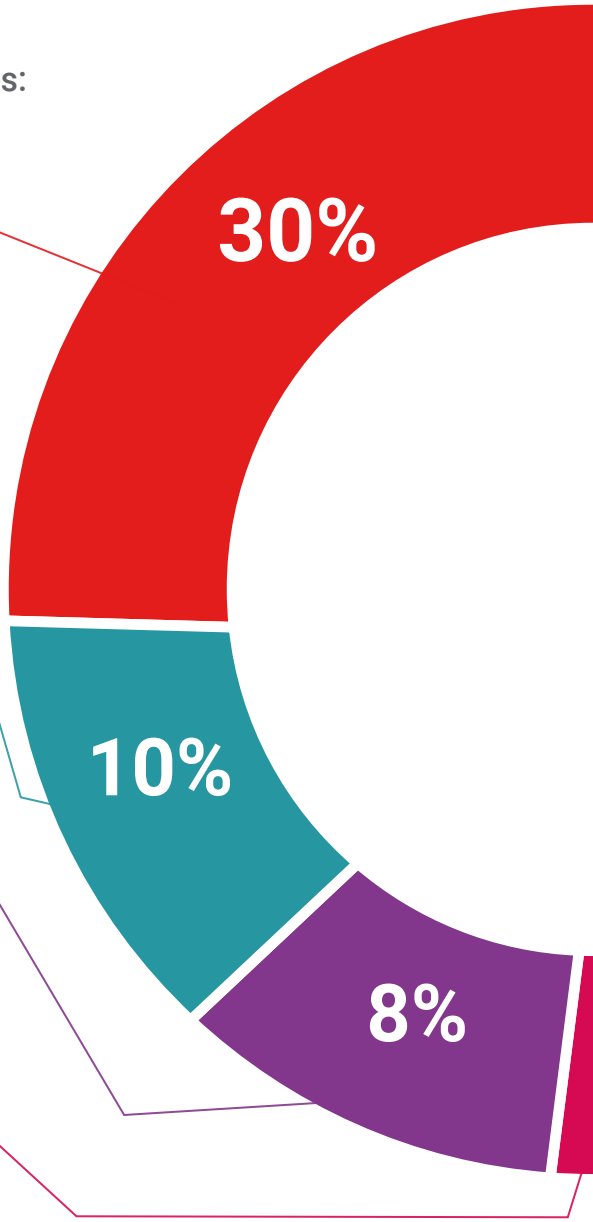
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

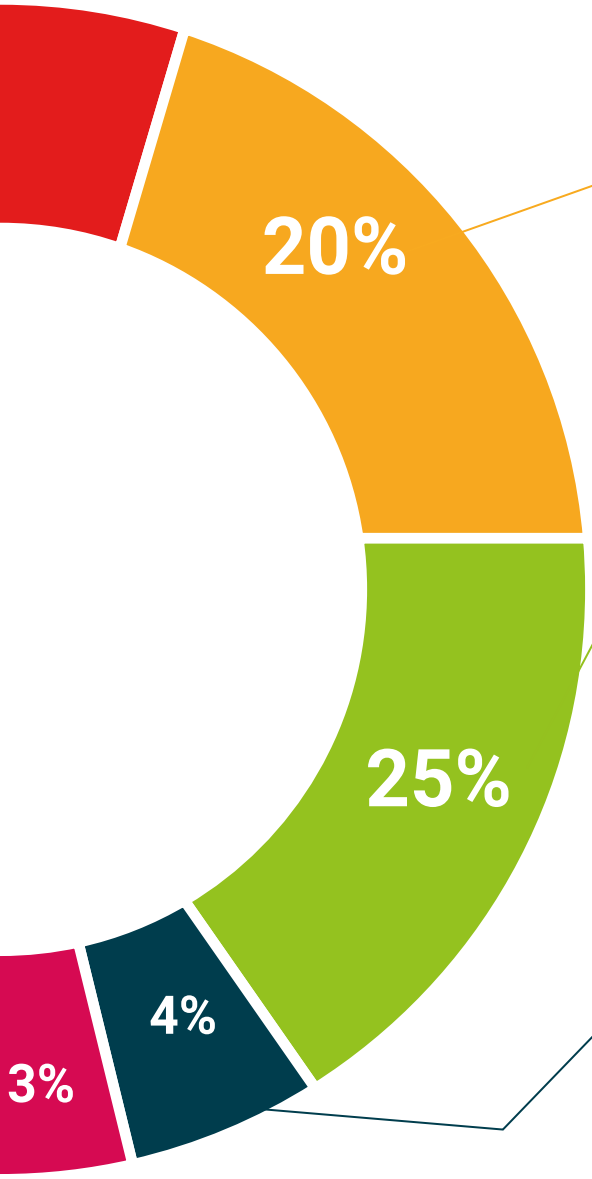
Prácticas de habilidades y competencias

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.

05

Titulación

El Experto Universitario en Nuevas Formas de 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 Nuevas Formas de 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 Nuevas Formas de 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

Nuevas Formas de 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

Nuevas Formas de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo

Modalidad: **Online**

Duración: **6 meses**

Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **450 h.**

Experto Universitario

Nuevas Formas de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo



tech universidad tecnológica