

# Curso de Especialização

## Marketing em Moda e Luxo





## Curso de Especialização Marketing em Moda e Luxo

- » Modalidade: online
- » Duração: 24 semanas
- » 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.techtute.com/pt/escola-de-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-marketing-moda-luxo](http://www.techtute.com/pt/escola-de-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-marketing-moda-luxo)

# 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 mundo comunicativo da moda e do luxo evoluiu radicalmente nos últimos anos. As grandes passarelas do mundo partilham agora a importância com os influenciadores globais que vestem e promovem as grandes marcas nas redes sociais. Com um *storytelling* cada vez mais elaborado, é necessário que os profissionais desta área do marketing se especializem em todas as particularidades da moda e do luxo. Ao frequentar este completo Curso de Especialização desenvolvido pela TECH, o aluno estará a orientar a sua carreira para um nicho de negócios onde existem grandes expectativas de crescimento e de alcançar um lugar até em cargos de gestão de comunicação.



Curso de Especialização em Marketing em Moda e Luxo  
TECH Universidade Tecnológica





“

*Poderá liderar o setor do marketing da moda e do luxo graças aos conhecimentos fornecidos pela TECH”*

02

# Porquê estudar na TECH?

A TECH é a maior escola de gestão do mundo, 100% online. É uma Escola de Gestão de elite, com um modelo que obedece aos 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 estudante para o ajudara 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**

gestores formados todos os anos

**+200**

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?

Realizar o programa 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 para um futuro promissor. O estudante aprenderá com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

*Temos o corpo docente mais prestigiado e o plano de estudos mais completo do mercado, o que nos permite oferecer uma capacitação do mais alto nível académico”*

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

01

### 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.*

02

### 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 em Marketing em Moda e Luxo da TECH melhora as capacidades de comunicação dos seus alunos para despertar o seu máximo potencial e redirecioná-los corretamente para o campo da moda e do luxo. Com uma especialização tão específica e orientada para um setor com vista a um maior crescimento, o aluno verá rapidamente satisfeitas as suas expectativas de melhoria salarial e da posição empresarial.



“

*Será a sua própria marca no mundo da moda e do luxo graças ao branding pessoal que desenvolverá neste Curso de Especialização"*

## A TECH converte os objetivos dos seus alunos nos seus próprios objetivos

### Trabalham em conjunto para os alcançar

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

01

Dotar o aluno das ferramentas necessárias para compreender o papel do Marketing numa empresa, conceber uma estratégia de marca e desenvolvê-la num Plano de Marketing

04

Gerar uma árvore de conteúdos coerentes em toda a Bio

02

Adquirir uma visão do marketing em particular e das empresas em geral, o que servirá de base para os módulos seguintes

05

Desenvolver conteúdos e histórias que se identifiquem com o ecossistema da sua marca

03

Construir um ambiente digital capaz de atrair tráfego/ audiência para a marca de moda, seja offline ou online, com um posicionamento desejado

06

Adaptar os resultados e criar um novo ecossistema



07

Projetar a personalidade da marca através da criatividade e da inovação como valores simbólicos em constante crescimento

10

Compreender o papel das redes sociais nas estratégias de comunicação e marketing de luxo

08

Conhecer a evolução das relações públicas e as últimas tendências do mercado

11

Aprofundar conhecimentos sobre geração de influência e a forma como esta pode ser benéfica numa estratégia de marketing

09

Compreender a componente persuasiva das RP para o marketing de luxo

12

Aprofundar conhecimentos sobre as principais redes sociais atualmente utilizadas nas campanhas de marketing das marcas, os seus pontos fortes e as suas limitações

05

# Estrutura e conteúdo

A estrutura e os conteúdos do Curso de Especialização em Marketing em Moda e Luxo foram concebidos para impulsionar a carreira do aluno através de um ensino de qualidade adaptado às novas realidades do mercado. Por este motivo, oferecemos um Curso de Especialização completo com uma vasta gama de ferramentas para o marketing das redes sociais, o pensamento de moda, o marketing móvel e até a gamificação de conteúdos de moda.



“

*Será um especialista nas diferentes tendências por região e tipo de consumidor, sabendo adaptar a sua comunicação a marcas e perfis internacionais”*

## Plano de estudos

Este Curso de Especialização da TECH foi desenvolvido por especialistas em Comunicação em Moda e Luxo, o que garante, por um lado, a adaptação dos conteúdos à realidade do mercado atual e, por outro, a qualidade do material didático fornecido. Desta forma, o aluno obtém uma formação completa em questões como os mercados do luxo e da moda, a gestão *phygital*, o *Inbound Marketing* ou a estratégia de *branding*.

Aproveitando o contexto de crescimento que tem beneficiado o setor da moda e do luxo nos últimos anos, o aluno adquirirá as competências necessárias para se destacar como profissional de renome e poder optar por maiores e melhores empregos.

Além disso, o aluno terá acesso a exemplos práticos e casos reais que o corpo docente incluiu no Curso de Especialização. Ao longo das 450 horas de ensino, o aluno aprenderá todos os conhecimentos adquiridos de forma contextualizada e autêntica.

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

### Módulo 1

Gestão de marketing nos mercados atuais da moda e do luxo

### Módulo 2

Pensamento de moda no mercado da moda e do luxo

### Módulo 3

Novas interações nos mercados do luxo e da moda





### Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece-lhe a possibilidade de desenvolver este Curso de Especialização em Marketing em Moda e Luxo completamente online. Durante os 24 semanas 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.** Gestão de marketing nos mercados atuais da moda e do luxo

**1.1. O sistema económico do luxo**

- 1.1.1. Chaves para o marketing na indústria do luxo
- 1.1.2. Referências da comercialização
- 1.1.3. Gestão de marketing

**1.2. Business intelligence**

- 1.2.1. Estratégia e táticas para o mercado da moda
- 1.2.2. O equilíbrio entre o curto e o longo prazo
- 1.2.3. Falar com toda a gente na era digital

**1.3. Impulso e alavancas de vendas aplicados ao setor atual**

- 1.3.1. O Marketing Mix e os 4 Ps do Marketing
- 1.3.2. As 5 forças de Porter
- 1.3.3. Alguns tipos de marketing

**1.4. A tónica na vantagem competitiva nos novos mercados**

- 1.4.1. *Mercados do luxo e da moda*
- 1.4.2. As novas tendências da concorrência
- 1.4.3. O significado da marca no mercado da moda

**1.5. A estrutura de um plano de marketing específico e contextualizado**

- 1.5.1. Os ritmos do luxo
- 1.5.2. Métricas de mercado
- 1.5.3. SMART: os objetivos do sucesso

**1.6. Começar: ultrapassar o obstáculo prático**

- 1.6.1. Passos para a ação
- 1.6.2. Diagrama de Gantt
- 1.6.3. Acompanhamento, controlo e desvio

**1.7. Novas formas de visualização e comercialização do plano**

- 1.7.1. Apresentações para marcas de luxo
- 1.7.2. Seleção de recursos audiovisuais
- 1.7.3. A comercialização de intenções

**1.8. Um orçamento real para uma marca de moda e luxo**

- 1.8.1. A previsão de vendas como alavanca do plano
- 1.8.2. Controlo de custos num produto de luxo
- 1.8.3. O orçamento adequado ao setor da moda

**1.9. O preço certo para um produto ou serviço no setor atual**

- 1.9.1. Parâmetros que influenciam o preço da moda
- 1.9.2. A decisão de promover o produto
- 1.9.3. As chaves para o espaço *outlet*

**1.10. Marketing móvel e gamificação**

- 1.10.1. Marketing por *WhatsApp* na indústria do luxo
- 1.10.2. Os videojogos como cenários de vendas na moda
- 1.10.3. Da H&M no *The Sims 2 Fashion Runway* até à Gucci no *The Sims 4*

**Módulo 2.** Pensamento de moda no mercado da moda e do luxo**2.1. Gestão Phygital**

- 2.1.1. *Experiência de Luxo*
- 2.1.2. Os recursos de pesquisa e o desenvolvimento das SERP
- 2.1.3. A marca de moda no mundo do luxo

**2.2. O ADN da marca de luxo**

- 2.2.1. O objetivo comercial: a missão da marca de luxo
- 2.2.2. O longo prazo das ações de marketing: a visão
- 2.2.3. Os atributos da marca e a identidade: os valores

**2.3. Digital Media Track**

- 2.3.1. O alcance orgânico no ambiente digital: KDA
- 2.3.2. A criatividade das campanhas SEM
- 2.3.3. A importância do SMO no setor do luxo

**2.4. O comércio eletrônico de luxo**

- 2.4.1. A web de conteúdos e as vendas por comércio eletrônico
- 2.4.2. Evolução dos objetivos da comunicação de marketing
- 2.4.3. Interação na criação de conteúdos

**2.5. O sentido do Wordpress e de outras ferramentas estáticas**

- 2.5.1. A comunicação bidirecional e estática
- 2.5.2. Estrutura e composição dos blogs
- 2.5.3. O editorial das revistas de moda digitais

**2.6. Inbound Marketing**

- 2.6.1. Ambiente de Marketing no luxo
- 2.6.2. Realismo virtual na narrativa transmedia
- 2.6.3. Etapas da criação do *storytelling*

**2.7. O marketing de atração através da imagem**

- 2.7.1. A beleza como impulso visual
- 2.7.2. O enredo de uma história de marca
- 2.7.3. Como ser uma referência?

**2.8. Google Trends**

- 2.8.1. O conteúdo imediato
- 2.8.2. A dinâmica das palavras-chave mais pesquisadas
- 2.8.3. Todos nós consultamos as tendências: quando a tendência é não seguir a tendência

**2.9. Estratégia de Branding**

- 2.9.1. Alinhamento de conteúdos e tendências
- 2.9.2. A atmosfera musical na comunicação audiovisual
- 2.9.3. *Filmes de moda*

**2.10. Remarketing: o crescimento constante de uma marca**

- 2.10.1. A criatividade, a inovação e a invenção
- 2.10.2. O equilíbrio entre inspiração e aspiração no setor da moda
- 2.10.3. Reabilitação pós-covid: conteúdos para toda a comunidade

Módulo 3. Novas interações nos mercados do luxo e da moda

**3.1. O papel das RP numa marca de moda**

- 3.1.1. As relações públicas na indústria do luxo
- 3.1.2. Os modelos de Gruning e Hunt
- 3.1.3. O modelo 5 de RP

**3.2. A mensagem estratégica**

- 3.2.1. Os componentes persuasivos da informação
- 3.2.2. O papel das RP versus o papel do marketing e da publicidade
- 3.2.3. Critérios de seleção das ações de comunicação

**3.3. Métricas para a análise das RP**

- 3.3.1. A necessidade de monitorização das relações públicas
- 3.3.2. Ferramentas de *clipping* e *VPE*
- 3.3.3. A avaliação qualitativa numa empresa de luxo

**3.4. Erros a evitar no domínio das RP**

- 3.4.1. Os *mass media* já não são os únicos
- 3.4.2. Excesso de conteúdo e falta de relevância
- 3.4.3. Improvisação vs. Planeamento

**3.5. Novas tendências pós-covid nas RP de luxo**

- 3.5.1. Mais "sociais" do que nunca, a interação digital e pessoal
- 3.5.2. Comunicação emocional e neuromarketing
- 3.5.3. Principais informações sobre os consumidores atuais

**3.6. Marketing de redes sociais**

- 3.6.1. Internet: a porta de entrada para a interação digital
- 3.6.2. As redes sociais como canal de eleição para os millenials
- 3.6.3. *Embaixador da Marca*

**3.7. Estratégias de poder digitais: Marketing de Influenciadores na Moda e Luxo**

- 3.7.1. Influência na esfera das redes sociais
- 3.7.2. A gestão dos novos líderes digitais: os influenciadores da moda
- 3.7.3. Os microinfluenciadores e seus planos de crescimento

**3.8. A consolidação dos conteúdos audiovisuais: YouTube e TikTok**

- 3.8.1. A crescente quota de mercado da comunicação não-verbal
- 3.8.2. Democratização na criação de conteúdos audiovisuais
- 3.8.3. Gestão das expectativas na criação de conteúdos audiovisuais

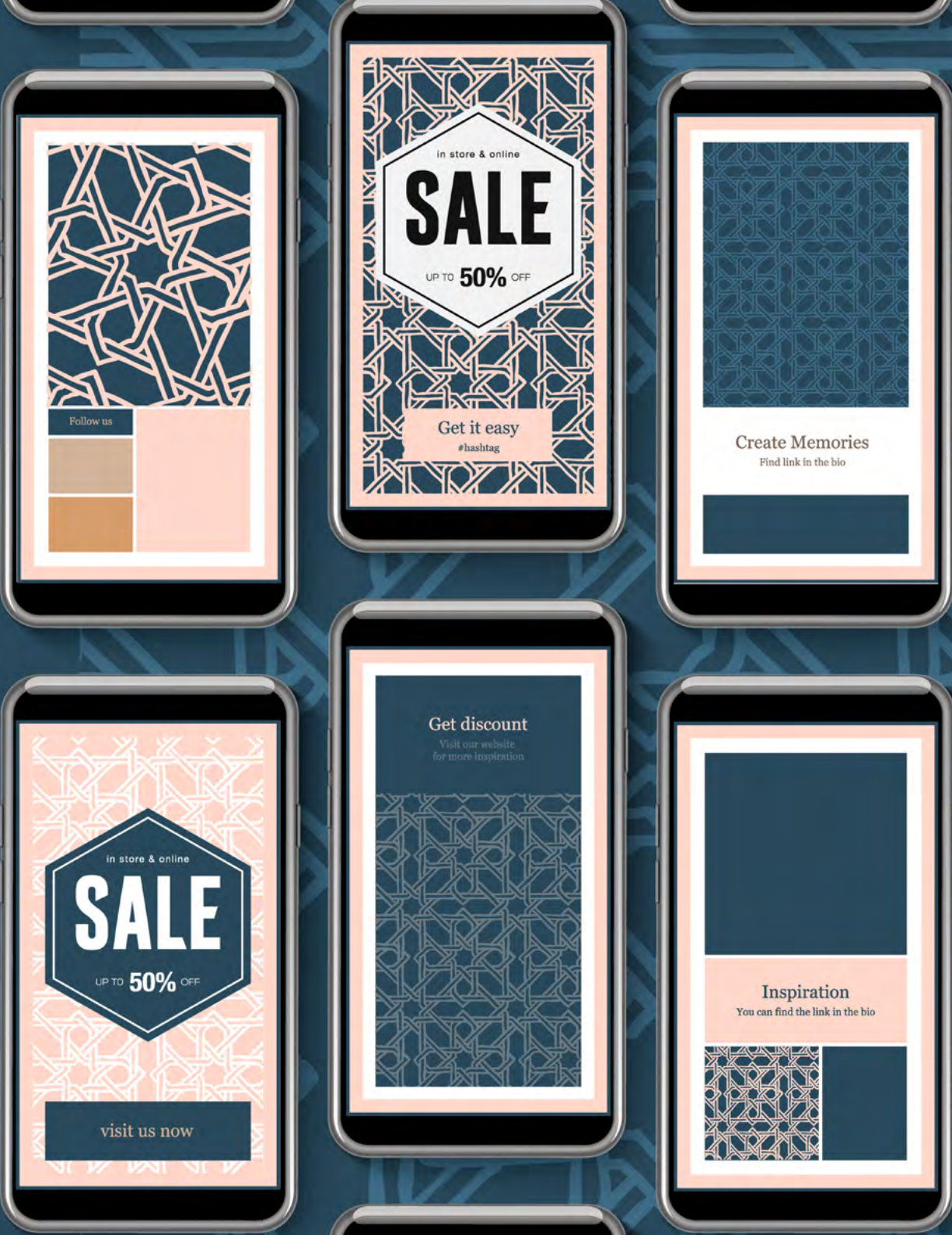
**3.9. A influência nas comunidades: Facebook e Instagram**

- 3.9.1. Comunicação transversal
- 3.9.2. Interesse comunitário
- 3.9.3. As mensagens emocionais e a gestão da empatia

**3.10. Estratégias de marca pessoal: LinkedIn e Twitter**

- 3.10.1. As grandes montras para perfis empresariais
- 3.10.2. Quando a concorrência são os seus amigos
- 3.10.3. O impacto dos títulos: da profundidade à leveza





How to get more likes?



Improve your  
social media

## CREATE AMAZING STORIES

Style. Morocco  
Size. 16:9





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.*





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

## 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 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

O perfil dos alunos que decidem frequentar este Curso de Especialização é variado, sendo a maioria proveniente do domínio da comunicação, publicidade e marketing. Partilham o interesse comum de se especializarem num nicho de mercado com grandes perspetivas de carreira, bem como a ambição de alcançar cargos de gestão relacionados com o mundo da moda e do luxo.



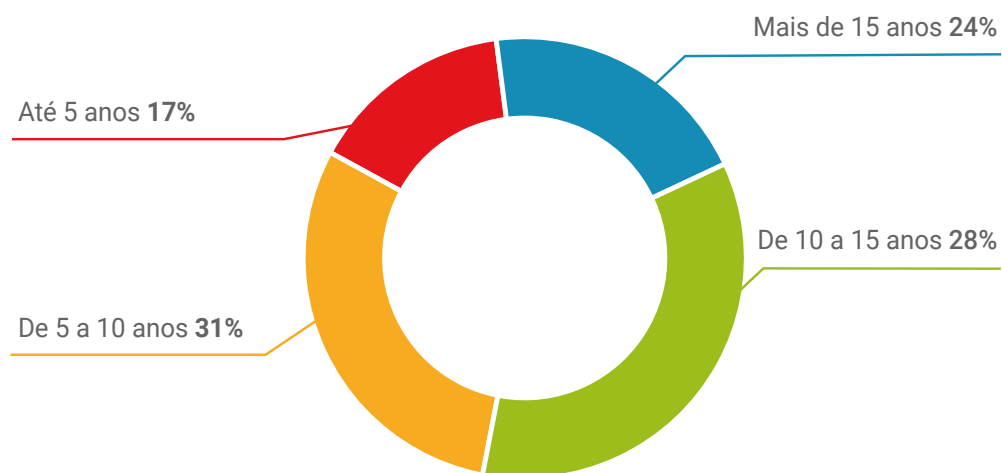
“

*Este é o momento ideal para dar à sua carreira o profissionalismo extra de que necessita. Inscreva-se na TECH e alcance o auge do marketing em moda e luxo”*

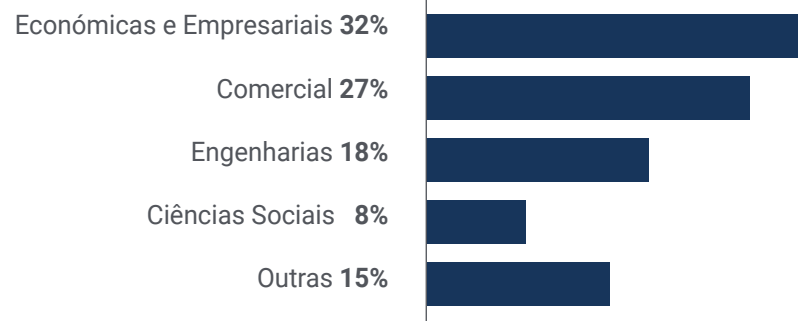
### Idade média

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

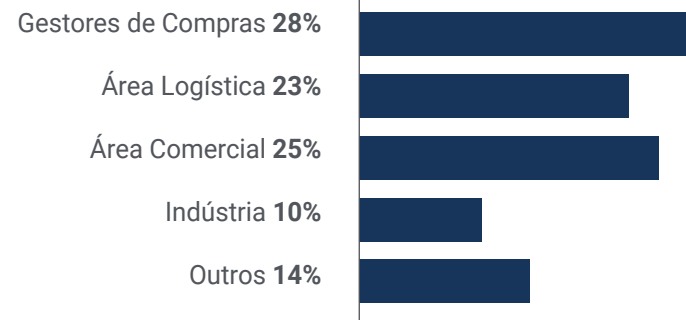
### Anos de experiência



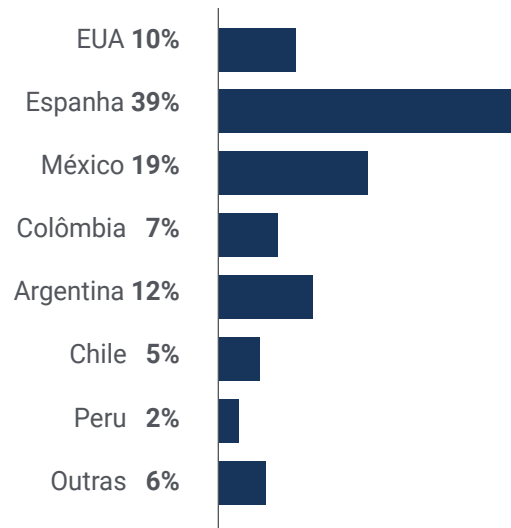
### Formação



### Perfil académico



## Distribuição geográfica



## Juana Menacho Rial

Social Media Manager na Indústria de Luxo

*"Recomendo vivamente este Curso de Especialização a qualquer pessoa interessada em encontrar uma nova abordagem para as suas estratégias de moda e luxo. Graças aos conhecimentos que adquiri, consegui melhorar significativamente os resultados de uma campanha em curso, o que me levou a uma merecida promoção"*

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.





“

*Profissionais de renome do mundo da moda de luxo dão-lhe as bases do Marketing orientado para o serviço exigido pela sua clientela seletiva"*

## 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

“

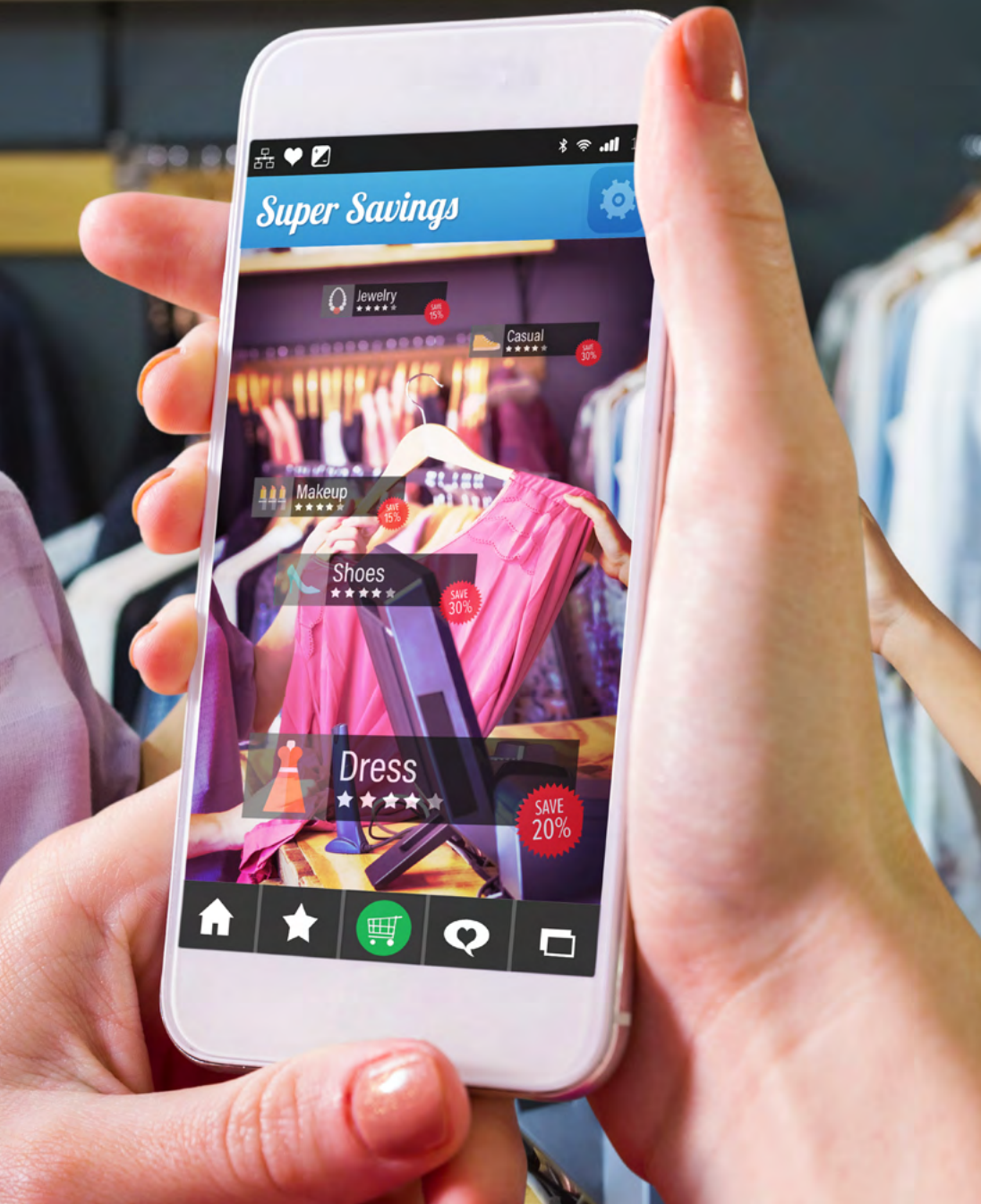
*Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”*

## Direção



### **Dra. García Barriga, María**

- ♦ 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

### Dra. Ragel Mármol, Marta

- ◆ Licenciatura em Jornalismo
- ◆ Especialista em meios de comunicação, incluindo o ano em que trabalhou para a EFE Suíça a partir da sede da ONU, altura em que teve a oportunidade de cobrir diferentes temas relacionados com o mundo do luxo, como a Baselworld, uma das mais importantes feiras internacionais centradas na indústria da relojoaria e joalheria
- ◆ Mestrado Oficial em Comunicação Empresarial na Universidade San Pablo CEU
- ◆ Experiência no prestigiado grupo de escolas Brains International Schools e no exclusivo instituto de beleza Maribel Yébenes, onde liderou a criação da sua primeira plataforma de comércio eletrónico e a abertura do seu primeiro centro fora de Madrid em mais de 40 anos de história

### Dr. Campos Bravo, Ignacio

- ◆ Curso de Comunicação com dupla especialização em Meios de Informação e Comunicação Empresarial pela Universidade Loyola Andalucía
- ◆ Mestrado Executivo em Gestão de Empresas de Moda no ISEM
- ◆ Trabalhou em pequenos meios e agências de comunicação e, mais recentemente, na gestão do ponto de venda no canal multimarca da Loewe Perfumes.

### Dra. Zancajo Selfa, Isabel

- ◆ Diretora de Comunicação e RP da Yves Saint Laurent e Biotherm na divisão L'Oreal Luxe, onde trabalha há 10 anos e onde se especializou na criação de planos estratégicos digitais e tradicionais baseados no Marketing de Influenciadores
- ◆ Licenciatura em Publicidade e RP pela UCM
- ◆ MBA pelo Instituto de Empresa de Madrid



09

# Impacto para a sua carreira

A TECH está ciente das dificuldades que os alunos podem enfrentar ao efetuarem um Curso de Especialização com estas características. Por isso, o esforço é total para garantir um impacto positivo na carreira do aluno. A maioria dos alunos consegue ver essa mudança refletida num curto espaço de tempo após a conclusão do Curso de Especialização, bem como ver o seu próprio salário aumentar.







“

*Realize as suas ambições profissionais no mundo do marketing do luxo e da moda com a ajuda da equipa de especialistas da TECH”*

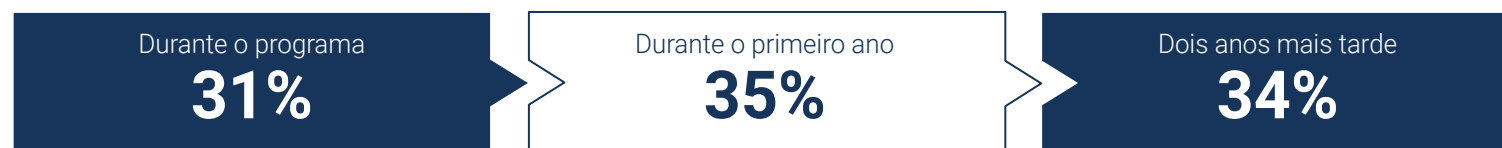
## Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o um excelente aperfeiçoamento profissional

O Curso de Especialização em Marketing em Moda e Luxo prepara os alunos para os desafios comunicativos que irão encontrar quando se trata de implementar e executar estratégias relacionadas com o mundo dos têxteis e do luxo, especialmente em posições de maior responsabilidade e de alta gestão.

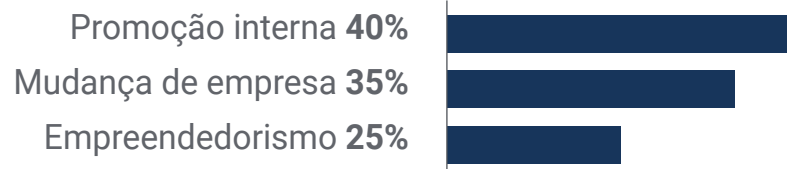
*Se pretende alcançar uma mudança positiva na sua profissão, o Curso de Especialização em Marketing em Moda e Luxo ajudá-lo-á a alcançá-la.*

*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 no salário anual de mais de **25,22%** para os nossos alunos



10

# Benefícios para a sua empresa

Ao capacitar profissionais altamente qualificados que, para além disso, aprendem todas as suas competências de forma contextualizada, a TECH garante a incorporação nas fileiras das empresas interessadas em especialistas em Marketing de Moda e Luxo com capacidades de decisão de alto nível. Esta é uma grande vantagem competitiva num mercado que exige ideias originais e profissionais com versatilidade para superar diferentes crises de comunicação.





“

*É preciso contar com profissionais altamente qualificados para se destacar no mercado da moda e do luxo. A TECH dá à sua empresa o empurrão para o sucesso”*



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 Marketing de Moda e Luxo garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Curso de Especialização emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

*Conclua este Curso de Especialização com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”*

Este **Curso de Especialização em Marketing de Moda e Luxo** 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**.

Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para a sua capacitação universitária, sendo 100% válido e atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Curso de Especialização em Marketing de Moda e Luxo**

Modalidade: **online**

Duração: **24 semanas**

ECTS: **18**



\*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 Marketing em Moda e Luxo

- » Modalidade: online
- » Duração: 24 semanas
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

# Curso de Especialização

## Marketing em Moda e Luxo

