

Curso de Especialização

Novos Canais de Comunicação na
Moda, Beleza e Luxo





Curso de Especialização

Novos Canais de
Comunicação na Moda,
Beleza e Luxo

- » Modalidade: online
- » Duração: 6 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: Profissionais da área da comunicação empresarial, do marketing e da moda

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/escola-gestao/curso-especializacao/curso-especializacao-novos-canais-comunicacao-moda-beleza-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. 20

06

Metodologia

pág. 28

07

Perfil dos nossos alunos

pág. 36

08

Direção do curso

pág. 40

09

Impacto para a sua carreira

pág. 46

10

Benefícios para a sua empresa

pág. 50

11

Certificação

pág. 54

01

Boas-vindas

O setor da moda, da beleza e do luxo está em constante mutação e, conseqüentemente, o seu tratamento correto no domínio da comunicação necessita de uma atualização contínua. Assim, este Curso de Especialização abordará o conceito de moda e a sua relação com a comunicação, bem como a evolução da indústria e as suas principais mudanças no século XXI. Será igualmente estudada a gestão da comunicação visual no setor de forma a compreender os padrões que melhor funcionam neste domínio e de dotar o profissional das competências necessárias para gerar comunicações visuais poderosas e atrativas. Uma qualificação muito completa que permitirá aos comunicadores de moda criar mensagens persuasivas através dos novos canais que se centram na internet.



Curso de Especialização em Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo
TECH Universidade Tecnológica



“

A TECH oferece-lhe um Curso de Especialização do mais alto nível especificamente orientado para o ajudar a alcançar o crescimento profissional que merece”

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

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?

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 Curso de Especialização 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:

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

O Curso de Especialização foi concebido para reforçar as capacidades de gestão e de liderança dos alunos, bem como para os ajudar a desenvolver novas competências e aptidões no domínio da comunicação que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional. Depois de concluírem o Curso de Especialização, estarão aptos a tomar decisões globais com uma perspetiva inovadora e internacional. Desta forma, poderão posicionar-se como profissionais de comunicação no domínio da moda, da beleza e do luxo com sucesso, adquirindo grandes competências de gestão e formação para gerir empresas do setor.



“

Este Curso de Especialização tem como objetivo formá-lo para ser capaz de estabelecer estratégias de sucesso no âmbito da comunicação no setor da moda”

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

Trabalhamos em conjunto para os alcançar

O Curso de Especialização em Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo capacitará o aluno para:

01

Compreender o processo de medição no setor da comunicação, criar e estabelecer métricas eficientes e eficazes com base na identidade da marca

02

Aplicar indicadores fundamentais e estabelecer a fronteira entre variáveis qualitativas e quantitativas

03

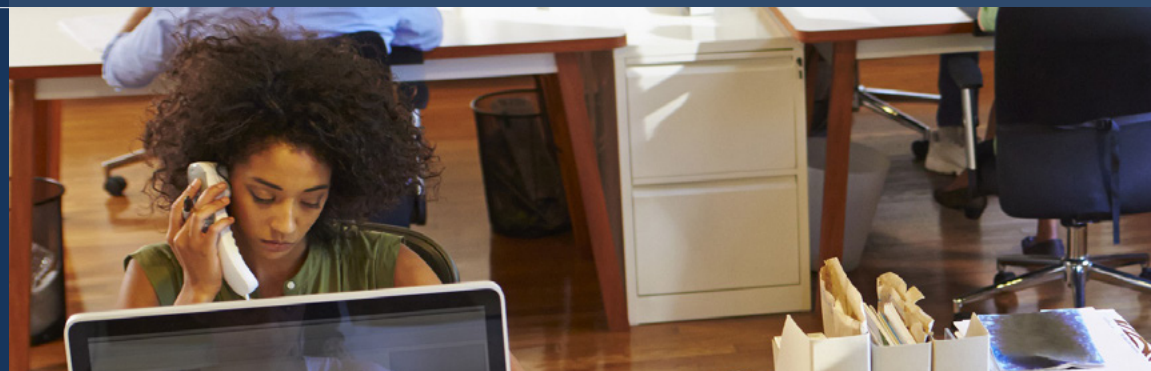
Avaliar os métodos de análise escolhidos e aplicar os resultados às ações da marca

04

Elaborar e apresentar um painel de situação específico do setor da moda e um relatório intercalar que identifique as linhas de comunicação

05

Reorientar as técnicas de liderança

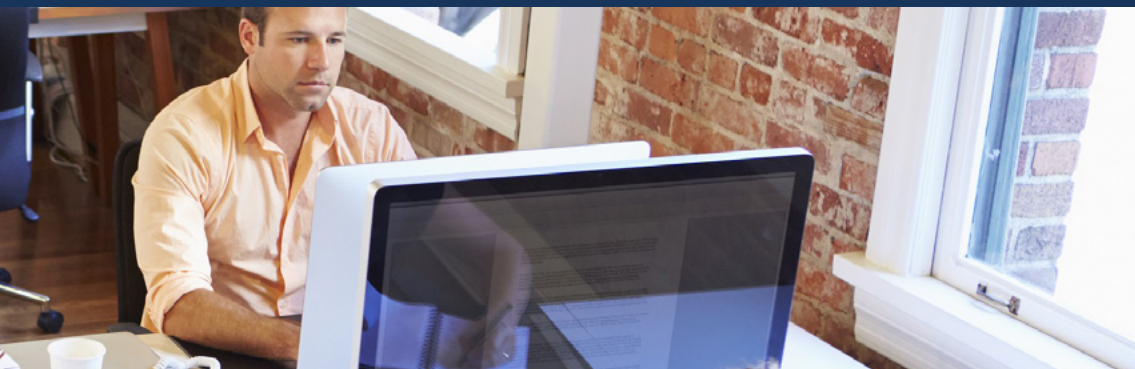


06

Compreender a comunicação estratégica e aplicá-la com responsabilidade ética e profissional

08

Liderar uma equipa capaz de criar um evento e uma experiência única para o utilizador, seja no ambiente físico ou digital



09

Adaptar-se à dinâmica da imprensa especializada nos domínios da moda e da beleza

07

Estabelecer relações públicas que sirvam o objetivo da comunicação, compreendendo como funcionam as relações públicas na indústria da moda

10

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

11

Desenvolver competências de negociação para estabelecer acordos que constituam um laço social

12

Oferecer uma comunicação direta, pessoal e adequada, capaz de responder aos objetivos específicos de cada rede social

13

Ter uma visão específica de cada um dos canais de comunicação digital atualmente existentes





14

Compreender como a influência é exercida a partir do canal de comunicação e as novas estratégias de poder que são exercidas a partir do ambiente digital

15

Replicar um exercício de influência do seu próprio canal de redes sociais

16

Identificar a ascensão do canal audiovisual como meio de comunicação de referência junto da opinião pública

05

Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização intensivo em Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo foi criado com o principal objetivo de atualizar os conhecimentos dos profissionais numa área tão crucial para a divulgação das empresas do setor. Deste modo, oferece as informações mais relevantes sobre a imprensa especializada, as relações públicas e a utilização das redes sociais neste domínio.



“

Após a conclusão deste Curso de Especialização, será capaz de identificar os melhores canais para realizar ações de comunicação de moda"

Plano de estudos

A internet veio revolucionar todos os setores e, graças às suas múltiplas opções, a comunicação foi um dos mais beneficiados. Atualmente, as redes sociais são essenciais para conseguir uma maior difusão das mensagens publicitárias. Consequentemente, as empresas de moda, beleza e luxo estão a abrir-se a estas novas plataformas para promover os seus produtos. O objetivo deste Curso de Especialização é proporcionar aos profissionais do setor um conhecimento exaustivo dos novos canais de comunicação que são essenciais nesta indústria.

Para tal, os conteúdos deste Curso de Especialização são orientados por profissionais de diferentes áreas da comunicação que trabalham em empresas do setor da moda e da beleza. Este corpo docente traz para esta especialização, de forma consciente e proativa, a sua experiência e, por conseguinte, a sua visão realista e próxima da realidade profissional. Ao longo do Curso de Especialização, serão analisados todos os aspetos da gestão da comunicação nas empresas do setor da moda, da beleza e do luxo, com o objetivo de proporcionar aos alunos um conhecimento aprofundado do funcionamento destes departamentos e da forma de os gerir da melhor maneira.

Uma viagem que levará os alunos a reconhecer os canais de comunicação que proporcionam os melhores resultados para as empresas destes setores. Isto permitir-lhe-á utilizar estes meios com o objetivo de aumentar os resultados da empresa e, por conseguinte, conseguir uma gestão mais eficaz.

Outra das chaves do sucesso deste Curso de Especialização é a possibilidade de os próprios alunos decidirem como organizar a sua aprendizagem: desde o tempo, ao local e à intensidade do estudo. Desta forma, este esforço será totalmente compatível com a sua vida pessoal e profissional.

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

Módulo 1

Métricas para análise da comunicação

Módulo 2

A imprensa especializada e as relações públicas

Módulo 3

Novos canais de comunicação: Redes sociais e YouTube



Onde, quando e como se realizam?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Curso de Especialização em Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo 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. Métricas para análise da comunicação

1.1. Análise da comunicação e gestão de ativos intangíveis

- 1.1.1. A evolução da comunicação: das massas à globalização
- 1.1.2. Conceito e contexto de ativos intangíveis
- 1.1.3. Medição da marca, identidade e cultura empresarial

1.2. Indicadores específicos: para além do valor de referência

- 1.2.1. De que é feita a moda?
- 1.2.2. Indicadores específicos do setor da moda
- 1.2.3. O objetivo da medição e a escolha do método

1.3. Detecção de erros de medição

- 1.3.1. Análise de erros: inferência e método contrastivo
- 1.3.2. Tipologia dos erros e sua gravidade na comunicação de moda
- 1.3.3. Planeamento e orçamentação nas ações de comunicação

1.4. Métricas tradicionais para análise da comunicação

- 1.4.1. Princípios estatísticos e estrutura de dados
- 1.4.2. Metodologia de investigação qualitativa
- 1.4.3. Tipologia das métricas tradicionais: estrutura e função

1.5. Métricas digitais: Google Analytics

- 1.5.1. Posicionamento na web para marcas de moda
- 1.5.2. O que estamos a medir no ambiente digital?
- 1.5.3. Tipologia das métricas digitais: estrutura e função

1.6. Criação e adaptação do produto comunicativo

- 1.6.1. O valor do produto comunicativo na indústria da moda
- 1.6.2. Interpretação dos dados e eficácia das soluções
- 1.6.3. Perceções individuais ocultas na psicologia do consumidor de moda

1.7. Impacto da medição na tomada de decisões

- 1.7.1. Perguntas adequadas e abordagem de hipóteses
- 1.7.2. *Benchmark* e ambiente competitivo
- 1.7.3. Gestão da mudança, confiança e medição do sucesso numa marca de moda

1.8. Previsões e métricas como estratégia a longo prazo

- 1.8.1. O padrão de comportamento da marca
- 1.8.2. Mapeamento de frequências e análise da evolução da moda
- 1.8.3. Simulação de cenários de inovação

1.9. O relatório analítico e a sua apresentação

- 1.9.1. Objetivo do relatório: o padrão de comportamento da marca
- 1.9.2. Componentes do relatório analítico de comunicação de moda
- 1.9.3. Visualização de dados

1.10. Avaliação expressa para situações de crise

- 1.10.1. As variáveis decisivas
- 1.10.2. O impacto a curto prazo e a reformulação da estratégia
- 1.10.3. Os intocáveis: a escala de prioridades de uma marca de moda

Módulo 2. A imprensa especializada e as relações públicas**2.1. Comunicação na imprensa especializada**

- 2.1.1. Os meios de comunicação especializados em moda e beleza, a imprensa feminina
- 2.1.2. O papel da agência de comunicação na comunicação
- 2.1.3. O valor atual da imprensa offline

2.2. Evolução dos modelos de comunicação das RP

- 2.2.1. Conceito de relações públicas
- 2.2.2. Abordagem teórica dos modelos clássicos de RP (Grunig e Hunt)
- 2.2.3. Para uma nova abordagem das RP, o 5º modelo

2.3. Comunicação persuasiva em RP

- 2.3.1. Componente persuasiva e informativa das RP
- 2.3.2. Diferenciação entre relações públicas e atividade jornalística
- 2.3.3. O papel das RP versus o papel do marketing e da publicidade

2.4. Ferramentas de comunicação com a imprensa

- 2.4.1. O serviço de imprensa e o seu funcionamento
- 2.4.2. Materiais de imprensa úteis
- 2.4.3. Como elaborar um comunicado de imprensa eficaz

2.5. Planeamento e estratégia de comunicação no domínio da moda e da beleza

- 2.5.1. Estudo preliminar: análise do *briefing*
- 2.5.2. O método RACE
- 2.5.3. O plano de comunicação

2.6. Ações de comunicação e eventos para a indústria da moda e da beleza

- 2.6.1. Tipos de comunicação ao serviço das marcas
- 2.6.2. Critérios de seleção das ações de comunicação
- 2.6.3. Conceção das atividades e definição da agenda em beleza e moda

2.7. Medição de resultados

- 2.7.1. A necessidade de controlo das relações públicas
- 2.7.2. Ferramentas clássicas de medição quantitativa: *Clipping* e V.P.E
- 2.7.3. A importância da avaliação qualitativa

2.8. Erros a evitar no domínio da comunicação e das RP

- 2.8.1. Desvalorizar a importância dos meios de comunicação
- 2.8.2. Excesso de conteúdo e falta de relevância
- 2.8.3. Improvisação vs. planeamento

2.9. Ética e perspetiva psicossocial

- 2.9.1. As relações públicas no século XXI: entre o progresso e o bem-estar social
- 2.9.2. Responsabilidade social e relações públicas
- 2.9.3. A ética das RP: autoconsciência, independência e empenho

2.10. Últimas tendências e estudos em relações públicas

- 2.10.1. As novas RP, mais "sociais" do que nunca
- 2.10.2. Comunicação emocional e neuromarketing
- 2.10.3. Principais informações sobre os consumidores atuais

Módulo 3. Novos canais de comunicação: Redes sociais e YouTube

3.1. Influência e outras estratégias de poder nos novos canais digitais

- 3.1.1. As estratégias de poder ligadas à comunicação de moda
- 3.1.2. Influência na esfera das redes sociais
- 3.1.3. Gestão dos novos líderes digitais: Influenciadores de moda

3.2. A escolha do canal de comunicação: Teoria *Forrester Research*

- 3.2.1. A nova opinião pública: liderar as massas, uma de cada vez
- 3.2.2. O que é a teoria *Forrester*?
- 3.2.3. Aplicação da teoria *Forrester Research* ao setor da moda

3.3. O poder da linguagem audiovisual e da comunicação não-verbal

- 3.3.1. A crescente quota de mercado da comunicação não-verbal
- 3.3.2. O impacto da mensagem audiovisual na moda
- 3.3.3. Composição do discurso fotográfico nas redes sociais

3.4. Evolução e funcionamento das redes sociais na indústria da moda

- 3.4.1. Etapas do surgimento e da evolução da Internet
- 3.4.2. A estratégia multicanal nas redes sociais da moda
- 3.4.3. O que é uma rede social? Diferenças em relação aos canais tradicionais

3.5. Facebook, a grande base de dados

- 3.5.1. Comunicação transversal
- 3.5.2. Interesse comunitário
- 3.5.3. Modelos de presença no Facebook

3.6. Instagram, muito mais do que fotografias de moda

- 3.6.1. Mensagens emocionais e gestão da empatia
- 3.6.2. A intimidade da vida quotidiana em imagens
- 3.6.3. Destacar-se na rede social mais importante da moda

3.7. Conteúdo profissional no LinkedIn

- 3.7.1. Criação da marca pessoal
- 3.7.2. Mensagens cognitivas em marcas de moda
- 3.7.3. Gestão das relações com a concorrência

3.8. A politização do Twitter

- 3.8.1. Comunicação impulsiva e omnidirecional
- 3.8.2. Mensagem direta e criação de conteúdos em 20 caracteres
- 3.8.3. O impacto dos títulos: da profundidade à leveza

3.9. TikTok, para além da Geração Z

- 3.9.1. A revolução audiovisual e a aceleração das mudanças na moda num contexto de *slow fashion*
- 3.9.2. Democratização na criação de conteúdos audiovisuais
- 3.9.3. A moda como acontecimento noticioso e digno de notícia

3.10. O YouTube como expoente do conteúdo audiovisual

- 3.10.1. Gestão das expectativas na criação de conteúdos audiovisuais
- 3.10.2. Mapa de conteúdos do YouTube sobre moda, beleza e luxo
- 3.10.3. Novas tendências na opinião pública: os microinfluenciadores



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.



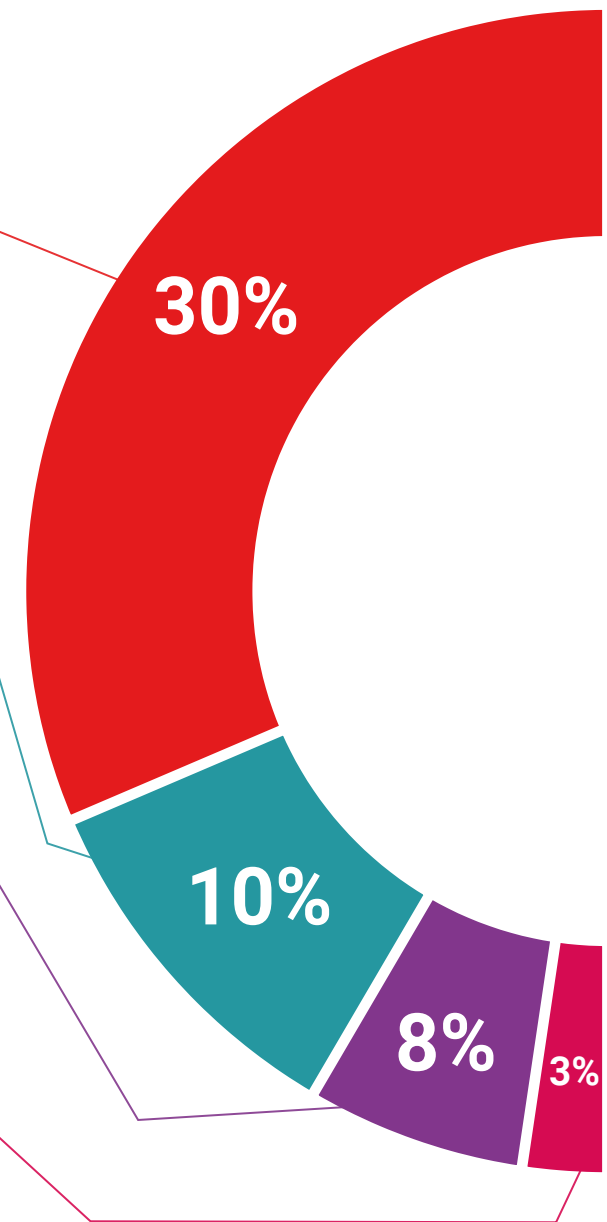
Práticas de aptidões e competências

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 Curso de Especialização em Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo destina-se a profissionais que procuram aumentar as suas qualificações nesta área de modo a serem mais eficientes e a criarem mensagens mais persuasivas para o público. Além disso, destina-se especialmente aos profissionais de comunicação, marketing e relações públicas que trabalham na indústria da moda ou que pretendem trabalhar neste setor no futuro.





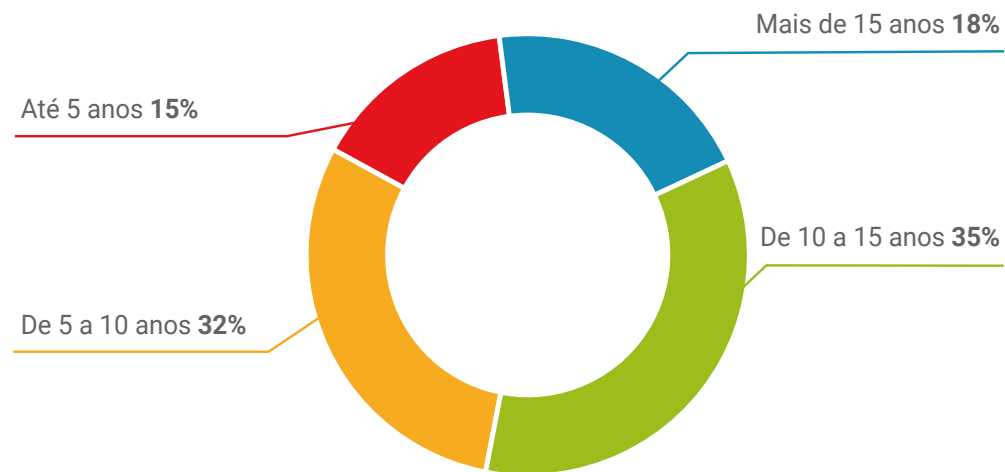
“

Se tem experiência em comunicação empresarial e pretende especializar-se no setor da moda, beleza e luxo, este é definitivamente o Curso de Especialização ideal para si”

Idade média

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

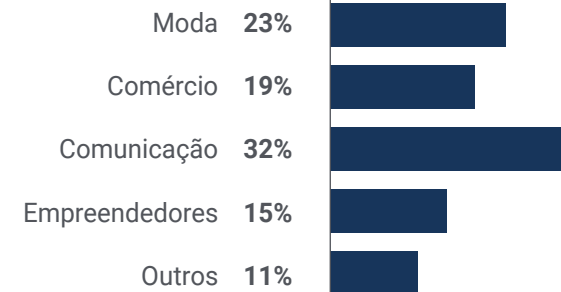
Anos de experiência



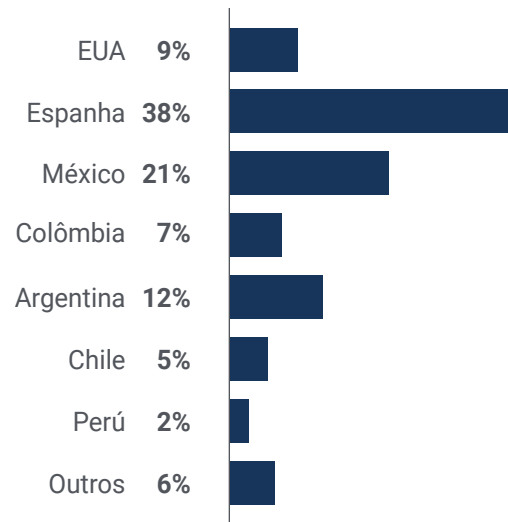
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



Sara Sanchez

Diretora de Comunicação

"Esta especialização deu-me uma compreensão completamente diferente das particularidades da comunicação de moda e permitiu-me subir na hierarquia da minha empresa. Excedeu de longe as minhas expectativas"

08

Direção do curso

O corpo docente do Curso de Especialização inclui especialistas de referência em todos os aspectos da comunicação de empresas de moda e luxo que contribuem com a experiência dos seus anos de trabalho. 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 única e academicamente nutritiva.



“

Um corpo docente de qualidade para capacitar profissionais que procuram a excelência acadêmica e profissional”

Diretor Internacional Convidado

Com uma extensa carreira no setor da **Moda e do Luxo**, a Dra. Eleonora Cattaneo destaca-se internacionalmente pelas suas contribuições como **consultora de marcas** de renome global. Esta especialista de renome tem estado associada a algumas das empresas mais poderosas da **Fortune 500**, como a **Fiat**, a **CNH Industrial**, a **Renault** e a **Nestlé**, entre outras.

Durante anos, a investidora tem investigado os **contextos socioculturais** ligados ao luxo e as formas como as empresas de maior prestígio nesse campo **criam significados e potencializam os seus produtos ou serviços**. O seu livro mais recente, “Managing Luxury Brands”, reflete também o seu interesse em analisar a **influência ambiental e social** desta indústria, bem como as oportunidades que as inovações tecnológicas atuais oferecem a este setor.

Ao mesmo tempo, a Dra. Cattaneo colaborou como **Consultora Interna** de vários **Diretores de Marketing** para diversas corporações. Dessa forma, forneceu informações e apoio no desenvolvimento de **novas estratégias de entrada no mercado, reposicionamento de marcas e lançamento de produtos**. Além disso, a **comunicação internacional** é outra das suas áreas de trabalho mais experientes.

Com base na sua ampla formação, a especialista foi selecionada para dirigir o **Programa de Gestão do Luxo e Experiência dos Hóspedes** no renomado Instituto Glion, na Suíça. Nesta instituição, referência para toda a comunidade empresarial europeia, a especialista tem apoiado o **desenvolvimento de habilidades interpessoais e profissionais** de líderes empresariais de todo o mundo. Antes de ocupar este cargo, foi **Diretora de Programas Executivos** para o Swiss Education Group e na Regent’s University London.

Quanto à sua **trajetória académica**, Cattaneo tem um Doutoramento **em Marketing** pela Universidade de Pavia, Itália, e um **MBA** pela Escola de Administração SDA Bocconi.



Dra. Cattaneo, Eleonora

- Diretora do Programa de Gestão de Luxo e Experiência dos Hóspedes, Instituto Glion, Suíça
- Diretora de Programas Executivos no Swiss Education Group
- Chefe do Programa de Gestão de Marcas de Luxo na Regent's University London
- Professora de Marketing Internacional no Instituto Universitário Carlo Cattaneo
- Consultora de Marcas como a Fiat, a CNH Industrial, a Renault e a Nestlé, entre outras da lista Fortune 500
- Doutorado em Marketing pela Universidade de Pavia, Itália
- MBA pela Escola de Administração SDA Bocconi, Itália
- Licenciada pela Universidade de Bristol, Reino Unido
- Instituto de Gestão Colegiado do Reino Unido
- Centro Suíço de Investigação de Luxo

“

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

Dra. Eva Muñiz

- ♦ Especialista em comunicação com mais de 15 anos de experiência
- ♦ Licenciatura em Jornalismo pela Universidade San Pablo CEU de Madrid com o Prémio Extraordinário de Fim de Carreira
- ♦ Realizou estudos de Doutoramento em Humanidades e Ciências da Informação
- ♦ Pós-graduação em Ciências Económicas sobre Estratégia de Comunicação e Imagem Empresarial
- ♦ Especializada nos setores da moda e da beleza, com experiência no nicho do luxo e infantil
- ♦ CEO - diretora da Agência de Comunicação Press&Co., especializada no mundo da moda e infantil, com clientes como: Chloé, Marc Jacobs ou Bóboli. Desde 2014
- ♦ Foi responsável de contas e pelo showroom da Agência de Imprensa Ana Nebot, especializada em moda
- ♦ Anteriormente, foi Senior Account Executive na área de beleza e consumo da consultora ACH&Associados, onde fez parte da equipa Prémio ADECEC-2007
- ♦ Anteriormente, trabalhou como jornalista de estilo de vida em *www.hola.com* para a revista ¡HOLA!, bem como como colaboradora freelancer para várias publicações e revistas

Dra. María José Cayuela

- ♦ Jornalista multidisciplinar com mais de 20 anos de experiência em meios e agências de comunicação
- ♦ Licenciatura em Jornalismo
- ♦ Mestrado em Gestão da Comunicação Empresarial e Institucional pela Universidade Autónoma de Barcelona
- ♦ Mestrado na ESADE em Gestão Estratégica da Marca e Comunicação
- ♦ PDD e Mestrado em Gestão de Marketing Digital também pela ESADE e Learning to Grow pelo IESE
- ♦ Especialista em redes sociais desde 2005
- ♦ Fundadora da The Blogs Family, uma plataforma de blogs e redes sociais com conteúdos para famílias com mais de 1 000 000 de leitores e seguidores no Instagram, Facebook, Twitter, YouTube e TikTok
- ♦ Formadora em empresas, universidades e escolas de negócios em temas como Comunicação Corporativa, Porta-vozes, Comunicação Interna, Blogging, Branded Content, Reputação Online e Social Media Strategy

09

Impacto para a sua carreira

O mundo da moda é altamente competitivo. Por conseguinte, os profissionais das empresas que compreendam bem como devem ser conduzidas as campanhas de comunicação neste setor encontrarão uma oportunidade única para iniciar uma carreira de sucesso. Este Curso de Especialização foi concebido para atualizar os conhecimentos dos alunos neste domínio, atingindo o nível de competência que os colocará entre a elite, entre os comunicadores de moda mais reconhecidos do setor.



“

Gerar uma mudança positiva na sua carreira, esse é o desafio da TECH. Estamos totalmente empenhados em ajudá-lo a alcançar este objetivo”

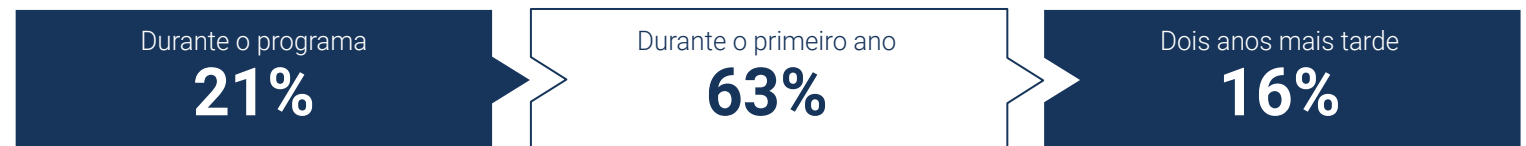
Está pronto para progredir na sua carreira? Espera-o uma excelente melhoria profissional

O Curso de Especialização intensivo em Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo da TECH Universidade Tecnológica prepara os alunos para enfrentar desafios e responder aos mesmos com confiança e solvência. O seu principal objetivo é promover o crescimento pessoal e profissional, ajudando-o a alcançar o sucesso.

Crie campanhas de comunicação mais eficazes e obtenha vantagens significativas para a sua empresa de moda.

Se deseja fazer uma mudança positiva na sua profissão e crescer no setor da moda e da beleza, esta especialização ajudá-lo-á a consegui-lo.

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 Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo não só contribui para a melhoria dos alunos neste campo de ação, como também para uma maior divulgação das empresas do setor. Isto porque os alunos, no final do Curso de Especialização, serão capazes de utilizar as redes sociais e outros canais da internet para publicitar os produtos e as políticas das suas empresas, conseguindo uma maior notoriedade para as mesmas e, por conseguinte, uma maior aceitação por parte do público.





“

Faça com que as suas campanhas de comunicação cheguem ao seu público-alvo e faça crescer a sua empresa num instante”

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 Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo 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 Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza 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 recepção, 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 Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo**

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 Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo

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

Curso de Especialização

Novos Canais de Comunicação na Moda, Beleza e Luxo

