

Curso de Especialização

Customer Experience de Luxo e Moda





Curso de Especialização Customer Experience de Luxo e Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Indicado para: profissionais de diversas áreas académicas que desejem aprofundar conhecimentos acerca do novo cenário levantado pelo mundo do luxo e das suas oportunidades de crescimento e comercialização

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-customer-experience-luxo-moda

Índice

01

Boas-vindas

pág. 4

02

Porquê estudar na TECH?

pág. 6

03

Porquê o nosso programa?

pág. 10

04

Objetivos

pág. 14

05

Estrutura e conteúdo

pág. 18

06

Metodologia

pág. 26

07

Perfil dos nossos alunos

pág. 34

08

Direção do curso

pág. 38

09

Impacto para a sua
carreira

pág. 44

10

Benefícios para a sua
empresa

pág. 48

11

Certificação

pág. 52

01

Boas-vindas

O desenvolvimento crescente de produtos de luxo destinados ao continente asiático, com base no conceito europeu, convida-nos a fazer uma viagem no tempo que mostra como o mesmo modelo de negócio evolui de acordo com o período histórico e a situação geográfica em que é desenvolvido. Com este Curso de Especialização, o aluno descobrirá os principais aspetos que definem o processo de decisão de compra do consumidor de luxo. Isto permitir-lhe-á adaptar os seus próprios projetos e decisões empresariais a este tipo de consumidor, analisando os seus estilos de vida e preferências. Trata-se, por conseguinte, de um importante impulso para a qualidade das carreiras profissionais dos próprios alunos.



Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda
TECH Universidade Tecnológica



“

Aprofunde conhecimentos sobre os pilares do Marketing para impulsionar a indústria do luxo através de várias estratégias que garantem uma Experiência de Cliente de cinco estrelas”

02

Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite que utiliza um modelo com os mais elevados padrões acadêmicos. Um centro internacional de ensino de alto desempenho e de competências intensivas de gestão.



“

A TECH é uma universidade na vanguarda da tecnologia que coloca todos os seus recursos à disposição do aluno para o ajudar a alcançar o sucesso empresarial"

Na TECH Universidade Tecnológica

Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem online, que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional, que fornecerá os elementos-chave para que o aluno se desenvolva num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de cada empresário.

“Caso de Sucesso Microsoft Europa” por incorporar um sistema multivídeo interativo inovador nos programas.

Máxima exigência

O critério de admissão da TECH não é económico. Não é necessário fazer um grande investimento para estudar nesta Universidade. No entanto, para se formar na TECH, serão testados os limites da inteligência e capacidade do estudante. Os padrões académicos desta instituição são muito elevados...

95% | dos estudantes da TECH concluem os seus estudos com sucesso

Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, pelo que o estudante poderá criar uma vasta rede de contactos que lhe será útil para o seu futuro.

+100 mil | **+200**
gestores formados todos os anos | nacionalidades diferentes



Empowerment

O estudante vai crescer de mãos dadas com as melhores empresas e profissionais de grande prestígio e influência. A TECH desenvolveu alianças estratégicas e uma valiosa rede de contactos com os principais intervenientes económicos dos 7 continentes.

+500 | Acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

Este Curso de Especialização é uma proposta única para fazer sobressair o talento do estudante no meio empresarial. Uma oportunidade para dar a conhecer as suas preocupações e a sua visão de negócio.

A TECH ajuda o estudante a mostrar o seu talento ao mundo no final desta especialização



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, o aluno pode desfrutar de uma experiência única. Estudará num contexto multicultural. Num programa com uma visão global, graças ao qual poderá aprender sobre a forma de trabalhar em diferentes partes do mundo, compilando a informação mais recente e que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH têm mais de 200 nacionalidades.

A TECH procura a excelência e, para isso, tem uma série de características que a tornam uma Universidade única:



Análises

A TECH explora o lado crítico do aluno, a sua capacidade de questionar as coisas, a sua capacidade de resolução de problemas e as suas competências interpessoais.



Excelência académica

A TECH proporciona ao estudante a melhor metodologia de aprendizagem online. A Universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com o Estudo de Caso de Tradição e vanguarda num equilíbrio difícil, e no contexto do itinerário académico mais exigente.



Economia de escala

A TECH é a maior universidade online do mundo. Tem uma carteira de mais de 10 mil pós-graduações universitárias. E na nova economia, **volume + tecnologia = preço disruptivo**. Isto assegura que os estudos não são tão caros como noutra universidade.



Aprenda com os melhores

A equipa docente da TECH explica nas aulas o que os levou ao sucesso nas suas empresas, trabalhando num contexto real, animado e dinâmico. Professores que estão totalmente empenhados em oferecer uma especialização de qualidade que permita ao estudante avançar na sua carreira e destacar-se no mundo dos negócios.

Professores de 20 nacionalidades diferentes.



Na TECH terá acesso aos estudos de casos mais rigorosos e atualizados no meio académico"

03

Porquê o nosso programa?

Concluir este Curso de Especialização da TECH significa multiplicar as suas hipóteses de alcançar sucesso profissional no campo da gestão de empresas de topo.

É um desafio que envolve esforço e dedicação, mas que abre a porta a um futuro promissor. Os alunos aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educativa mais flexível e inovadora.



“

Temos o corpo docente mais prestigiado e o conteúdo mais completo do mercado, o que nos permite oferecer ensino do mais alto nível académico”

Este programa trará uma multiplicidade de benefícios profissionais e pessoais, entre os quais os seguintes:

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, o aluno poderá assumir o controlo do seu futuro e desenvolver todo o seu potencial. Com a conclusão deste programa, adquirirá as competências necessárias para fazer uma mudança positiva na sua carreira num curto período de tempo.

70% dos participantes nesta especialização conseguem uma mudança positiva na sua carreira em menos de 2 anos.

Desenvolver uma visão estratégica e global da empresa

A TECH oferece uma visão aprofundada da gestão geral para compreender como cada decisão afeta as diferentes áreas funcionais da empresa.

A nossa visão global da empresa irá melhorar a sua visão estratégica.

03

Consolidar o estudante na gestão de empresas de topo

Estudar na TECH significa abrir as portas a um panorama profissional de grande importância para que o estudante se possa posicionar como gestor de alto nível, com uma visão ampla do ambiente internacional.

Trabalhará em mais de 100 casos reais de gestão de topo.

04

Assumir novas responsabilidades

Durante o programa, são apresentadas as últimas tendências, desenvolvimentos e estratégias, para que os estudantes possam realizar o seu trabalho profissional num ambiente em mudança.

45% dos alunos conseguem subir na carreira com promoções internas.

05

Acesso a uma poderosa rede de contactos

A TECH interliga os seus estudantes para maximizar as oportunidades. Estudantes com as mesmas preocupações e desejo de crescer. Assim, será possível partilhar parceiros, clientes ou fornecedores.

Encontrará uma rede de contactos essencial para o seu desenvolvimento profissional.

06

Desenvolver projetos empresariais de uma forma rigorosa

O estudante terá uma visão estratégica profunda que o ajudará a desenvolver o seu próprio projeto, tendo em conta as diferentes áreas da empresa.

20% dos nossos estudantes desenvolvem a sua própria ideia de negócio.

07

Melhorar as *soft skills* e capacidades de gestão

A TECH ajuda os estudantes a aplicar e desenvolver os seus conhecimentos adquiridos e a melhorar as suas capacidades interpessoais para se tornarem líderes que fazem a diferença.

Melhore as suas capacidades de comunicação e liderança e dê um impulso à sua profissão.

08

Ser parte de uma comunidade exclusiva

O estudante fará parte de uma comunidade de gestores de elite, grandes empresas, instituições de renome e professores qualificados das universidades mais prestigiadas do mundo: a comunidade da TECH Universidade Tecnológica.

Damos-lhe a oportunidade de se especializar com uma equipa de professores de renome internacional.

04

Objetivos

Este Curso de Especialização foi concebido para melhorar o serviço ao cliente e os diferentes atributos da moda e do luxo graças às ferramentas do Marketing, uma disciplina em contínua readaptação, e a um conhecimento profundo dos hábitos e do modo de vida do cliente. O aluno deste Curso de Especialização será capaz de avaliar o impacto dos legados culturais nas campanhas de marketing e no produto de luxo, bem como aprofundar a psicologia do consumidor, compreendendo tudo o que rodeia o mundo da moda e as mensagens de venda que produz. Desta forma, adquirirá as ferramentas necessárias para compreender o seu papel numa empresa que vende exclusividade.



“

Para servir o cliente de moda, é necessário concentrar-se em conceitos como aparência, estilo de vida e tendências relacionadas com o gosto. Reforce a sua liderança neste setor conhecendo em profundidade os seus clientes”

A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos Trabalhamos em conjunto para os alcançar

O Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda capacitará o aluno para:

01

Compreender os impactos dos legados culturais nas campanhas de marketing, no produto de luxo e na psicologia do consumidor, entendendo que uma peça de vestuário à venda é apenas uma mensagem visual que é lançada diretamente no subconsciente de uma sociedade

03

Compreender as fases do processo de compra do consumidor e os aspetos psicológicos e sociais que podem afetar o seu comportamento

02

Detetar o comportamento de compra do consumidor de luxo e saber quais os motivos, desejos, necessidades ou razões que levam o consumidor a comprar um produto ou serviço

04

Identificar sinais de mudança e transformá-los numa oportunidade através de relatórios de tendências preditivas que minimizam o risco e otimizam os recursos antes da concorrência Compreender de que forma este conhecimento pode constituir uma vantagem competitiva para uma empresa ou marca



05

Compreender como se constrói a estratégia de marketing de uma marca para tornar as campanhas mais eficazes e como se relaciona, num exercício de percepção, interpretação e projeção visual, com a identidade do recetor da mensagem que enviamos sob a forma de um vestido, t-shirt, acessório, perfume, carro, decoração ou serviços de luxo

07

Conhecer e utilizar as terminologias fundamentais adequadas, tanto a nível interno como externo



06

Adquirir os conhecimentos necessários para poder aplicar diferentes estratégias de marketing em função do produto, da marca e/ou da empresa

08

Compreender a importância de efetuar uma análise e uma introspeção da empresa antes de definir os nossos objetivos e de planear e conceber uma campanha de marketing ideal para obter os melhores resultados

05

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste Curso de Especialização foi desenvolvido por vários profissionais do setor da moda, do marketing e de setores afins que colocaram os seus conhecimentos e experiência num conteúdo completo e atualizado. Veja os últimos desenvolvimentos no setor, com especial destaque para as novas tecnologias. O seu formato 100% online permitirá ao aluno estudá-lo no momento e local que melhor se adequem à sua disponibilidade, horários e interesses, num período de 6 meses. Ao concluí-lo, o profissional terá dominado as ferramentas para conseguir uma experiência satisfatória para a clientela mais seleta.



“

Poderá tomar melhores decisões de gestão quando lida com clientes de luxo graças aos conhecimentos adquiridos neste Curso de Especialização"

Plano de estudos

O Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda da TECH Universidade Tecnológica prepara o aluno para dominar, ao nível de um especialista, o atendimento ao cliente centrado num consumidor exclusivo.

O conteúdo do Curso de Especialização foi concebido para favorecer o desenvolvimento das elevadas competências exigidas por este serviço, bem como dar ao aluno a oportunidade de crescer profissionalmente neste setor com as metodologias e competências necessárias para qualquer líder no setor da moda.

Assim, este Curso de Especialização aborda em profundidade os fundamentos do serviço e da fidelização do cliente, os ambientes em que é aplicado e o domínio do universo digital, impulsionado na sequência do impacto da COVID-19. Em suma, os melhores especialistas do setor conceberam um Curso de Especialização no qual sintetizaram os conteúdos que o profissional deve saber para poder alcançar a excelência num domínio tão competitivo como o da moda e do luxo.

Este Curso de Especialização decorre ao longo de 6 meses e está dividido em 3 módulos:

Módulo 1

Moda e luxo na Europa e na Ásia

Módulo 2

Estratégia centrada no cliente e marketing preditivo

Módulo 3

Novas experiências no mundo da moda e do luxo



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece-lhe a possibilidade de frequentar este Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda completamente online. Durante os 6 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste Curso de Especialização a qualquer altura, permitindo-lhe autogerir o seu tempo de estudo.

Uma experiência educativa única, chave e decisiva para impulsionar o seu desenvolvimento profissional e progredir na sua carreira.

Módulo 1. Moda e luxo na Europa e na Ásia

1.1. O progresso na Europa

- 1.1.1. O verdadeiro legado do luxo
- 1.1.2. As aparências como distinção social
- 1.1.3. O individualismo e o progresso

1.2. Rumo a um novo luxo

- 1.2.1. A arte associada ao luxo
- 1.2.2. O estilo italiano
- 1.2.3. O prazer pessoal e o prazer social

1.3. O impacto do consumismo em França

- 1.3.1. A austeridade versus alegria de comprar
- 1.3.2. Líderes de opinião no setor da moda: Madame Pompadour
- 1.3.3. As chaves atuais da primeira influenciadora: Maria Antonieta

1.4. A importância do artesanato espanhol

- 1.4.1. *Know How* da oficina espanhola
- 1.4.2. As boutiques como centros de interação social
- 1.4.3. A extensão do luxo a todas as classes sociais

1.5. A influência das elites na indústria

- 1.5.1. Os cidadãos de primeira e os sobreviventes de segunda
- 1.5.2. Poiret e a sua ideia de moda
- 1.5.3. A alta costura como símbolo de distinção

1.6. Uma mulher nova: uma mulher de moda

- 1.6.1. O fim dos uniformes, o fim da guerra e o pós-guerra
- 1.6.2. A revolução criativa como modelo de negócio na Chanel
- 1.6.3. A era dos grandes estilistas: de Dior a Givenchy

1.7. A democratização da indústria da moda e do luxo

- 1.7.1. A minissaia
- 1.7.2. A superficialidade e o prazer pessoal
- 1.7.3. O luxo como gerador de cultura

1.8. O legado do mercado asiático

- 1.8.1. A ostentação silenciosa dos imperadores asiáticos
- 1.8.2. A Rota da Seda
- 1.8.3. A abertura ao mundo ocidental

1.9. A experiência sensorial no Médio Oriente

- 1.9.1. Os tesouros da arquitetura e da natureza: palácios e jardins
- 1.9.2. A ostentação da riqueza: a época do ouro
- 1.9.3. Os centros comerciais de luxo, perfumes e especiarias

1.10. A exclusividade: o vestido como uma obra de arte

- 1.10.1. Os requisitos de uma obra de arte
- 1.10.2. Os elevados padrões da exclusividade
- 1.10.3. Exposições temporárias: o luxo como testemunho histórico e montra de grandes marcas

Módulo 2.**2.1. Fashion Engagement**

- 2.1.1. O estilo de vida do cliente de luxo
- 2.1.2. A identidade individual e projeção da marca
- 2.1.3. O impacto da linguagem visual

2.2. O compromisso nos clientes de luxo

- 2.2.1. O estilo de vida do cliente de luxo: valores e prioridades
- 2.2.2. As dinâmicas de consumo no mundo do luxo
- 2.2.3. À descoberta do retalho e do comércio eletrónico de luxo

2.3. Tendências nos millenials e geração Z: prosumer

- 2.3.1. As novas preferências de compra
- 2.3.2. A participação e o prosumer
- 2.3.3. O hábito de compra no setor do luxo

2.4. O novo percurso do cliente da moda e do luxo

- 2.4.1. A tomada de decisão na compra de bens de luxo
- 2.4.2. A recolha de informações e a decisão de compra
- 2.4.3. A avaliação do produto e o serviço pós-venda

2.5. Novas preferências do consumidor de luxo

- 2.5.1. O ritmo das tendências da moda
- 2.5.2. Os hábitos de consumo no novo cenário
- 2.5.3. Quem manda no setor do luxo?

2.6. Comportamento atual do consumidor de moda no que diz respeito às tendências

- 2.6.1. Novidade, tendência e *hype*
- 2.6.2. Macro e microtendências
- 2.6.3. O ciclo de difusão e a teoria da inovação no design

2.7. Big Data e marketing preditivo

- 2.7.1. Entre a arte e a ciências
- 2.7.2. A interpretação científica dos factos sociais
- 2.7.3. Marketing preditivo

2.8. Marketing experimental na indústria dos perfumes

- 2.8.1. A beleza como porta de entrada para o luxo
- 2.8.2. A experiência multissensorial
- 2.8.3. Ecocosmética e marcas de nicho

2.9. Dinâmicas da *concept store*: *branding* fora do produto

- 2.9.1. A comercialização através do valor intangível
- 2.9.2. Arte, cultura e design num espaço físico
- 2.9.3. O formato digital da experiência do utilizador

2.10. Tendências de consumo de moda e luxo pós-COVID 19

- 2.10.1. As alterações irreversíveis após a pandemia
- 2.10.2. As compras do futuro
- 2.10.3. A integração da tecnologia e a sustentabilidade na mente do novo consumidor

Módulo 3. Novas experiências no mundo

Módulo 3. Novas experiências no mundo da moda e do luxo

3.1. Gestão da alta costura

- 3.1.1. Semanas da moda e alta costura
- 3.1.2. O *timing* na indústria do luxo
- 3.1.3. Padrões pós-COVID

3.2. Gestão de eventos de moda

- 3.2.1. Gestão de eventos de luxo
- 3.2.2. Os imprescindíveis nacionais e internacionais
- 3.2.3. Avaliação e feedback B2B

3.3. Tendências da moda de luxo

- 3.3.1. *Slow Fashion*: reinvenção dos ciclos da moda
- 3.3.2. O Ecoluxo: quando a sustentabilidade entra em jogo
- 3.3.3. KPIs estratégicos para marcas sustentáveis

3.4. Analytics Marketing

- 3.4.1. Diagnóstico da situação: uma marca de moda no mercado de luxo
- 3.4.2. Objetivos reais e alcançáveis
- 3.4.3. Métricas para a reorganização da estratégia

3.5. Técnicas de análise de capacidade

- 3.5.1. Os recursos disponíveis: aquisição, fidelização e assistência a clientes
- 3.5.2. Indicadores de avaliação da capacidade empresarial
- 3.5.3. Gestão e exploração da realidade

3.6. Da análise SWOT ao Oceano Azul

- 3.6.1. A indústria da moda, a indústria do luxo
- 3.6.2. A análise SWOT e a matriz RICE
- 3.6.3. O epicentro do Oceano Azul

3.7. Marketing personalizado no mercado de luxo

- 3.7.1. Alinhamento entre cliente e campanha
- 3.7.2. Mensagens fundamentais de acordo com o tipo de cliente
- 3.7.3. A estratégia de comunicação das marcas de moda

3.8. A orquestra omnicanal após a pandemia

- 3.8.1. Harmonia na integração de canais
- 3.8.2. Otimização do canal offline
- 3.8.3. Vantagens do canal online

3.9. Do pensamento estratégico às ações táticas na Alta Costura

- 3.9.1. Tática aplicada à moda no setor do luxo
- 3.9.2. Materialização do pensamento
- 3.9.3. Integração da tática na estratégia como um todo

3.10. Métricas para a avaliação das campanhas de Marketing de alta costura

- 3.10.1. Os resultados, as impressões em números
- 3.10.2. Análise avançada
- 3.10.3. A reformulação da estratégia



06 Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a **New England Journal of Medicine**.





Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"



A TECH Business School utiliza o Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo.

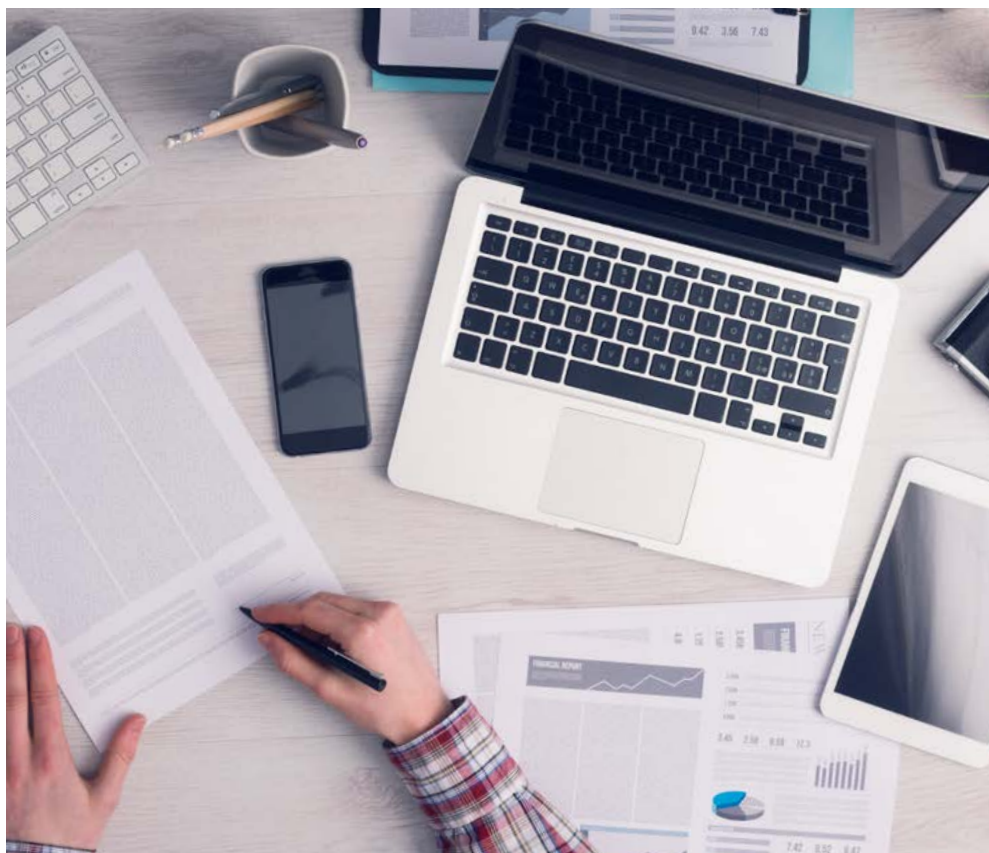
O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Este programa prepara-o para enfrentar desafios empresariais em ambientes incertos e tornar o seu negócio bem sucedido.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de formação intensiva, criado de raiz para oferecer aos gestores desafios e decisões empresariais ao mais alto nível, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“ *O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.* ”

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

O nosso sistema online permitir-lhe-á organizar o seu tempo e ritmo de aprendizagem, adaptando-o ao seu horário. Poderá aceder ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou móvel com uma ligação à Internet.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa escola de gestão é a única escola de língua espanhola licenciada para empregar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



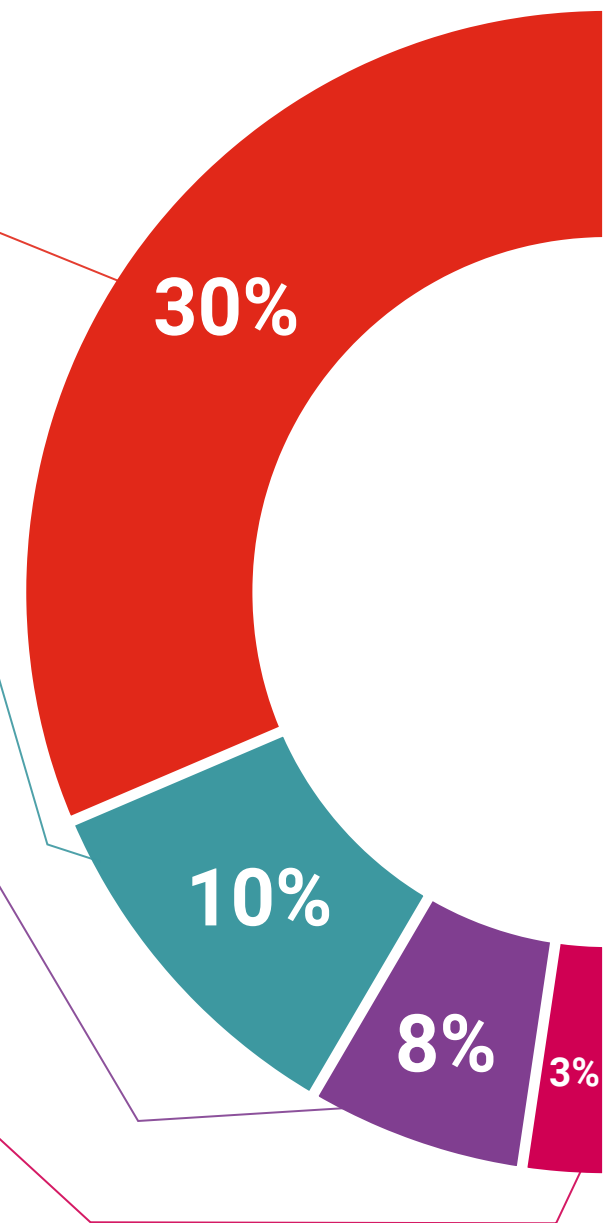
Práticas de aptidões e competências

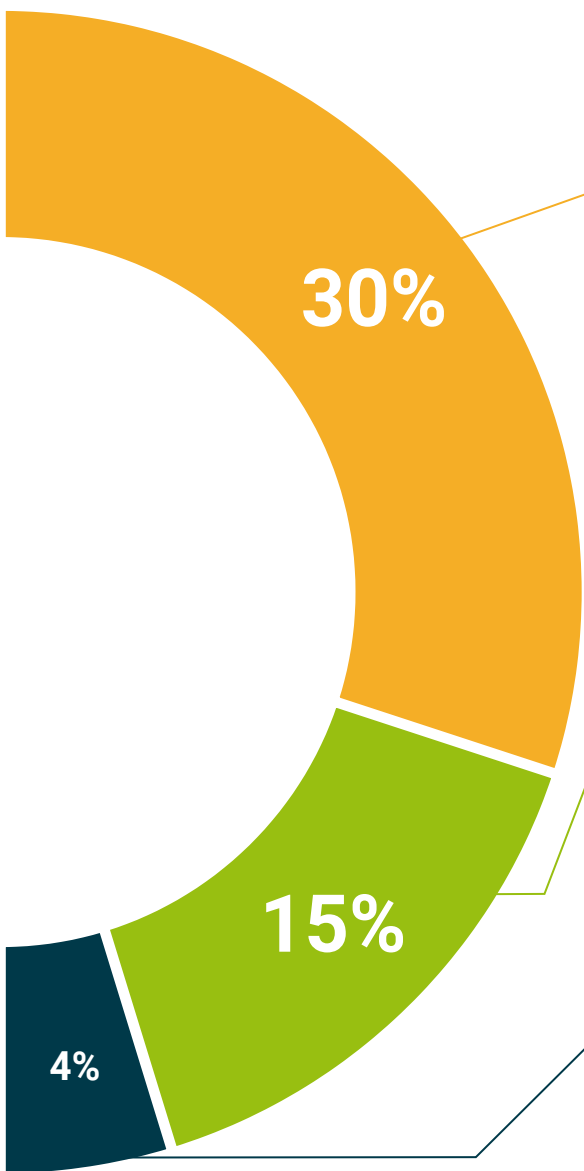
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e tutelados pelos melhores especialistas em gestão de topo na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu"



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

Perfil dos nossos alunos

Este Curso de Especialização destina-se a profissionais e alunos de várias disciplinas académicas que desejem aprofundar conhecimentos sobre o novo cenário que surge no mundo do luxo, aqueles que são capazes de colocar desafios e oportunidades de crescimento e de marketing 100% centrados no cliente. Por conseguinte, o corpo discente é diversificado e provém de diferentes setores com interesses comuns: marketing, moda e luxo.

Esta diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste Curso de Especialização. O desenvolvimento de um conhecimento aprofundado do Marketing na indústria do luxo permitir-lhes-á encontrar o equilíbrio entre o talento criativo e analítico e enfrentar as mudanças económicas e sociais com agilidade, oferecendo o melhor serviço.





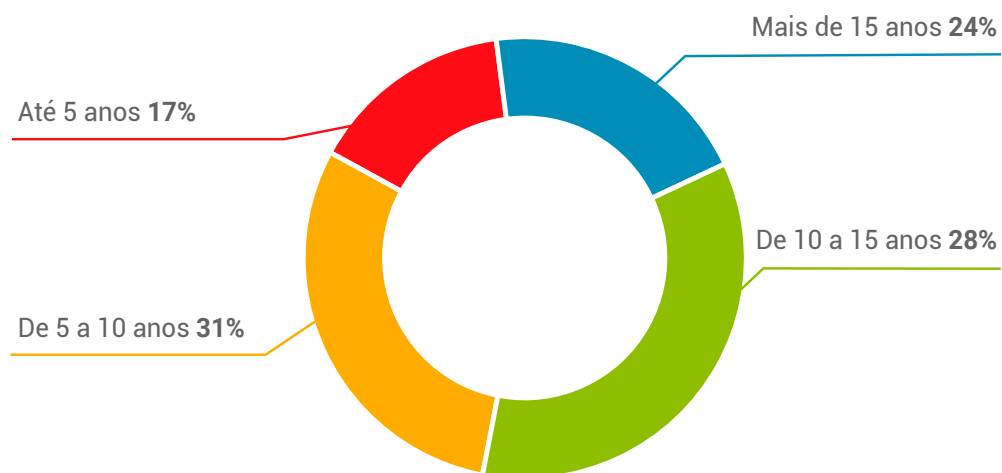
“

Este Curso de Especialização é a oportunidade que procurava para evoluir definitivamente para a frente empresarial no setor do luxo e do serviço ao cliente”

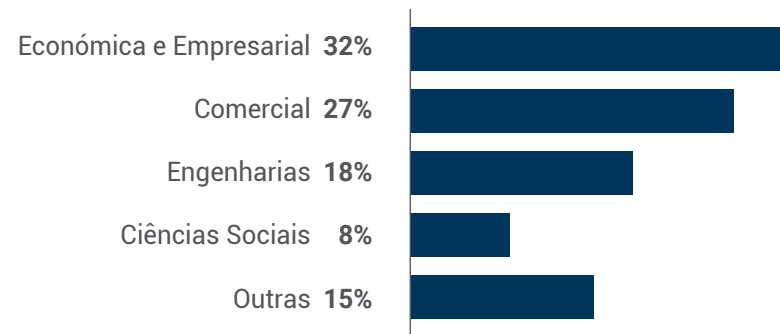
Idade média

Entre **35** e **45** anos

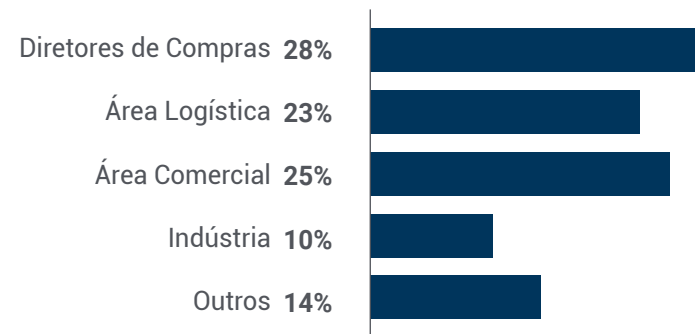
Anos de experiência



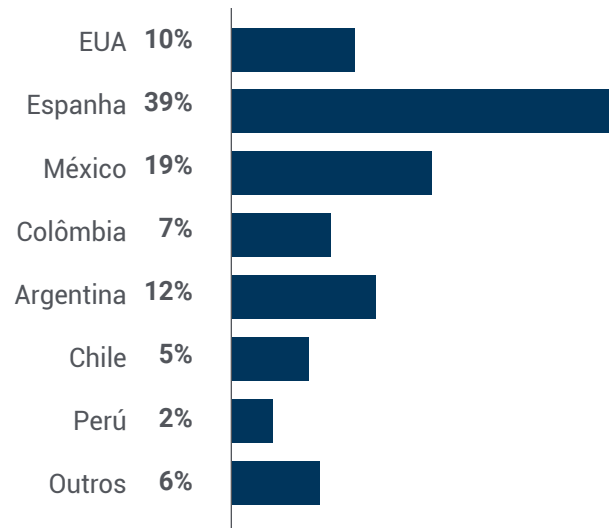
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Esther Asensio

Proprietária de uma loja de luxo multimarca

"Como resultado da situação que a Covid-19 provocou na minha loja, senti a necessidade de transferir o tratamento requintado que a minha equipa dá aos clientes na loja para as plataformas online, como a web ou as redes sociais, com a mesma abordagem personalizada. Este Curso de Especialização deu-nos as ferramentas para o conseguirmos"

08

Direção do curso

O corpo docente do Curso de Especialização inclui especialistas de renome no domínio do Marketing e da Moda orientados para o luxo que trazem para este plano de estudos a experiência dos seus anos de trabalho e a ligação que mantiveram ao longo das suas carreiras com este ambiente exclusivo. Para além disso, outros especialistas reconhecidos em áreas relacionadas participam na sua conceção e elaboração, completando o Curso de Especialização de forma interdisciplinar, tornando-o numa experiência académica única para o aluno.



“

Para lidar com um cliente de luxo, é essencial conhecer o seu perfil sem cair em rótulos. Os professores deste Curso de Especialização orientam-no para que a sua experiência seja mais do que satisfatória"

Diretor Convidado Internacional

Andrea La Sala é um executivo de Marketing experiente cujos Projetos tiveram um impacto significativo no ambiente da Moda. Ao longo da sua carreira de sucesso, desenvolveu diferentes tarefas relacionadas com o Produto, o Merchandising e a Comunicação. Tudo isto, ligado a marcas de prestígio como Giorgio Armani, Dolce&Gabbana, Calvin Klein, entre outras.

Os resultados deste executivo internacional de alto nível estão ligados à sua capacidade comprovada de sintetizar informações em quadros claros e executar ações concretas alinhadas com objetivos comerciais específicos. Além disso, é reconhecido pela sua proatividade e adaptação a ritmos de trabalho acelerados. A tudo isto, junta uma forte consciência comercial, visão de mercado e uma paixão genuína pelos produtos.

Como Diretor Global de Marca e Merchandising na Giorgio Armani, supervisionou uma variedade de estratégias de Marketing para vestuário e acessórios. As suas táticas também se centraram no retalho e nas necessidades e comportamento dos consumidores. Nesta função, La Sala também foi responsável por moldar o marketing de produtos em diferentes mercados, actuando como chefe de equipa nos departamentos de Design, Comunicação e Vendas.

Por outro lado, em empresas como a Calvin Klein ou o Gruppo Coin, realizou Projetos para promover a estrutura, o desenvolvimento e a comercialização de diferentes coleções. Foi também responsável pela criação de calendários eficazes para campanhas de compra e venda. Também geriu as condições, os custos, os processos e os prazos de entrega de diferentes operações.

Estas experiências fizeram de Andrea La Sala um dos líderes empresariais de topo e mais qualificados no setor da Moda e do Luxo. Uma elevada capacidade de gestão com a qual conseguiu implementar eficazmente o posicionamento positivo de diferentes marcas e redefinir os seus indicadores-chave de desempenho (KPI).



Sr. La Sala, Andrea

- ♦ Diretor Global de Marca e Merchandising Armani Exchange em Giorgio Armani, Milão, Itália
- ♦ Diretor de Merchandising na Calvin Klein
- ♦ Responsável de Marca no Grupo Coin
- ♦ Diretor de Marca na Dolce&Gabbana
- ♦ Brand Manager em Sergio Tacchini S.p.A
- ♦ Analista de Mercado na Fastweb
- ♦ Licenciado em Gestão e Economia pela Universidade de Estudos do Piemonte Oriental

“

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Direção



Dra. María García Barriga

- ◆ Profissional de marketing digital
- ◆ Mais de 15 anos de experiência na produção de conteúdos em diferentes áreas: logística e distribuição, moda e literatura ou conservação do património artístico
- ◆ Trabalhou em grandes meios de comunicação social como a RTVE e a Telemadrid
- ◆ Licenciatura em Ciências da Informação pela UCM
- ◆ Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo pela UCM
- ◆ MBA da ISEM Fashion Business School, a Escuela de Negocios de Moda da Universidade de Navarra
- ◆ Candidata a Doutoramento em Criação de Tendências da Moda
- ◆ Autora de *El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda*

Professores

Sra. Susana Vela Covisa

- ◆ Diretora da agência Polka Press Comunicación, fundadora e diretora da passerelle Atelier Couture e promotora e coordenadora do espaço Sustainable Experience no MOMAD
- ◆ Técnica Superior de Moda com formação complementar em Moda Sustentável, especializada em Eco Design, Moda e Comunicação
- ◆ Responsável de diferentes departamentos de moda durante mais de 30 anos, nomeadamente na comunicação de várias marcas, gabinetes de imprensa, agências, projetos de moda, feiras e desfiles internacionais, bem como na organização de eventos do setor
- ◆ Professora e orientadora em diferentes universidades, escolas de gestão e centros de formação, como o IED, a Universidad Francisco de Vitoria, a Escola de Marketing de Madrid e a Escola de Moda ELLE

Dra. Claudia Molinero Trinchet

- ◆ Product Marketing Manager na Farlabo e trabalhou durante vários anos no setor da Moda e Beleza em empresas como LOEWE, Marionnaud e Courel Comunicación
- ◆ Curso de Comunicação Audiovisual e Publicidade e Relações Públicas pela Universidade San Pablo CEU
- ◆ Mestrado em Gestão de Empresas de Moda em 2019 no ISEM, Universidade de Navarra
- ◆ Curso de Unidade Editorial de Coolhunting e Análise de Tendências para a revista Telva e Yo Dona na Escuela de Periodismo y Comunicación
- ◆ Colaboradora no Programa Oficial em Direto da MBFWM durante três edições

Doutora Patricia Alarcón

- ◆ Consultora de Comunicação e docente
- ◆ Diretora de Comunicação do Grupo Quironsalud em Málaga, responsável pelas Relações Institucionais do CIT e Gestora de Projetos do Centro de Feiras e Congressos de Málaga, onde se dedica ao planeamento de eventos e à Sustentabilidade e Responsabilidade Social das Empresas (RSE)
- ◆ Especialista em Comunicação, docente e humanista
- ◆ Licenciatura em Jornalismo pela Universidad de Málaga (UMA)
- ◆ Aluna de intercâmbio na Haagse Hogeschool em Haia (Países Baixos) e na Universidade de Santiago de Compostela (USC)
- ◆ Doutoramento em Filologia Hispânica pela UNED, onde lhe foi atribuído o DEA
- ◆ Mestrado em Formação de Professores
- ◆ Curso também de Humanidades pela Universidade Internacional de La Rioja
- ◆ Doutoramento em Humanidades e Sociedade Digital pela mesma instituição
- ◆ Técnico de comunicação em entidades como a America's Cup e na imprensa escrita. Colaboradora no Cope Málaga, no Cadena Cope em Madrid e no jornal La Razón. Colaboradora do Grupo Hearst e do Grupo Planeta, participa em reportagens e conteúdos em revistas como a AR e a Psychologies, especializando-se em Sociedade e Cultura
- ◆ Colaboradora do suplemento de Saúde do jornal La Razón e fundadora de programas de rádio como Málaga se cuida, no Cope Málaga

Dra. Florencia Rodríguez Flomenboim

- ◆ Encenação criativa em diferentes obras teatrais, focando-se no simbolismo da imagem. Também tem sido convocada por designers e marcas para colaborar com os seus departamentos de Direção Criativa e Rebranding
- ◆ Especializada em Criação Artística e Análise de Tendências de Moda
- ◆ Licenciatura em Artes Cénicas pela ESAD de Múrcia
- ◆ Curso de Relações Internacionais para Marketing do ITC Sraffa em Milão
- ◆ Mestrado em Produção de Moda, Editorial e Design de Moda pela American Modern School of Design na sua sede em Buenos Aires, Argentina
- ◆ Possui um leque de trabalho muito vasto, que vai desde a consultoria de imagem, gestão de *showrooms* e implementação de *concept stores*, *coolhunting*, e até já trabalhou como produtora e editora de moda em diferentes editoriais, agências e empresas

09

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que frequentar um Curso de Especialização com estas características é um grande investimento económico, profissional e claro, pessoal. O objetivo final de levar a cabo este grande esforço deve ser o crescimento profissional e agora, mais do que nunca, é a altura certa.



“

A TECH quer vê-lo crescer, quer fazer parte do seu sucesso profissional. A implicação é máxima para elevar o seu nível e fazer com que atinja os seus objetivos laborais”

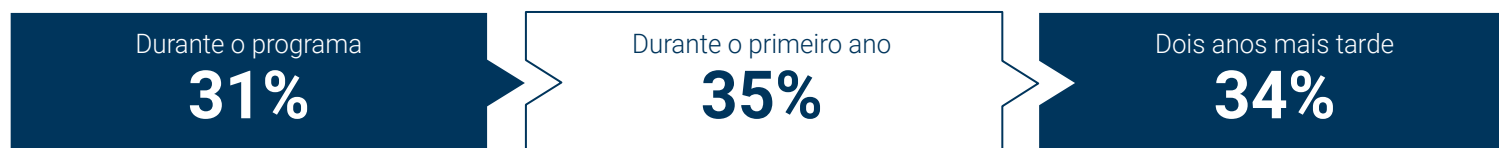
Pronto para progredir? Espera-o uma excelente melhoria profissional

O Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda prepara os alunos para enfrentarem desafios e tomarem importantes decisões criativas e estratégicas para atingir os seus objetivos. O seu sucesso não é um objetivo apenas seu, é também o objetivo da educação de elite da TECH para todos.

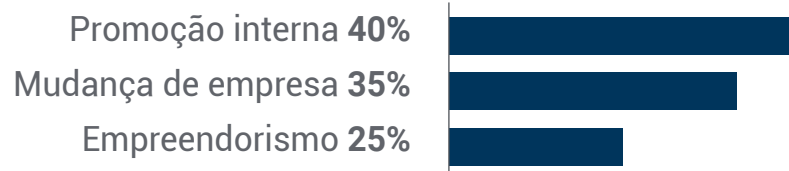
Se quiser alcançar uma mudança positiva na sua profissão, o Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda ajudá-lo-á a consegui-la.

Não perca a oportunidade que a TECH lhe oferece e invista no seu futuro.

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria salarial

A conclusão deste programa significa um aumento salarial de mais de **25,22%** para os nossos estudantes



10

Benefícios para a sua empresa

O Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda visa aumentar as competências dos potenciais gestores, uma avaliação que as empresas devem ter em conta para ter uma equipa do mais alto nível e alcançar a satisfação do cliente. Quanto mais bem formados forem os seus profissionais, maior será a probabilidade de sucesso, mais vendas e mais motivado será o grupo. Está provado que uma grande equipa impulsiona a concretização de objetivos, pelo que a formação de especialistas na mesma empresa contribui para o crescimento profissional do seu pessoal, apostando assim, como a TECH, pela excelência. Por conseguinte, este Curso de Especialização é uma oportunidade única para as empresas terem os melhores profissionais na sua equipa e cumprirem os objetivos estabelecidos.



“

Alcance os objetivos de venda propostos e destaque-se na sua organização empresarial graças às técnicas específicas deste Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda”

Desenvolver e reter o talento nas empresas é o melhor investimento a longo prazo

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

O profissional vai levar para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Reter gestores de alto potencial para evitar a perda de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o profissional e abre novos caminhos para o crescimento profissional dentro da empresa.

03

Construção de agentes de mudança

Ser capaz de tomar decisões em tempos de incerteza e crise, ajudando a organização a ultrapassar obstáculos.

04

Maiores possibilidades de expansão internacional

Este programa colocará a empresa em contacto com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

O profissional pode trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos no domínio de I&D ou Desenvolvimento Comercial da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa dotará os seus profissionais das competências necessárias para enfrentar novos desafios e assim impulsionar a organização.



11

Certificação

O Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Curso de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: Curso de Especialização em Customer Experience de Luxo e Moda

Modalidade: online

Duração: 6 meses

ECTS: 18 ECTS



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



Curso de Especialização Customer Experience de Luxo e Moda

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Customer Experience de Luxo e Moda