

# Capacitación Práctica

## MBA en Dirección de Comunicación de Moda y Lujo



## Capacitación Práctica

MBA en Dirección de Comunicación  
de Moda y Lujo

# Índice

01

Introducción

---

pág. 4

02

¿Por qué cursar esta  
Capacitación Práctica?

---

pág. 6

03

Objetivos

---

pág. 8

04

Planificación  
de la enseñanza

---

pág. 10

05

¿Dónde puedo hacer la  
Capacitación Práctica?

---

pág. 12

06

Condiciones generales

---

pág. 14

07

Titulación

---

pág. 16

# 01 Introducción

En el mundo de la moda y el lujo, la comunicación es indispensable, ya que es un recurso de gran poder que ayuda a dirigir un mensaje determinado a través de varios canales. Así, el objetivo de este departamento dentro de cualquier empresa de Marketing se centra en atraer a un público nuevo y fidelizar al que ya conoce dicha marca. Por ello, el encargado de dirigir este equipo debe identificar oportunidades, entender el proceso de comunicación en todos los canales y, por supuesto, identificar posibles adversidades para prevenirlas a tiempo. En este programa práctico pone a disposición de los estudiantes la oportunidad de cursar una estancia en una empresa de prestigio a nivel internacional, llevando sus habilidades al siguiente nivel y afianzar sus carreras en la alta gestión empresarial.



*Estas capacitaciones prácticas te permitirán poner en funcionamiento todo el potencial que tienes junto a los más reputados profesionales en Dirección de Comunicación de Moda y Lujo durante 3 semanas en un centro empresarial de prestigio"*





La dirección de un equipo de comunicaciones de moda y lujo permitirá llevar a cualquier marca al siguiente nivel. Por ello, en esta Capacitación Práctica, el estudiante podrá asumir nuevas oportunidades en un entorno controlado, contando con una serie de actividades que lo preparará para dar el salto en su carrera.

Además, no estará solo, ya que contará con el apoyo de un especialista en comunicación adjunto a la empresa, quien le enseñará a realizar las actividades propias de un director. Así, durante 3 semanas de aprendizaje intensivo, realizará una serie de actividades, como establecer el discurso creativo de una marca, implementar CRM para la automatización de los contenidos o potenciar la influencia de los nuevos canales digitales. De esta forma, al egresar podrá incursionar en este sector o comenzar su propia agencia de medios para trabajar con las mejores marcas a nivel internacional.

Será una oportunidad exclusiva de aprendizaje que le permitirá además relacionarse con profesionales de larga trayectoria y con diversas visiones del mundo empresarial en el sector de la comunicación de la moda y el lujo. De la misma manera, la posibilidad de elegir un centro profesional de su preferencia de ámbito nacional o internacional abre las puertas a diversas posibilidades que formarán parte del perfeccionamiento del baje profesional actual.

# 02

## ¿Por qué cursar esta Capacitación Práctica?

Al matricularse en este programa 100% práctico de TECH abre las puertas a una oportunidad única para impulsar su carrera y cumplir las metas profesionales que se plantea. La alternativa que brinda este espacio académico de aprender haciendo en uno de los entornos empresariales más modernos marca la diferencia. Así, se pondrá al día de los sistemas actuales, las herramientas mayormente implementadas y las estrategias mejor planteadas. Aprenderá a lo largo de 3 semanas de estancia intensiva y presencial en una empresa del sector de la Moda y el Lujo cómo desenvolverse en la Dirección de Comunicación, generando propuestas interesantes para su ámbito. Siempre de la mano de un profesional experto que le guiará de manera directa.



*Conocerás las últimas tendencias y estudios en las relaciones públicas en el sector de la moda y el lujo durante tu estancia intensiva en una empresa de prestigio"*

### 1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

La comunicación ha cambiado para siempre en todos los sectores empresariales desde la llegada de internet y el auge de los medios sociales. No solo se han empleado los nuevos métodos para crear más canales de contacto, sino para mejorar las estrategias de negocio y ampliar los horizontes comerciales. Por eso, este programa 100% práctico acercará al alumno a los recursos más modernos en cuanto a las Tecnologías de Información y Comunicación se refiere para crear estrategias de dirección de comunicación eficientes.

### 2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas

Este programa se convierte en una puerta abierta al éxito gracias a los diversos profesionales que lo integran tanto en su configuración y diseño, como aplicación y seguimiento. TECH elige a los mejores centros de prácticas y por supuesto, a los más versados especialistas de la comunicación en el sector de la moda y el lujo. Sus conocimientos son transmitidos a lo largo de las 3 semanas in situ. Sin duda, la mejor forma de aprender.

### 3. Adentrarse en entornos empresariales de primera

Los centros disponibles para las Capacitaciones Prácticas han sido seleccionados con ahínco por el equipo experto de TECH. Gracias a ello, el alumno tendrá garantizado el acceso a un entorno empresarial de prestigio en el sector de la moda y el lujo para desarrollar este programa en Dirección de Comunicación en dicha área. De esta manera, podrá comprobar el día a día de un área de trabajo exigente, rigurosa y exhaustiva, aplicando siempre las últimas tendencias e innovadoras metodologías de trabajo.



#### **4. Llevar lo adquirido a la práctica diaria desde el primer momento**

Este programa es una propuesta divergente a lo que hasta ahora se conoce en el mercado pedagógico mundial. El profesional en una etapa de su vida necesita corroborar cómo funciona su entorno y competencia por lo que puede ampliar su perspectiva dentro de un centro empresarial diferente, moderno y vanguardista que le muestre nuevos enfoques y modelos de comunicación para el sector de la moda y el lujo. Por eso, podrá disfrutar de una estancia presencial por 3 semanas y relacionarse con grandes expertos en la materia, esto es mucho más que *Networking*.

#### **5. Expandir las fronteras del conocimiento**

TECH abre las puertas a nuevos escenarios con esta Capacitación Práctica en cualquier parte del mundo. El profesional podrá desarrollar sus saberes durante 3 semanas, en un centro de negocios de la moda o el lujo en la parte de Dirección de Comunicación sin inconvenientes y contando con los más avanzados ejemplos in situ.



*Tendrás una inmersión práctica total en el centro que tú mismo elijas"*

# 03 Objetivos

Este programa tiene el objetivo de afianzar las habilidades directivas y de liderazgo del estudiante en un sector tan competitivo como el de la moda y el lujo. De esta manera, podrá dominar de forma práctica y rigurosa las técnicas de comunicación más empleadas en el sector, además, de reformar sus competencias para una praxis de calidad.



## Objetivos generales

- Manejar las últimas técnicas, sistemas modernos y aplicación de tecnologías de vanguardia en el tratamiento de la información y desarrollo de estrategias de comunicación en el sector de la moda y el lujo
- Verificar la dirección de comunicación de una empresa del sector de la moda y el lujo
- Adjuntar al trabajo diario nuevos métodos, abordajes y análisis de los nuevos canales de comunicación, avalados por un equipo de expertos prestigiosos en el área
- Desarrollar las habilidades de gestión, análisis, creatividad y liderazgo como principales competencias para crecer dentro de la industria





## Objetivos específicos

---

- Desarrollar una estrategia de comunicación competitiva dentro de la industria conociendo en profundidad las dinámicas de la comunicación, el negocio de la moda y los componentes determinantes
- Identificar oportunidades y evolucionar a través de la mirada a su propio trabajo
- Generar impacto social y dirigir la opinión pública con responsabilidad ética y profesional
- Mejorar la agilidad en la toma de decisiones gracias a la observación, el análisis, la interpretación y la acción con relación a criterios profesionales gracias a la elaboración de informes críticos
- Entender y reproducir el proceso de la comunicación de modo efectivo adaptándolo a cada canal, perfil de empresa y público objetivo
- Establecer acciones de comunicación específicas para el sector de la moda y la belleza
- Identificar las posibles adversidades a las que se enfrentará tu marca en el futuro
- Desarrollar habilidades de negociación para establecer acuerdos que constituyan un vínculo social
- Redactar una nota de prensa, un blog o contar una historia que identifique el ecosistema de tu marca
- Adaptar la estrategia de comunicación al modelo de negocio más conveniente para cada marca
- Comunicar la innovación y realinear al público objetivo cuando se produce un cambio y calcular su repercusión en el precio del producto
- Entender la estructura del plan de comunicación y su razón de ser, así como las principales técnicas que utilizamos en cada una de sus fases
- Organizar un discurso propio para redes sociales y medios de comunicación de masas alineado con los valores de la empresa
- Detectar los indicios de cambio y convertirlos en una oportunidad gracias a la elaboración de un informe de tendencias predictivo que minimice riesgo y optimice recursos antes que nuestros competidores



*Las destrezas y competencias que desarrolles con la realización de este programa te ayudarán a alcanzar el éxito como director de comunicaciones en cualquier empresa de marketing"*

# 04

## Planificación de la enseñanza

La Capacitación Práctica MBA en Dirección de Comunicación de Moda y Lujo es un programa diseñado para ser realizado de manera presencial en una compañía de Marketing de gran prestigio en el mundo de la moda y el lujo. Por ello, durante 3 semanas, con horario de lunes a viernes, el estudiante recibirá los conocimientos que requiere para afianzar sus competencias directivas. Del mismo modo, contará con el respaldo de un experto adjunto al centro, siendo su apoyo y guía en todo momento.

En esta propuesta de capacitación, de carácter completamente práctico, las actividades están dirigidas al desarrollo y perfeccionamiento de las competencias necesarias para la prestación de labores directivas en el departamento de comunicaciones, gestionando todos los planes de medios y redes sociales para publicitar una marca, y que están orientadas a la capacitación específica para el ejercicio de la actividad.

Así, este programa es una excelente oportunidad para el estudiante de aprender todo lo necesario sobre las funciones de un director de comunicaciones en el sector de moda y lujo. Además, gracias a la modalidad presencial y participativa, adquirirá las destrezas y competencias para, un futuro próximo, llevar a cabo este papel de manera eficaz.

Durante toda su estancia práctica, podrá realizar un número determinado de actividades, como identificar al consumidor objetivo de una marca, crear contenidos por medio de CRM, establecer una estrategia SEO para el posicionamiento web de una marca, evaluar métricas para determinar el presupuesto de las acciones comunicativas, así como otras actividades relacionadas, completando el proceso de aprendizaje.

La enseñanza práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que facilite el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la práctica diaria (aprender a ser y aprender a relacionarse).

Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:



*Capacítate en una institución que te pueda ofrecer todas estas posibilidades, con un programa académico innovador y un equipo humano capaz de desarrollarte al máximo"*



| Módulo                                                                                             | Actividad Práctica                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nuevas tendencias en el desarrollo de estrategias de negocio en las empresas de Moda y Lujo</b> | Analizar el comportamiento de consumo del público o target de la empresa, para verificar el perfil y segmentación ideal                                                                                 |
|                                                                                                    | Aplicar nuevas tendencias y comprobar la efectividad en la empresa, como el concepto <i>Hype</i> , la teoría del <i>Coolhunting</i> , la expresión visual del color <i>Coolhunting Science Insights</i> |
|                                                                                                    | Usar el Método Delphi para la obtención de datos                                                                                                                                                        |
|                                                                                                    | Diseñar propuestas de internacionalización de la empresa de moda                                                                                                                                        |
|                                                                                                    | Plantear propuestas de modelos de empresa innovadora                                                                                                                                                    |
| <b>Desarrollo del plan de comunicación de una empresa de la moda y el lujo</b>                     | Utilizar innovadoras herramientas para la creación de contenido y publicidad pagada                                                                                                                     |
|                                                                                                    | Manejar la automatización de contenidos en CRM                                                                                                                                                          |
|                                                                                                    | Participar en el lanzamiento de campañas flash y planificación de campañas estacionales                                                                                                                 |
|                                                                                                    | Emplear técnicas tradicionales de comunicación offline y online: nota de prensa, noticia y publisreportaje, blogs, revistas digitales o <i>Newsletter</i>                                               |
|                                                                                                    | Emplear la narrativa transmedia y <i>Storytelling</i> para la viralidad en los contenidos                                                                                                               |
|                                                                                                    | Proponer la comunicación de la marca hacia lo sostenible y ecolujo                                                                                                                                      |
| <b>Aplicación de los nuevos canales de comunicación y métodos de evaluación</b>                    | Practicar la elección correcta del canal de comunicación aplicando la Teoría <i>Forrester Research</i>                                                                                                  |
|                                                                                                    | Emplear estrategias multicanales dentro de las redes sociales de moda destacando el Instagram como red predominante para la moda                                                                        |
|                                                                                                    | Realizar propuestas innovadoras a través de canales como TikTok y YouTube sobre moda y lujo                                                                                                             |
|                                                                                                    | Medir resultados de las acciones comunicacionales y presentar informes analíticos de los mismos                                                                                                         |
|                                                                                                    | Realizar mapas de frecuencias y el análisis de la evolución de la moda                                                                                                                                  |
| <b>La comunicación corporativa y las relaciones públicas en la empresa de la moda y el lujo</b>    | Implementar herramientas para fomentar la comunicación interna                                                                                                                                          |
|                                                                                                    | Utilizar Buffer y Hootsuite para realizar la analítica del Marketing digital                                                                                                                            |
|                                                                                                    | Proponer un plan estratégico para gestión de crisis y realizar el análisis del briefing actual                                                                                                          |
|                                                                                                    | Establecer relaciones con instituciones, medios u organizaciones que aporten a la empresa de moda y lujo                                                                                                |
|                                                                                                    | Emplear el método RACE para la estrategia de comunicación en moda y belleza                                                                                                                             |

05

# ¿Dónde puedo hacer la Capacitación Práctica?

Para mantenerse a la vanguardia del sector educativo, TECH ha seleccionado las mejores empresas para ayudar a la capacitación práctica del estudiante, interesado en dar el siguiente paso en su carrera. Por ello, este programa conforma una oportunidad única para que alcance este objetivo, junto a los mejores especialistas del Marketing y la Dirección de Comunicaciones.



*Este programa se convertirá en una experiencia única y decisiva para impulsar tu desarrollo profesional, gracias al mejor equipo del sector”*





El alumno podrá cursar esta capacitación en los siguientes centros:



Escuela de Negocios

### Match Mode

País  
España

Ciudad  
Barcelona

Dirección: Avenida Diagonal 696  
(08034) Barcelona

Única plataforma especializada en moda  
para la contratación de freelance especializados  
en este sector

#### Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Educación Digital, E-learning y Redes Sociales
- MBA en Dirección de Empresas de Comunicación



Escuela de Negocios

### Loué

País  
España

Ciudad  
Madrid

Dirección: Calle Virgen de los peligros,  
12. 28013, Madrid, Madrid

Es una boutique de compra, venta y alquiler  
de artículos de lujo

#### Capacitaciones prácticas relacionadas:

- MBA en Dirección de Comunicación de Moda y Lujo

# 06

## Condiciones generales

### Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



## Condiciones Generales de la Capacitación Práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

**1. TUTORÍA:** durante la Capacitación Práctica el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico, cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

**2. DURACIÓN:** el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

**3. INASISTENCIA:** en caso de no presentarse el día del inicio de la Capacitación Práctica, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia de las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

**4. CERTIFICACIÓN:** el alumno que supere la Capacitación Práctica recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

**5. RELACIÓN LABORAL:** la Capacitación Práctica no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

**6. ESTUDIOS PREVIOS:** algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización de la Capacitación Práctica. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

**7. NO INCLUYE:** la Capacitación Práctica no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

# 07 Titulación

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Capacitación Práctica MBA en Dirección de Comunicación de Moda y Lujo** avalado por TECH Global University, la mayor Universidad digital del mundo.

**TECH Global University**, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ([boletín oficial](#)). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Capacitación Práctica MBA en Dirección de Comunicación de Moda y Lujo**

Duración: **3 semanas**

Modalidad: **de lunes a viernes, turnos de 8 horas consecutivas**

Créditos: **4 ECTS**





**Capacitación Práctica**  
MBA en Dirección de Comunicación  
de Moda y Lujo

# Capacitación Práctica

## MBA en Dirección de Comunicación de Moda y Lujo

