Diplomado

Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Diplomado

Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo

Modalidad: **Online**
Duración: **6 semanas**
Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **150 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/diplomado/nuevas-interacciones-mercados-moda-lujo**

Índice

01
Presentación
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Dirección de curso
pág. 12

04
Estructura y contenido
pág. 18

05
Metodología
pág. 22

06
Titulación
pág. 30

01

Presentación

En los últimos años, se ha podido evidenciar el crecimiento de las redes sociales, haciendo que cada vez sea más importante el posicionarse en este medio para atraer a más clientes. En este sentido, se ha desarrollado un programa que ayudará a los diseñadores a comprender el papel que estas plataformas tienen en el mundo de la moda y el lujo. Para ello, se desarrollará de manera detallada la evolución de los modelos de comunicación de las RRPP y la importancia de la comunicación persuasiva en el entorno del marketing, así como el papel de las Redes Sociales como principales herramientas de las estrategias digitales de marketing en la industria del lujo y sus formatos.





Domina las estrategias para establecer una comunicación emocional basada en las técnicas del neuromarketing"

Para el programa de las Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo se ha creado un temario que reúne todos los requisitos para fomentar el existo de los futuros egresados interesados en el mundo del diseño de lujo y como se desenvuelve en el mundo digital.

De esta manera, se podrá comprender mejor los componentes persuasivos de la información que se transmite en redes y la función del marketing en su distribución y creación. También, se analizarán las métricas que favorecen la implementación de estrategias y planes de comunicación.

Todo el contenido está disponible desde una modalidad 100% online que aporta al alumno la facilidad de poder cursarlo cómodamente, dónde y cuándo quiera. Solo necesitará un dispositivo con acceso a internet para lanzar su carrera un paso más allá. Una modalidad acorde al tiempo actual con todas las garantías para posicionar al profesional en un sector altamente demandado.

Comprensión del progreso de las nuevas herramientas digitales de marketing para posicionarte como un diseñador exclusivo"

Este **Diplomado en Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo** te ofrece las características de un Diplomado de alto nivel científico, docente y tecnológico. Estas son algunas de sus características más destacadas:

- Última tecnología en software de enseñanza online.
- Sistema docente intensamente visual, apoyado en contenidos gráficos y esquemáticos de fácil asimilación y comprensión.
- Desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en activo.
- Sistemas de vídeo interactivo de última generación.
- Enseñanza apoyada en la telepráctica.
- Sistemas de actualización y reciclaje permanente.
- Aprendizaje autoregulable: total compatibilidad con otras ocupaciones.
- Ejercicios prácticos de autoevaluación y constatación de aprendizaje.
- Grupos de apoyo y sinergias educativas: preguntas al experto, foros de discusión y conocimiento.
- Comunicación con el docente y trabajos de reflexión individual.
- Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet.
- Bancos de documentación complementaria disponible permanentemente, incluso después del curso.

Entiende el componente persuasivo de las RRPP de cara al marketing de lujo"

Analiza el papel de las RRSS en las estrategias de comunicación y marketing de lujo.

Profundiza en la generación de influencia y cómo esto puede resultar beneficioso en una estrategia de marketing.

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 Diplomado en Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo les proporcionarán a los diseñadores interesados en este sector los conocimientos indispensables para saber cuáles son los motivos, deseos, necesidades o razones que conducen al consumidor a comprar un producto de lujo y de qué manera lo hace hoy día será clave para analizar una estrategia potencial que venta. De esta manera, se podrá comprender mejor las herramientas necesarias para entender qué papel ocupa el marketing en una empresa o cómo se diseña una estrategia de marca enfocada a los nuevos consumidores potenciales a través de las RRPP.





Descubre la evolución de las relaciones públicas y las últimas tendencias del mercado"

Objetivo general

- Conocimiento de las culturas occidental y oriental para el correcto desarrollo del perfil del consumidor y de las campañas de marketing a nivel internacional
- Descubrir el triple enfoque marca- estrategia- consumidor
- Comprensión del progreso de las nuevas herramientas digitales de marketing
- Pensamiento crítico en relación a la sostenibilidad y la innovación en la comercialización del lujo
- Ampliación de la capacidad de análisis del escenario comercial de las marcas
- Mejora de la toma de decisiones en el contexto empresarial y de desarrollo de negocio
- Desarrollo de habilidades estratégicas para adaptarse al nuevo mercado laboral
- Elaborar un correcto Plan de Marketing adaptado a cliente, marca y necesidades del mercado
- Planificar acciones de marketing acordes a la industria del lujo aportando soluciones rentables a corto y largo plazo
- Aprender a proyectar la identidad de la marca sobre el conjunto de la sociedad
- Construir modelos de marketing predecibles, flexibles y sostenibles que garanticen la supervivencia y el impacto del producto de lujo





Objetivos específicos

Módulo 1. Nuevas Interacciones en los Mercados de Lujo y la Moda

- Descubrir la evolución de las relaciones públicas y las últimas tendencias del mercado
- Entender el componente persuasivo de las RRPP de cara al marketing de lujo
- Entender el papel de las RRSS en las estrategias de comunicación y marketing de lujo
- Profundizar en la generación de influencia y cómo esto puede resultar beneficioso en una estrategia de marketing
- Profundizar en las principales redes sociales que se utilizan actualmente en las campañas de marketing de las marcas, sus puntos fuertes y sus limitaciones

Descubre porque la alta costura se ha convertido en un símbolo de exclusividad en el mundo de la moda"

03

Dirección del curso

Para el cuadro docente del Diplomado Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo, se cuenta con profesionales que ayudarán a los estudiantes a comprenden mejor los conceptos planteados, creando la necesidad de experimentar y analizarlos en profundidad. En este sentido, para el Diplomado centrado en esta área, se ha recopilado a los mejores especialistas de reconocido prestigio en áreas afines que completan de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo, por tanto, en una experiencia única y altamente nutritiva a nivel académico para el alumno.





Cuenta con un cuadro docente que te ayudará a gestionar las claves para relacionarte con los nuevos líderes mundiales: lis influencers de las redes sociales"

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 por la UCM
- MBA de ISEM Fashion Business School, la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra
- Miembro del programa de convivencia con profesores retirados de la Universidad de Cambridge
- Candidata al Doctorado en Creación de tendencias de moda
- Autora de El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda
- Experiencia en generación de contenidos de diversa índole: logística y distribución, moda y literatura o conservación del patrimonio artístico
- Ha trabajado en RTVE y Telemadrid



Profesores

D. Campos Bravo, Ignacio

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

04

Estructura y contenido

El Diplomado en Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo se convertirá en la herramienta que los diseñadores necesitan para aprender el lenguaje que se ha desarrollado en las plataformas de las redes sociales y como las marcas de lujo se han actualizado con las tendencias y el perfil de los nuevos consumidores. Todo el contenido se valida gracias a los mejores expertos del sector que han diseñado un plan de estudios en el que han sintetizado el contenido que el profesional debe conocer, para que el alumno alcance la excelencia en un ámbito tan competitivo como el de la moda y el lujo.





Realiza una estrategia que te permita adelantarte a la competencia y crear alianzas con microinfluencers para posicionarte como diseñador"

Módulo 1. Nuevas interacciones en los mercados de lujo y la moda

1.1. El papel del pr en una marca de moda
- 1.1.1. Las Relaciones Públicas en la industria del lujo
- 1.1.2. Los modelos de Gruning y Hunt
- 1.1.3. El modelo 5 de PR

1.2. El mensaje estratégico
- 1.2.1. Los componentes persuasivos de la información
- 1.2.2. La función de las RRPP frente a la función del marketing y la publicidad
- 1.2.3. Criterios para seleccionar las acciones de comunicación

1.3. Métricas para el análisis del PR
- 1.3.1. La necesidad de monitorización de las relaciones públicas
- 1.3.2. Herramientas de clipping y V.P.E.
- 1.3.3. La valoración cualitativa en una firma de lujo

1.4. Errores a evitar en el ámbito de las RRPP
- 1.4.1. Los Mass Media ya no son los únicos
- 1.4.2. Exceso de contenido y falta de relevancia
- 1.4.3. Improvisación vs planificación

1.5. Nuevas tendencias post covid en las RRPP de lujo
- 1.5.1. Más "sociales" que nunca, la interacción digital y personal
- 1.5.2. Comunicación emocional y neuromarketing
- 1.5.3. Insights clave de los consumidores actuales

1.6. Social media marketing
- 1.6.1. Internet: la puerta de entrada a la interacción digital
- 1.6.2. La red social como canal preferido por la audiencia milenial
- 1.6.3. Brand Ambassador

1.7. Estrategias de poder digitales: marketing de influencia en moda y lujo
- 1.7.1. Ejercer la influencia en el ámbito de las redes sociales
- 1.7.2. La gestión de los nuevos líderes digitales: influencers de moda
- 1.7.3. Los microinfluencers y sus planes de crecimiento





1.8. La consolidación del contenido audiovisual: YouTube y TikTok
  1.8.1. La creciente cuota de mercado de la comunicación no verbal
  1.8.2. La democratización en la creación de contenidos audiovisuales
  1.8.3. La gestión de las expectativas en la creación de contenidos audiovisuales
1.9. La influencia en comunidades: Facebook e Instagram
  1.9.1. La comunicación transversal
  1.9.2. El interés de la comunidad
  1.9.3. Los mensajes emocionales y la gestión de la empatía
1.10. Estrategias de marca personal: LinkedIn y Twitter
  1.10.1. Los grandes escaparates para los perfiles corporativos
  1.10.2. Cuando la competencia son tus amigos
  1.10.3. El impacto de los titulares: de la profundidad a la ligereza

Descubre como YouTube, TikTok, Instagram y Facebook han cambiado la manera en la que se ha desarrollado el marketing en los últimos años"

05

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.

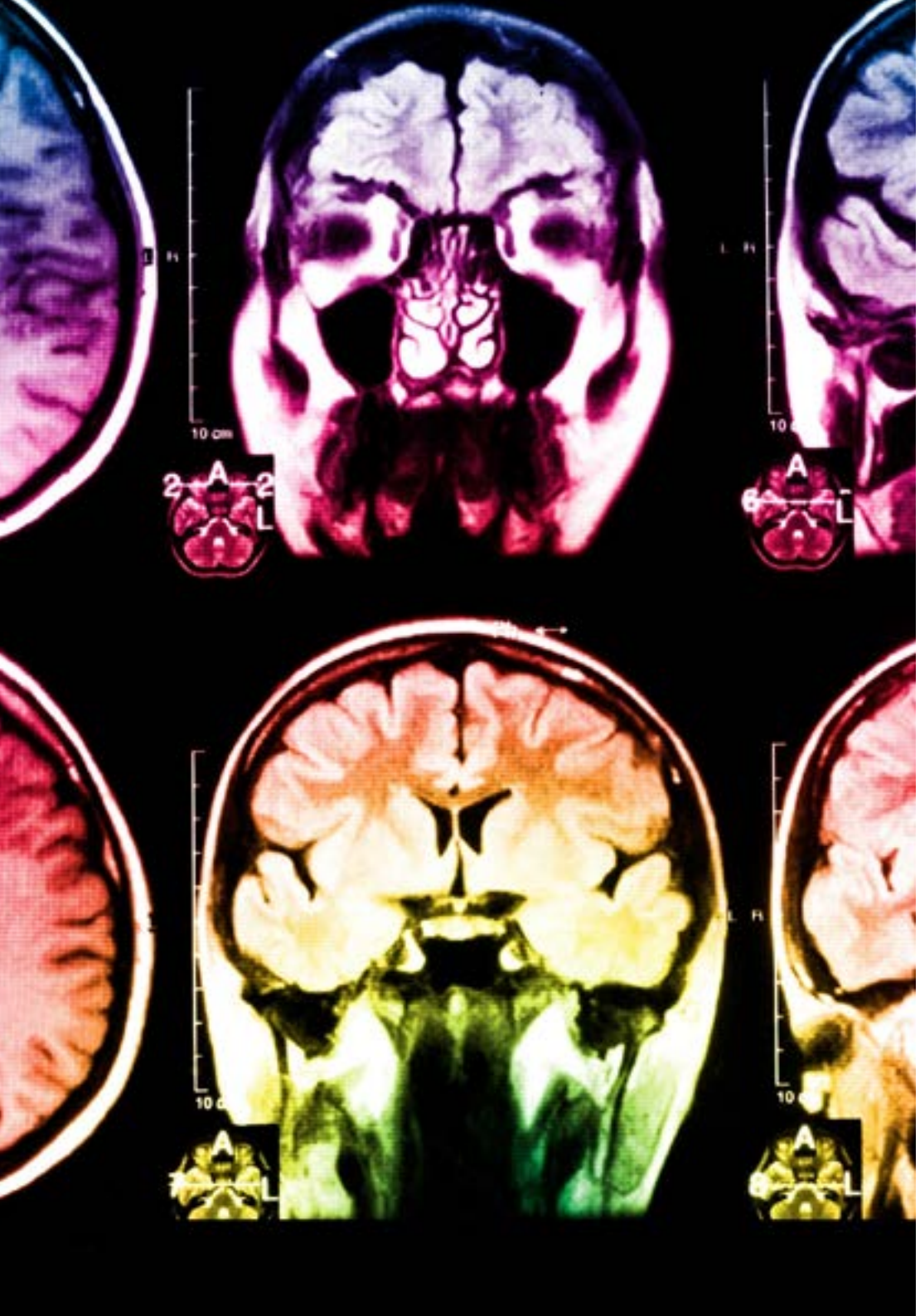
Potenciamos los case studies de Harvard con el mejor método de enseñanza 100 % online: el Relearning.

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.

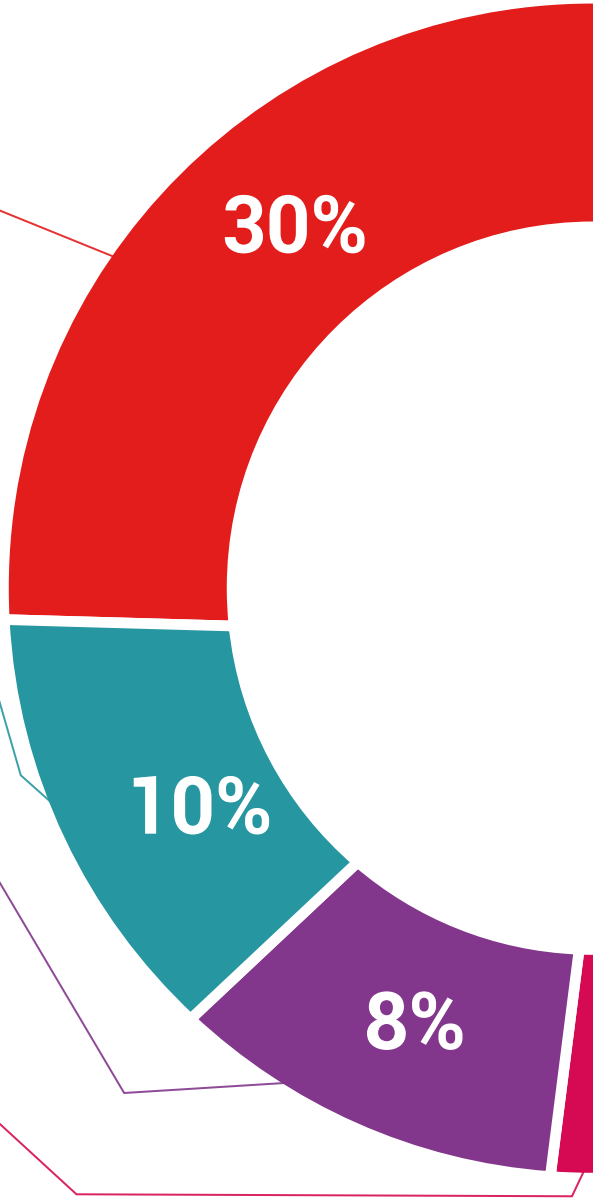
El denominado Learning from an expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

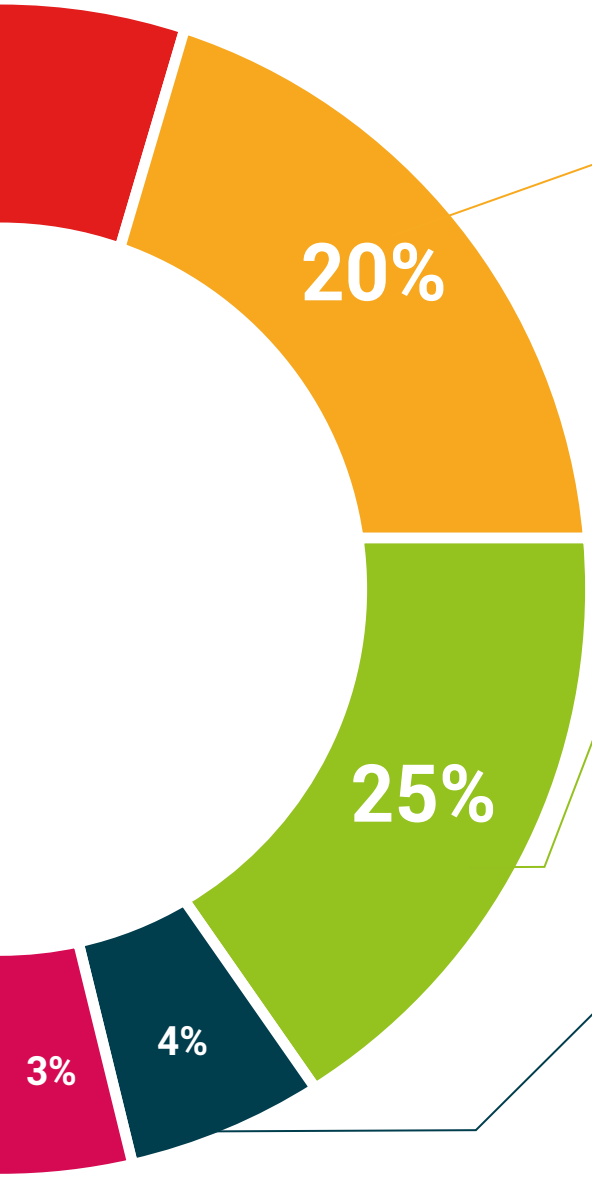
Prácticas de habilidades y competencias

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.

06

Titulación

El **Diplomado en Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo**, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, proporciona el acceso a un título universitario expedido por la **TECH - Universidad Tecnológica.**





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

Este **Diplomado en Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo** 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 la **TECH - Universidad Tecnológica.**

El título expedido por la **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 carreras profesionales.

Título: **Diplomado en Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo**

Nº Horas Oficiales: **150 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

DIPLOMADO

en

Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo

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 titulo en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH EDUCATION realizará las gestiones oportunas para su obtención con un coste añadido de 140€ más gastos de envío del título apostillado.

tech universidad tecnológica

Diplomado

Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo

Modalidad: **Online**

Duración: **6 semanas**

Titulación: **TECH - Universidad Tecnológica**

Horas lectivas: **150 h.**

Diplomado

Nuevas Interacciones en los Mercados de la Moda y el Lujo



tech universidad tecnológica