

Executive Master

MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo

M B A G V M L



Executive Master MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online
- » Indicado para: Estudantes e profissionais da indústria da moda que estão interessados no negócio, gestão e transformação digital do setor.

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/escola-de-negocios/executive-master/mba-gestao-vendas-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

Competências

pág. 20

06

Estrutura e conteúdo

pág. 26

07

Metodologia

pág. 34

08

O perfil dos nossos alunos

pág. 42

09

Direção do curso

pág. 46

10

Impacto para a sua carreira

pág. 54

11

Benefícios para
a sua empresa

pág. 58

12

Certificação

pág. 62

01

Boas-vindas

Nesta sociedade hiper-conectada, as empresas de moda estão a ser arrastadas pelos fluxos cada vez mais rápidos, variáveis e exigentes de novos hábitos de consumo. Isto está a mudar o paradigma na abordagem do consumo, a estrutura da cadeia de abastecimento e, conseqüentemente, a cadeia de valor. As empresas de moda têm de mudar a forma como gerem e se organizam e tornar-se proativas, porque os clientes em todo o mundo mudaram os seus hábitos de consumo sob a premissa de multiopção. A estratégia multicanal é uma solução eficaz e fundamental para melhorar as vendas e fazer crescer um negócio de moda. Também apresenta desafios únicos para as empresas do setor que procuram fazer crescer os seus negócios utilizando uma estratégia cujas engrenagens funcionam perfeitamente, e onde a tecnologia e a digitalização se tornaram um fator-chave para o crescimento do setor *Must* no processo de compra.



Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo
TECH Universidade Tecnológica



“

A empresa com uma visão omnichannel é capaz de eliminar as barreiras entre cenários de venda, oferecendo ao cliente um canal de consumo aberto, amplo e acessível: uma obrigação para qualquer marca com projeção e vocação para o sucesso”

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 dos 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 ajudar a alcançar o sucesso empresarial”

Na TECH Universidade Tecnológica



Inovação

A universidade oferece um modelo de aprendizagem em linha que combina a mais recente tecnologia educacional com o máximo rigor pedagógico. Um método único com o mais alto reconhecimento internacional que fornecerá as chaves para o estudante se desenvolver num mundo em constante mudança, onde a inovação deve ser a aposta essencial de qualquer empresário.

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



As exigências mais altas

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 do TECH completam com sucesso os seus estudos



Networking

Profissionais de todo o mundo participam na TECH, para que os estudantes possam criar uma grande rede de contactos que será útil para o seu futuro.

+100.000

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 atores económicos dos 7 continentes.

+500

acordos de colaboração com as melhores empresas



Talento

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

A TECH ajuda os estudantes a mostrar o seu talento ao mundo no final deste programa.



Contexto Multicultural

Ao estudar na TECH, os estudantes podem 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 que melhor se adequa à sua ideia de negócio.

Os estudantes da TECH provêm de 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 capacidades interpessoais.



Excelência académica

A TECH oferece aos estudantes a melhor metodologia de aprendizagem on-line. A universidade combina o método *Relearning* (a metodologia de aprendizagem mais reconhecida internacionalmente) com Case Studies 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 10.000 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 na sala de aula 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 aos estudantes avançar nas suas carreiras e se destacar 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 a um futuro promissor. Os estudantes aprenderão com o melhor corpo docente e com a metodologia educacional mais flexível e inovadora.



“

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

Este programa trará uma multiplicidade de empregos e benefícios pessoais, incluindo os seguintes:

01

Dar um impulso definitivo à carreira do aluno

Ao estudar na TECH, os estudantes poderão 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 desta 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 os estudantes se possam posicionar como gestores 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 liga os seus estudantes em rede 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 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 TECH Universidade Tecnológica.

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

04

Objetivos

O Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo oferece uma forma de melhorar a estratégia empresarial ou criar percursos entre o físico e o digital, incorporando o posicionamento omni-canal. Desta forma, as formas de trabalho concentram-se em aproveitar dados objetivos para criar uma experiência personalizada baseada nas preferências do cliente, controlando a mensagem da marca num estilo consistente em todos os canais e dando ao cliente mais possibilidades de compra. O objetivo é aprender mais sobre a transformação digital, o comércio eletrónico e as novas tecnologias, mas sem esquecer o ponto de venda físico, o *Storytelling*, e a compreensão da moda como uma indústria e como um fenómeno social, com ênfase no mundo das tendências e da sustentabilidade. Esta visão holística permitirá a implementação bem sucedida de uma estratégia omni-canal e torná-la-á tudo sobre clientes e pessoas.



“

O objetivo deste programa é aprender a conceber e a implementar uma estratégia omni-canal numa marca de retalho de moda. Um objetivo que alcançará com a ajuda de uma capacitação de alto nível"

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

O Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo capacitará o aluno para:

01

Ser capaz de conceber e implementar uma estratégia omni-canal numa marca de *Fashion Retail*

04

Saiba mais sobre o comércio eletrónico omni-canal e todas as estratégias digitais

02

Saber como realizar uma análise correta do setor *Fashion Retail*, o modelo de negócio da empresa e as novas tendências de consumo para facilitar a tomada de decisões



03

Saber utilizar os dados para criar uma oferta personalizada e experiência para os clientes

05

Fazer tudo sobre clientes e pessoas, construir a fidelidade à marca e gerar mais vendas

06

Para conhecer as *Fashion Tools* necessário para a gestão omni-canal de uma empresa de moda e a sua aplicação com exemplos de casos reais

08

Conhecer o *Branding*, a sua evolução e aplicação no mundo do luxo de hoje



09

Saiba como o Instagram é criado como uma plataforma para este tipo de comunicação

07

Conhecer o conceito de moda, as suas origens e antecedentes históricos a fim de poder sintetizar e explicar os principais debates no estudo analítico e reflexivo das primeiras teorias da moda, sociedade de consumo e produção cultural e da sua evolução

10

Para compreender o conceito de *Visual Merchandising* do campo da moda, o que nos permite apreciar a sua complexidade e a disparidade de abordagens ao termo que existe

11

Adquirir as competências necessárias para desenvolver e implementar ações comerciais no ponto de venda, melhorar as competências profissionais, bem como as competências técnicas e teóricas na venda visual

14

Aprender a utilizar as métricas e ferramentas de análise mais importantes para o marketing em linha

12

Compreender e gerir os princípios de otimização dos motores de busca e marketing dos motores de busca



13

Desenvolver competências para a implementação de campanhas publicitárias na Internet

15

Conhecer o ambiente e os novos consumidores do setor *Fashion Retail*, a fim de compreender as suas necessidades e identificar novas oportunidades no mercado

16

Compreender o conceito de omni-canal e o seu efeito tanto sobre os clientes como sobre a cadeia de valor de uma empresa de moda

18

Para saber como surgiu o interesse pela sustentabilidade desde as suas origens até aos dias de hoje

19

Para aprofundar os diferentes tipos de comércio eletrónico, as plataformas mais utilizadas e as principais características de acordo com a marca ou produto

17

Para aprender porque é que a sociedade, através de mudanças sociais e culturais, modifica o seu consumo de moda, exigindo uma forma diferente de fazer as coisas da indústria têxtil

20

Prever tendências de moda, identificando padrões de comportamento, construindo sequências de factos e traduzindo-os num esquema de representação



05

Competências

Após passar as avaliações do Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo, o profissional terá adquirido as competências necessárias para uma praxis de qualidade e atualizada com base na metodologia didática mais inovadora.



“

Damos-lhe a oportunidade de adquirir uma compreensão profunda do negócio da moda omni-canal para desenvolver as competências de que necessita para ter sucesso neste setor”

01

Conhecer, compreender e analisar o ambiente do *Fashion Retail* tanto físico como digital

02

Implementar uma estratégia omni-canal num negócio de moda

03

Identificar oportunidades de negócio e coordená-las com vista a impulsionar as trocas no ponto de venda

04

Desenvolver o conhecimento técnico da transformação digital e a compreensão das principais estratégias digitais de hoje

05

Melhorar as capacidades de planeamento e análise estratégica omni-canal



06

Compreender, através da investigação, o comportamento atual dos consumidores e a sua evolução, a fim de conceber novos produtos e experiências de valor para eles

08

Reforçar a capacidade de inovação e criatividade empresarial a fim de otimizar os recursos e a tomada de decisões



09

Gerir a tecnologia especializada em *Retail*, operações e logística

07

Estruturação da coordenação e otimização dos recursos de marketing e vendas, de modo a obter melhores resultados tanto no ponto físico de venda como em linha

10

Compreender o mercado atual e futuro e a dinâmica de relacionamento dos consumidores e marcas, a fim de desenvolver um *Storytelling* de uma identidade e imagem de marca apropriada e consistente em todos os pontos de contacto

11

Gestão de uma organização omni-canal

12

Criar um caminho entre o físico e o digital e melhorar a relação entre o online e o offline

13

Realizar uma análise correta do setor *Fashion Retail*, o modelo de negócio da empresa e as novas tendências de consumo para facilitar a tomada de decisões

14

Saber utilizar os dados para criar uma oferta personalizada e experiência para os clientes

15

Controlar a mensagem da marca e assegurar que esta seja coerente e consistente da mesma forma em todos os canais



16

Dar aos clientes mais possibilidades de fazer uma compra

18

Fazer tudo sobre clientes e pessoas, construir a fidelidade à marca e gerar mais vendas



19

Compreender a sustentabilidade e saber como geri-la em todas as áreas de um negócio de moda

17

Saiba mais sobre o comércio eletrônico omni-canal e todas as estratégias digitais

20

Para conhecer as *Fashion Tools* necessário para a gestão omni-canal de uma empresa de moda e a sua aplicação com exemplos de casos reais

06

Estrutura e conteúdo

O conteúdo deste programa foi desenvolvido por diferentes professores com um objetivo claro: assegurar que os estudantes adquiram todas e cada uma das competências necessárias para se tornarem verdadeiros especialistas em Gestão de Vendas de Moda e Luxo. O conteúdo deste MBA permitir-lhe-á aprender todos os aspetos das diferentes disciplinas envolvidas nesta área. Um programa abrangente e bem estruturado que o levará aos mais altos padrões de qualidade e sucesso.



“

Um programa pedagógico muito completo, estruturado em unidades didáticas muito bem desenvolvidas, orientado para uma aprendizagem eficiente e rápida, compatível com a sua vida pessoal e profissional”

Plano de estudos

O Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo da TECH Universidade Tecnológica é um programa intensivo que o preparará para conceber e implementar as ferramentas e estratégias necessárias nesta forma de vendas e relações com clientes. O seu conteúdo destina-se a encorajar o desenvolvimento de competências para permitir uma tomada de decisão mais rigorosa em ambientes da indústria da moda.

Ao longo de 1.500 horas de estudo, analisarão uma multiplicidade de casos práticos através de trabalho individual, conseguindo uma aprendizagem profunda que lhes permitirá adquirir as competências necessárias para se desenvolverem com sucesso no setor. É, portanto, uma verdadeira imersão em situações reais de negócios.

Este programa lida em profundidade com diferentes áreas de empresas de moda e foi concebido para especializar gestores que entendem este desenvolvimento futuro de uma perspetiva estratégica, internacional e inovadora.

Um plano concebido para profissionais nesta área, centrado no seu aperfeiçoamento profissional e que os preparará para alcançar a excelência e capacidade extrema neste contexto de trabalho. Um programa que compreende as suas necessidades e as da sua empresa através de conteúdos inovadores baseados nas últimas tendências, e apoiado pela melhor metodologia educacional e uma faculdade excepcional dar-lhe-á as competências para resolver situações críticas de uma forma criativa e eficiente.

Este programa tem lugar ao longo de 12 meses e está distribuído em 10 módulos:

Módulo 1	Sociologia da Moda e Tendências
Módulo 2	<i>Fashion and Luxury Branding and Storytelling</i>
Módulo 3	<i>Visual Merchandising e Retail Experience</i>
Módulo 4	Marketing digital para marcas de moda
Módulo 5	Sustentabilidade na moda
Módulo 6	Transformação Digital e inovação no setor da moda
Módulo 7	<i>Fashion Digital Strategy</i>
Módulo 8	Gestão tecnológica e digital na moda e no luxo: <i>Tools</i>
Módulo 9	<i>Fashion Consumer Insights</i>
Módulo 10	Omni-canal e experiência do cliente. Gestão de lojas de retalho e de moda



Onde, quando e como são ministradas?

A TECH oferece a possibilidade de desenvolver este Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo completamente online. Durante os 12 meses de duração da especialização, o aluno poderá aceder a todos os conteúdos deste curso em 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. Sociologia da Moda e Tendências

1.1. História e sociologia da moda	1.2. Mudança social no consumo de moda: os efeitos da "neomania"	1.3. Reinventando o negócio da moda e o novo consumidor	1.4. A cultura da criatividade e o consumo de exclusividade
1.1.1. Semiótica, aspetos culturais e identidade através da moda	1.2.1. A "moda líquida" e a nova cultura <i>Millenial</i>	1.3.1. Pós-luxo: novas tipologias e arquétipos de consumidores de moda	
1.1.2. Movimentos sociais e tribos urbanas	1.2.2. <i>Transformação digital</i> e o fenómeno <i>Influencer</i>	1.3.2. <i>Drivers</i> de mudança e novas tendências no setor da moda pós-COVID-19	

Módulo 2. Fashion and Luxury Branding and Storytelling

2.1. O <i>Branding</i> e a sua evolução	2.2. O conceito de luxo e a sua evolução	2.3. O novo cenário e a emergência de novos mercados	2.4. Dimensões da marca de luxo
2.5. <i>Storytelling</i> , <i>Branding</i> ativo	2.6. Construção da marca através da narração de histórias	2.7. Divulgação da história	2.8. Pontos de Contacto da Marca
2.9. <i>Transmedia Storytelling</i>	2.10. Instagram, plataforma de <i>Luxury Storytelling</i>		

Módulo 3. Visual Merchandising e Retail Experience

3.1. Introdução ao Visual Merchandising Evolução dos espaços comerciais	3.2. Lojas de Moda até aos dias de hoje	3.3. Análise arquitetónica de lojas. Ferramentas de conceção de espaço	3.3.3. O Interior
		3.3.1. Abordagem: lugar, antecedentes e intenção	3.3.3.1. Disposição e Atmosfera
		3.3.2. Exterior: montra e fachada da loja	3.3.3.2. Mobiliário, sinalização e materiais
3.4. Conceção do espaço: a loja do futuro	3.5. Da ideia de negócio à experiência de loja		

Módulo 4. Marketing digital para marcas de moda

4.1. Introdução e Vocabulário básicos	4.2. Modelos de vendas online	4.3. Tipos de clientes	4.4. Principais passos do comércio eletrônico associados ao marketing digital
4.5. <i>Social Media</i> Marketing	4.6. E-mail Marketing	4.7. <i>Mobile</i> Marketing	4.8. Marketing viral e <i>Influencer</i> Marketing
4.9. Promoção e patrocínio de vendas on-line	4.10. Tendências futuras		

Módulo 5. Sustentabilidade na moda

5.1. Do consumo e hiperconsumo ao consumo transformador	5.2. Mudança de paradigma: de um sistema linear para um sistema circular	5.3. Novos têxteis sustentáveis e certificações têxteis	5.4. Ecogestão dos têxteis
5.5. Otimização dos custos logísticos 5.5.1. <i>Packaging</i>	5.6. Reciclagem 5.6.1. O ponto de venda: desde a digitalização dos espaços até ao sistema de retalho eco-eficiente <i>Greener Store Experience</i>	5.7. Novos modelos de negócio	5.8. Reputação da marca, CSR e <i>Greenwashing</i>

Módulo 6. Transformação Digital e inovação no setor da moda

6.1. A transformação digital no setor da moda 6.1.1. Indústria 4.0 6.1.2. Viabilizadores digitais	6.1.2.1. Os dados 6.1.2.1.1. IA, <i>Digital Interaction</i> , IoT e robótica 6.1.2.1.2. <i>Blockchain</i> , compreensão da tecnologia e de como ela traz valor ao setor	6.2. Omnicanal e o seu impacto no setor retalhista	6.3. Ecossistemas <i>Startup</i>
6.4. Modelos de negócio Digitais	6.5. Metodologias de inovação		

Módulo 7. Fashion Digital Strategy

7.1. Tecnologia e o consumidor: tipologias de público alvo e segmentação estratégica do consumidor	7.2. Análise antes da estratégia digital: momento 0 e KPIs estratégicos	7.3. E-commerce: tipologias e plataformas	7.4. Branding: visual e textual para comunicar
7.5. Posicionamento: catálogo adequado	7.6. Plataformas de Anúncios Sociais	7.7. <i>Social Selling</i> e <i>Inbound Marketing</i>	7.8. <i>Marketing Automation</i> : email Marketing e Bot Marketing
7.9. O papel do CRM e da Big Data na estratégia empresarial	7.10. ROI & Metrics		

Módulo 8. Gestão tecnológica e digital na moda e no luxo: Tools

8.1. Introdução ao uso tecnológico da moda	8.2. Criação e manutenção de posicionamento de identidade 8.2.1. Google Analytics e Google Ads	8.3. Data Driven 8.3.1. Principais métricas de gestão e criação de sequência de padrões-Excel	8.4. Simulação de cenários de inovação-Microsoft Power BI
8.5. Fidelidade e retenção de clientes-Salesforce	8.6. Segmentação de público, gestão de bases de dados SQL	8.7. Criatividade a partir da utilização de dados-Python 8.7.1. Marketing de conteúdos	

Módulo 9. Fashion Consumer Insights

9.1. A necessidade de conhecer o consumidor no contexto atual	9.2. Estratégia <i>Human e Citizen Centricity</i> 9.2.1. Características chave de uma estratégia centrada nas pessoas e a importância dos dados 9.2.2. Como adoptar uma estratégia <i>Human Centric</i> numa empresa de moda?	9.3. Metodologia <i>Human-Centric</i> 9.3.1. <i>Design Thinking</i> e <i>Market Intelligence</i> 9.3.2. Posicionamento e percepção de uma marca de moda 9.3.3. <i>Customer Insights</i> e <i>Customer Journey</i> 9.3.4. Arquétipos e <i>Buyer</i> personas	9.4. Recursos e técnicas de investigação
--	--	--	---

Módulo 10. Omni-canal e experiência do cliente O *Retail* e gestão de lojas de moda

10.1. O conceito de Omni-canal e o seu efeito sinérgico: conveniência para o cliente e para a cadeia de valor	10.2. Equipas e pessoas, competências e fluxos na venda a retalho de moda	10.3. Objetivos e indicadores-chave em Retalho de Moda e Gestão de Lojas de Moda	10.4. Operações de retalho de moda para exceder as expectativas dos clientes 10.4.1. Variedade de produtos e serviços oferecidos: flexibilidade em volume e requisitos
10.4.2. Responsividade 10.4.3. Custo da procura da relação custo-eficácia 10.4.4. Consistência 10.4.5. Adaptabilidade	10.5. Serviços e tecnologias para o <i>Fashion Retail</i> e a sua gestão		

07

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.

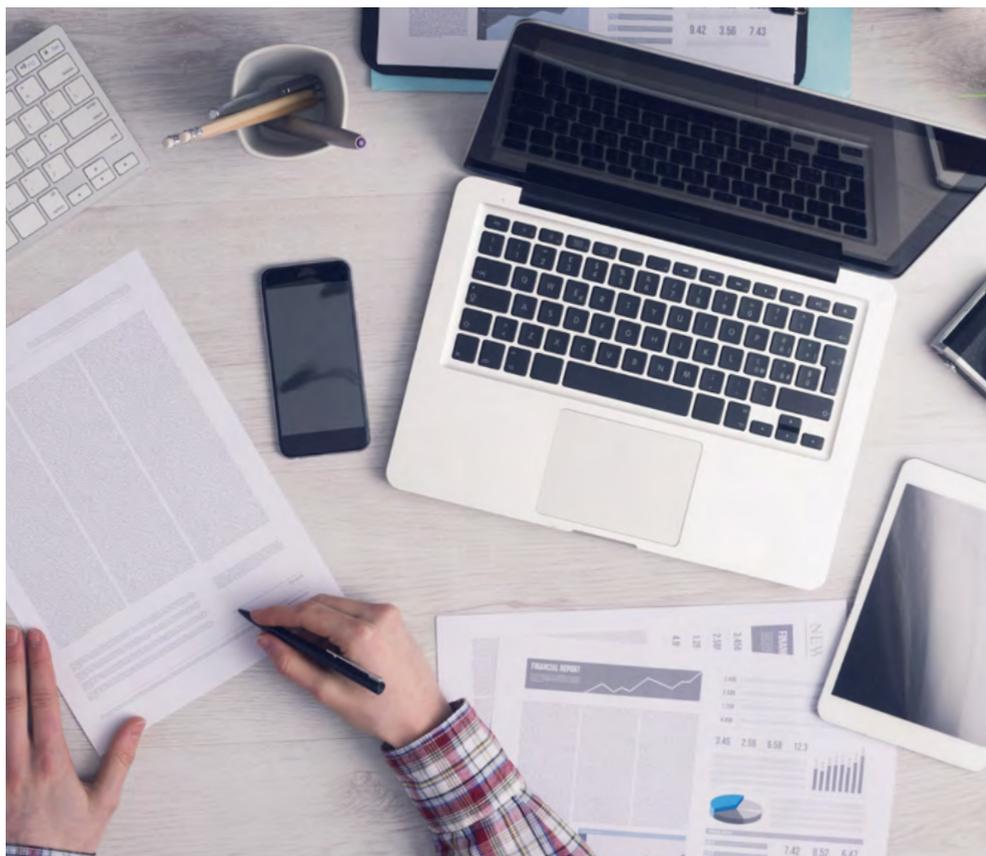
O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

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.



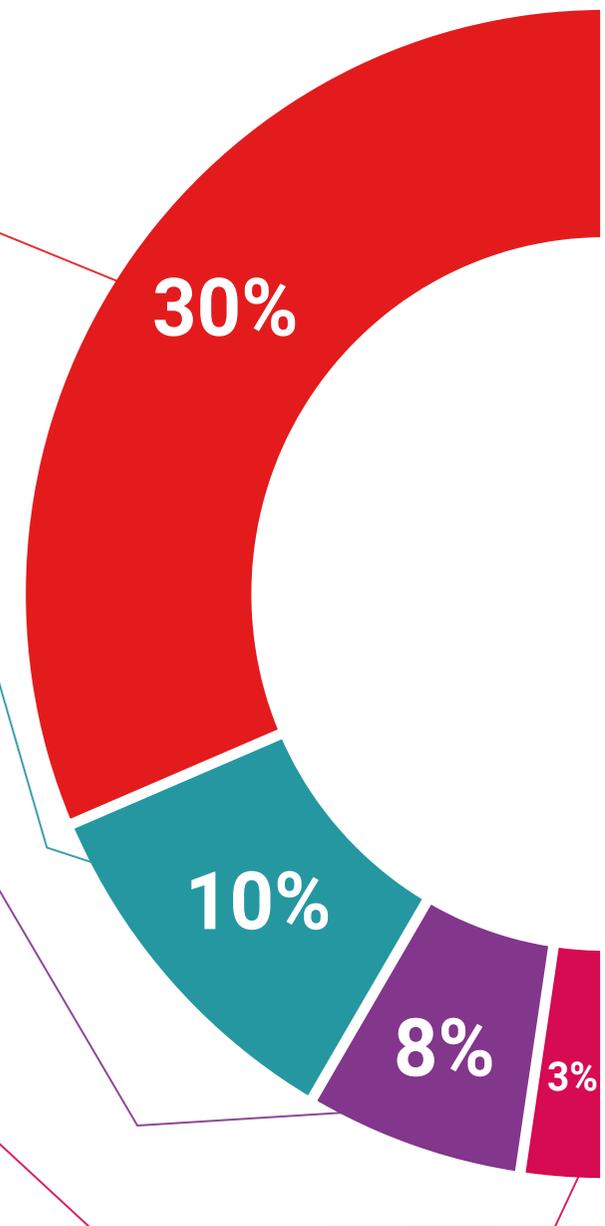
Práticas de aptidões e competências

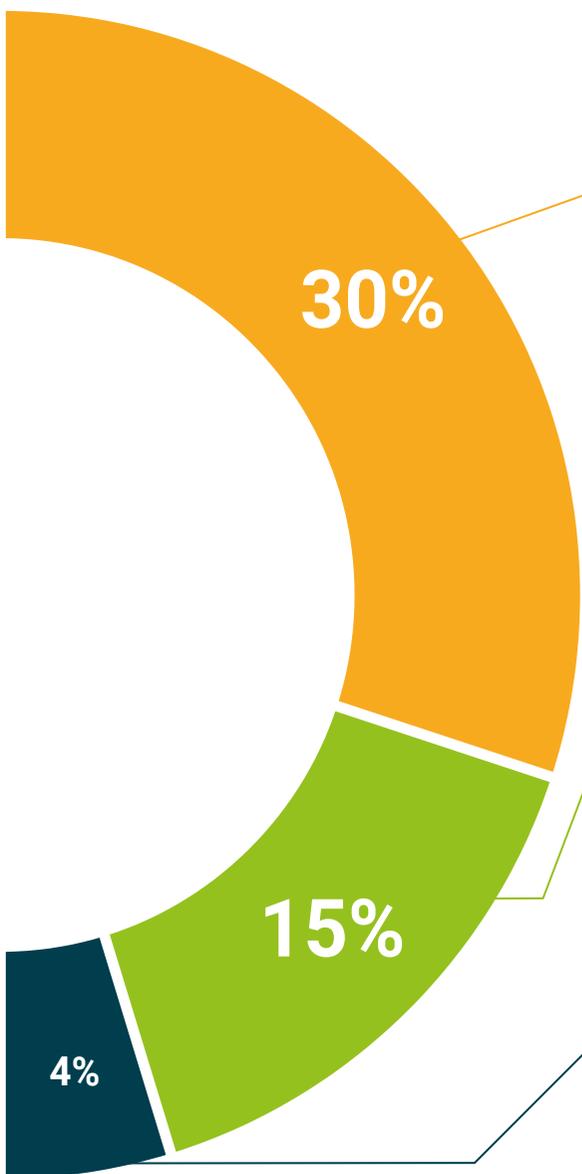
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um gestor de topo necessita de desenvolver no contexto da globalização em que vivemos.



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.



08

O perfil dos nossos alunos

O Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo é um programa destinado a profissionais que desejam atualizar os seus conhecimentos, descobrir novas formas de inovar e avançar na sua carreira profissional. A diversidade de participantes com diferentes perfis académicos e de múltiplas nacionalidades compõe a abordagem multidisciplinar deste programa.





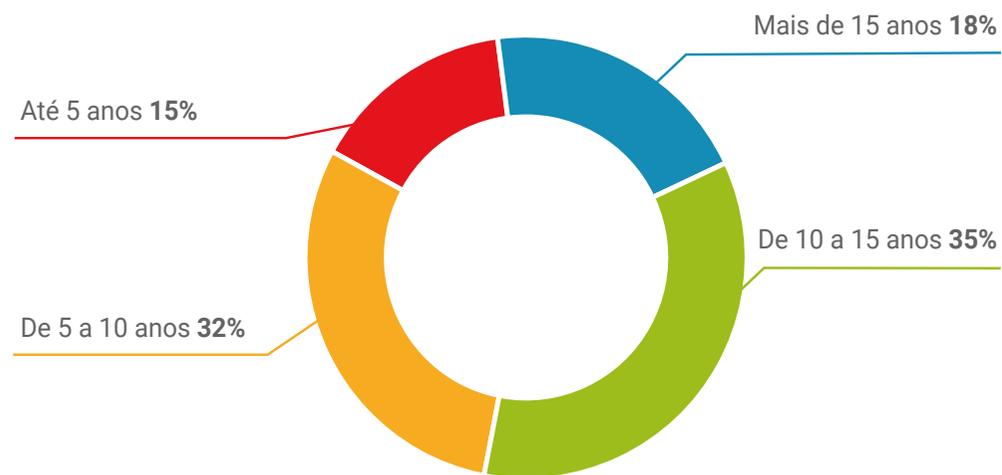
“

A elite é alcançada através de trabalho árduo e rodeando-se dos melhores Estamos à sua espera”

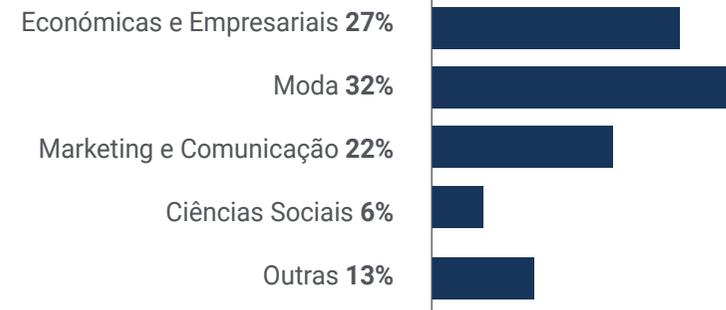
Idade média

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

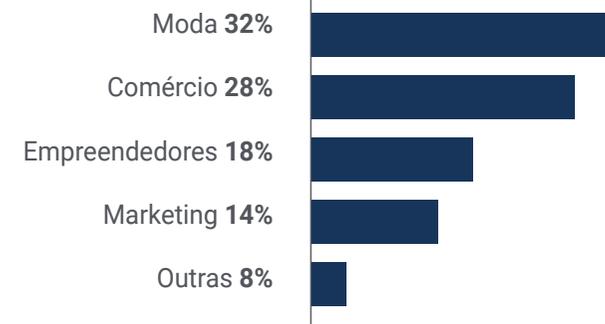
Anos de experiência



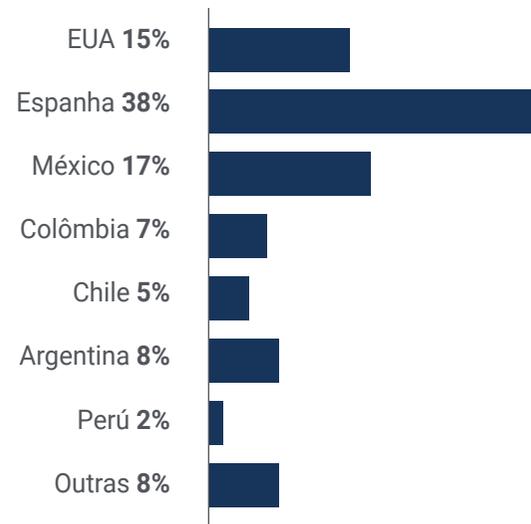
Área de Estudo



Perfil académico



Distribuição geográfica



María Lobezno

Empreendedora

"O Omnichannel foi para mim um desafio que não sentia à altura da minha marca de moda. Depois do MBA, consegui pôr em prática as estratégias digitais de que precisava. E fi-lo mesmo a tempo de poder permanecer no mercado numa situação cada vez mais exigente"

09

Direção do curso

O pessoal docente do programa inclui os principais especialistas do setor do *Fashion Retail*, que vertem a experiência dos seus anos de trabalho neste programa. Além disso outros especialistas de reconhecido prestígio nas áreas relacionadas, participam de sua criação, completando o Executive Master de forma interdisciplinar, tornando-o, portanto, uma experiência única e altamente enriquecedora para o aluno.



“

A nossa equipa docente ajudá-lo-á a adquirir os conhecimentos mais relevantes neste campo, para que se possa desenvolver com total fluência na sua prática diária”

Diretor Convidado Internacional

Alberto Festa é uma referência internacional na indústria de bens de luxo, reconhecido pelas suas realizações executivas como **Diretor Comercial de Gemologia e Relógios** na icónica casa de moda **Dolce&Gabbana**, tendo impulsionado o crescimento e a inovação desta marca através das mais disruptivas estratégias de **Marketing e Vendas**.

A carreira deste prestigiado executivo estende-se por mais de 25 anos, durante os quais desempenhou **funções-chave** em algumas das **empresas mais proeminentes do mundo**, sediadas na Europa e na América do Norte. Iniciou a sua carreira na multinacional **Colgate-Palmolive**, onde aperfeiçoou as suas competências antes de se mudar para a **PepsiCo**. Na **PepsiCo**, desempenhou o cargo de **Diretor de Vendas**, contribuindo de forma significativa para a expansão da empresa.

Outro período importante no seu percurso como **líder empresarial** ocorreu após ter assumido o cargo de **Diretor de Vendas na Mattel**. Também liderou a **Divisão Matrix da Bristol-Myers Squibb** como **Diretor Executivo**. No entanto, o auge da sua carreira ocorreu durante o seu mandato na **BULGARI**, durante mais de 15 anos. Aí, desempenhou as funções de **Diretor Geral** e acabou por ascender ao cargo de **Presidente da BULGARI USA**. A sua visão estratégica e liderança foram fundamentais para reforçar a presença global da marca e alcançar um sucesso sem precedentes.

Ao longo destas décadas de trabalho na indústria da **Moda**, Alberto Festa também se envolveu no mundo académico, partilhando a sua vasta experiência através de palestras em universidades e escolas de gestão em todo o mundo, mas principalmente nos Estados Unidos e em Itália. Por sua vez, as suas contribuições em vendas, Marketing, estratégia e operações têm sido fundamentais para liderar mudanças e iniciativas para reconstruir as empresas mais avançadas e exclusivas.



Sr. Festa, Alberto

- Diretor Comercial de Gemologia e Relógios da Dolce&Gabbana, Milão, Itália
- Assessor académico da Universidade Luiss Guido Carli
- Assessor do Conselho da Marca SAID DAL 1923
- Consultor do Grupo Kering
- Diretor Geral da GM em Vhernier
- Diretor Geral da Loro Piana LVMH
- Presidente da BULGARI USA
- Diretor Executivo da Divisão Matrix da Bristol-Myers Squibb
- Diretor de Vendas da Mattel
- Diretor de Vendas na PepsiCo
- Senior Brand Manager na Colgate-Palmolive
- Licenciado em Estatística e Economia pela Universidade La Sapienza de Roma

“

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

Direção



Sra. Sandra Bravo Durán

- Especialista em Trend Forecasting e Customer Insights
- Consultora de Clientes e Digital na Everis
- Socióloga e economista da Universidade de Salamanca
- Mestrado Executivo em Direção de Empresas de Moda pela ISEM Fashion Business School
- Programa de Inovação Social, Sustentabilidade e Reputação de Empresas de Moda no ISEM
- PhD Candidate em Criatividade Aplicada pela Universidade de Navarra
- Dá palestras em várias universidades e escolas de negócios sobre a indústria da moda e do luxo. Na atualidade

Professores

Dra. Marga Velar

- Professora Associada da Universidade Antonio de Nebrija Na atualidade
- Consultor de Comunicação e Branding para pequenas marcas e fundações
- Doutoramento em Comunicação na Universidade Carlos III de Madrid
- Licenciatura em Comunicação Audiovisual com diploma em Comunicação e Gestão da Moda pelo Centro Universitario Villanueva, Universidad Complutense, Madrid
- MBA em Gestão de Empresas de Moda pela ISEM Fashion Business School, Universidade de Navarra
- Diretora do Forefashion Lab, um observatório de estudos de moda, desde 2013
- Foi professora no Centro Universitário Villanueva, na Escola de Negócios de Moda ISEM e na Faculdade de Comunicação da Universidade de Navarra

Dra. María Eugenia Josa Martínez

- Professora no ESNE, CEDEU e ELLE Educação
- Professora de ISEM Fashion Business School
- Docente no mestrado de ISEM Fashion Business School
- Chefe da Gestão da Moda e da Criatividade e Professor da Oficina IV de Design na Licenciatura em Design da Universidade de Navarra
- Doutorada em Criatividade Aplicada na Universidade de Navarra
- Licenciatura em Arquitetura pela Universidade de Navarra
- Arquitetura Especializada em Paisagem e Ambiente da Universidade de Navarra
- Mestrado de ISEM Fashion Business School



Dra. Patricia San Miguel Arregui

- ♦ Professora de marketing digital na ISEM Fashion Business School e na Universidade de Navarra
- ♦ Doutoramento pela Universidade de Navarra
- ♦ Licenciada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA em ISEM
- ♦ Criadora e Diretora de Observatório para a Análise do Impacto Digital das Marcas de Moda Marcas de Moda Digitais (digitalfashionbrands.com)
- ♦ Como parte do seu trabalho de ensino e investigação, é professora visitante na Universidade da Suíça Italiana, e investigadora visitante no Fashion Institute of Technology em Nova Iorque e na Universidade de Florença
- ♦ Oradora em várias conferências nacionais e internacionais sobre Comunicação e Marketing

Sra. Laura Opazo

- ♦ Diretora de Parcerias em The Confidential Lab
- ♦ Escritora de estilo de vida para o blogue ElTiempo.es
- ♦ Emissora da Seção de Moda da estação de rádio EsRadio
- ♦ Gestora Editorial de Moda em AMC Networks International Southern Europe
- ♦ Autor do livro "Guarda-roupa Sustentável"
- ♦ Licenciada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidad Rey Juan Carlos
- ♦ Especialista em Relações Públicas e Venda da Sua Própria Marca no College of Fashion, University of the Arts, Londres
- ♦ MBA em Administração e Gestão de Empresas no ISEM
- ♦ Curso de Moda Têxtil e Sustentável ministrado pela REAS e pelo Mercado Social de Madrid

Sr. Javier De Rivera

- ♦ Socio-Rivera Consulting & Support
- ♦ Consultor de Transformação e Retalho de Alto Desempenho e Consultor de Retalho de Alto Desempenho ActioGlobal
- ♦ Membro associado da Huete&Co
- ♦ Diretor, CEO, diretor geral e diretor financeiro, consultor e assessor em empresas como Neck&Neck, Gocco, Textura, Tomblack, Ecoalf, Trucco, Intropia, Saga Furs, Lola Rey, Multiópticas, Silbon
- ♦ Licenciatura em Estudos Económicos e Empresariais pela Universidad Pontificia de Comillas (ICADE)
- ♦ MBA em Fiscalidade e Consultoria Fiscal em Esine
- ♦ Programa de consultores pela Deloitte e Spencer Stuart
- ♦ Certificado de Desenvolvimento da Organização Global NTL
- ♦ Programa de Gestão de Topo em Negócios na Internet em ISDI
- ♦ Programa de Certificação em Coaching Dialógico e Coaching de Equipas na UFV
- ♦ Professor de ISEM Fashion Business School
- ♦ Docente na Universidade de Villanueva
- ♦ Professor em programas executivos no Esic, IE (Espanha) e Universidad de Piura (Peru)

Sra. Mercedes Gárate

- ♦ Director Business Industrial na NTTData
- ♦ *Senior Manager* na Everis
- ♦ *Strategy and Business Manager* na Everis
- ♦ Licenciada em Engenharia Industrial pela Universidade Politécnica de Madrid
- ♦ MBA (EOI *Business School*)
- ♦ Certificada em *Customer Experience* pela Associação DEC





Sr. Carlos Sanjosé

- ♦ Responsável do Digital de MURPH
- ♦ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Cardenal Herrera-CEU
- ♦ Ampla experiência profissional no campo do Marketing Digital, Anúncios Sociais, estratégias digitais e plataformas de comércio eletrônico
- ♦ Especialista em Marketing Digital há mais de 5 anos, com experiência especial no setor *Fashion Retail*
- ♦ Criador de conteúdos na 25 Gramas Mais de 8 anos

Dra. María García Barriga

- ♦ Profissional de marketing digital e investigador da aplicação tecnológica da moda
- ♦ Licenciado em Ciências da Informação pela UCM
- ♦ MBA pelo ISEM Fashion Business School

Sra. María Delgado

- ♦ Retail product manager na Mayoral
- ♦ Licenciatura em administração e gestão de empresas
- ♦ Mestrado em Project Management
- ♦ Mba Business Management com especialização em moda
- ♦ Programa superior em consultoria de imagem e estilo

10

Impacto para a sua carreira

A TECH está consciente de que tomar um programa com estas características é um grande investimento económico, profissional e, claro, pessoal. Por esta razão, a TECH criou este sistema global que favorece a obtenção de resultados ótimos, dando-lhes as instalações e os estímulos que os manterão motivados ao longo da especialização para que a sua carreira adquira o impulso renovador que procuram.



“

*Colocamos todos os nossos recursos
à sua disposição para que possa alcançar
a melhoria do trabalho que deseja”*

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

O Executive Master em MBA em Gestão de Moda de Vendas e Luxo da TECH um programa intensivo que o preparará para enfrentar desafios e posicionar-se com sucesso após cada um deles. O seu principal objetivo é apoiar o seu crescimento pessoal e profissional: ajudando-o a alcançar o sucesso.

Para os estudantes que se querem destacar, fazer uma mudança positiva a nível profissional e trabalhar em rede com os melhores, este é o lugar para si.

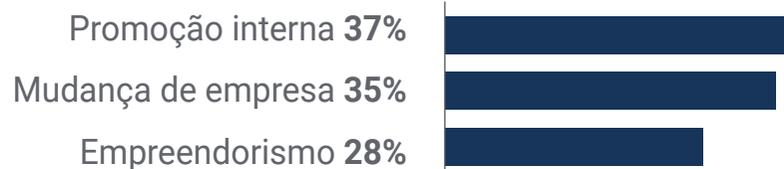
Entre no mundo do MBA em Gestão de Moda de Vendas e Luxo graças a este programa do mais alto nível académico.

*O mercado não espera
Aproveite o momento
e coloque-se na vanguarda
do mundo da moda com
este programa. É agora
ou nunca.*

Momento de mudança



Tipo de mudança



Melhoria dos salários

A conclusão deste programa significa um aumento no salario anual de mais de **25,22%** para nossos alunos



11

Benefícios para a sua empresa

O Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo ajuda a elevar o talento dos estudantes e o da sua organização ao seu pleno potencial, especializando-se em liderança de alto nível. Por isso a participação neste programa académico melhorará não só a nível pessoal mas, sobretudo, a nível profissional, aumentando a sua aptidão e melhorando as suas capacidades de gestão. Mas, além disso, a adesão à comunidade educacional TECH é uma oportunidade única de aceder a uma poderosa rede de contactos na qual poderá encontrar futuros parceiros profissionais, clientes ou fornecedores.





“

Aprenderá a ser a força motriz por detrás da transformação do seu negócio ou projeto adquirindo as competências e aptidões a desenvolver no mercado Omnichannel"

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

01

Crescimento do talento e do capital intelectual

Trazer para a empresa novos conceitos, estratégias e perspetivas que possam trazer mudanças relevantes na organização.

02

Manter gestores de alto potencial e evitar a fuga de talentos

Este programa reforça a ligação entre a empresa e o gestor 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 contactos com os principais mercados da economia mundial.

05

Desenvolvimento de projetos próprios

Para poder trabalhar num projeto real ou desenvolver novos projetos na área de I+D ou Desenvolvimento de Negócio da sua empresa.

06

Aumento da competitividade

Este programa irá equipar os nossos estudantes com as competências necessárias para enfrentarem novos desafios e assim impulsionar a organização.

12

Certificação

O Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Executive Master 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 **Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado.

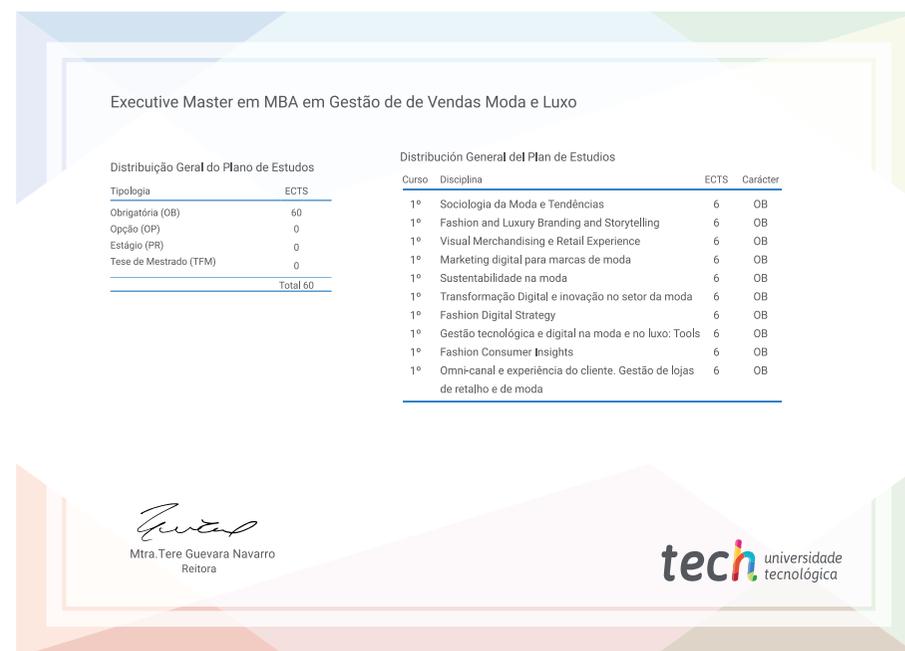
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio*, com aviso de receção, o certificado correspondente ao título de **Executive Master** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Título: **Executive Master em MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo**

ECTS: **60**

Carga horária: **1500 horas**



*Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.



Executive Master

MBA em Gestão de Vendas de Moda e Luxo

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **12 meses**
- » Certificação: **TECH Universidade Tecnológica**
- » Créditos: **60 ECTS**
- » Horário: **ao seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

Executive Master

MBA em Gestão de Vendas
de Moda e Luxo

