

Curso de Especialização

Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo





Curso de Especialização Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo

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

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-estrategias-negocio-plano-comunicacao-moda-beleza-luxo

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Direção do curso

pág. 12

04

Estrutura e conteúdo

pág. 16

05

Metodologia

pág. 22

06

Certificação

pág. 30

01

Apresentação

As empresas de moda, beleza e luxo precisam de adaptar constantemente as suas estratégias de comunicação para se manterem atualizadas num setor cujos paradigmas estão em contínua evolução. Neste sentido, este Curso de Especialização irá ensinar aos profissionais de comunicação e jornalismo a melhor forma de gerar planos de comunicação bem sucedidos que impulsionem os resultados empresariais do setor. Assim, como jornalista especializado ou colaborador de um departamento de imprensa, o profissional irá revalorizar o seu perfil e tornar-se uma mais-valia muito importante para as empresas do setor.



“

Com este Curso de Especialização irá adquirir os conhecimentos necessários para gerar planos de comunicação e estratégias empresariais de sucesso que irão impulsionar os resultados das empresas do setor”

O setor da moda, da beleza e do luxo está em constante mutação e, conseqüentemente, o seu tratamento correto no domínio da comunicação exige uma atualização contínua por parte dos profissionais do setor. Por conseguinte, este Curso de Especialização irá apresentar uma abordagem às estratégias empresariais que podem ser implementadas com o objetivo de impulsionar o crescimento das empresas do setor. Assim, o profissional irá adquirir as competências necessárias para se posicionar como um gestor de comunicação de sucesso neste domínio.

Além disso, será aprofundada a questão da gestão da comunicação a partir de perspectiva global com vista a ajudar a empresa a obter um melhor posicionamento no setor. Irá também abordar a gestão de crises em empresas do setor da moda, da beleza e do luxo. Assim, o profissional de comunicação estará preparado para efetuar uma gestão integral nos casos em que a reputação da empresa esteja em causa devido a um acontecimento que tenha vindo a público.

No mesmo sentido, e compreendendo a importância da reputação para as empresas destes setores, o Curso de Especialização irá também abordar a forma mais adequada de melhorar a imagem online e offline da empresa. Para o efeito, os alunos irão aprender diferentes técnicas que ajudam a construir uma reputação positiva junto do público, o que irá aumentar o alcance da empresa e melhorar os seus resultados.

Por último, este Curso de Especialização irá abordar a importância da comunicação estratégica no setor da beleza e da moda. Para tal, os profissionais irão aprender a conceber e a implementar um plano de comunicação completo, no qual o contexto em que a empresa se insere é analisado em profundidade, sendo implementadas ações relevantes para o seu sucesso. Convém salientar que o Curso de Especialização é 100% online, o que facilita o seu desenvolvimento pelo profissional, permitindo-lhe gerir o seu próprio tempo e horário.

Este **Curso de Especialização em Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em moda, beleza e luxo
- ♦ O seu conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático fornece informação científica e prática sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Conhecimentos atualizados sobre jornalismo de moda, beleza e luxo
- ♦ Exercícios práticos onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ♦ A sua ênfase especial em metodologias inovadoras no jornalismo e na comunicação de moda, beleza e luxo
- ♦ O sistema de aprendizagem interativo baseado em algoritmos para a tomada de decisões sobre as situações propostas em jornalismo e comunicação digital
- ♦ Aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ A disponibilidade de acesso ao conteúdo a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet



A TECH oferece-lhe a melhor qualificação do mercado em jornalismo e comunicação de moda, beleza e luxo. Só tem de ter motivação para estudar”

“

Aprofunde conhecimentos sobre as estratégias de comunicação mais eficazes na gestão de empresas do setor da moda e torne-se um profissional muito mais competente”

O corpo docente do Curso de Especialização inclui profissionais da área do jornalismo e da comunicação, que trazem a sua experiência de trabalho para esta qualificação, bem como especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

Graças ao seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educativa, o profissional terá acesso a uma aprendizagem situada e contextual, isto é, um ambiente de simulação que proporcionará uma educação imersiva, programada para praticar em situações reais.

A conceção desta qualificação centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o especialista deve tentar resolver as diferentes situações da prática profissional que surgem ao longo do Curso de Especialização. Para tal, o profissional contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo criado por especialistas reconhecidos na área do jornalismo de moda, beleza e luxo e com uma vasta experiência.

Aprender todos os aspetos que o profissional de comunicação política bem-sucedido deve dominar.

Aprenda a criar planos de comunicação com este Curso de Especialização que a TECH coloca à sua disposição.



02

Objetivos

Este Curso de Especialização foi concebido para reforçar as capacidades dos alunos e ajudá-los a desenvolver novas competências e aptidões no domínio da comunicação que serão essenciais para o seu desenvolvimento profissional no setor da moda, da beleza e do luxo. Após a conclusão do Curso de Especialização, estará preparado para trabalhar com um elevado grau de competência em meios de comunicação especializados, gabinetes de imprensa e departamentos de marketing, conhecendo os meios de comunicação que permitem obter os melhores resultados na divulgação de informações. Desta forma, poderá posicionar-se como profissional de comunicação no domínio da moda, da beleza e do luxo de forma bem sucedida, adquirindo competências relevantes e preparando-se para competir com os melhores do setor.



“

O objetivo desta qualificação é ajudar os alunos a compreender as estratégias mais recentes que permitem às empresas do setor da moda, da beleza e do luxo obter os melhores resultados”



Objetivos gerais

- ♦ Ter uma visão abrangente e profissional do ambiente de comunicação, identificando as particularidades do setor, bem como o seu impacto e repercussões no tecido empresarial como um todo
- ♦ Adquirir conhecimentos básicos e avançados para ser capaz de gerar novos ecossistemas de comunicação em relação à moda
- ♦ Desenvolver competências de gestão, analíticas, criativas e de liderança como competências centrais para crescer dentro da indústria
- ♦ Desenvolver excelentes capacidades de redação e comunicação oral e escrita, verbal e não verbal
- ♦ Obter a responsabilidade ética necessária
- ♦ Desenvolver o pensamento crítico
- ♦ Gerar uma estratégia de comunicação competitiva dentro da indústria com um conhecimento profundo da dinâmica da comunicação, do negócio da moda e dos componentes determinantes
- ♦ Identificar oportunidades e ser capaz de evoluir através da observação do seu próprio trabalho
- ♦ Gerar impacto social e liderar a opinião pública com responsabilidade ética e profissional
- ♦ Melhorar a agilidade na tomada de decisões através da observação, análise, interpretação e ação em relação a critérios profissionais através de relatórios críticos
- ♦ Compreender e reproduzir o processo de comunicação de uma forma eficaz, adaptando-o a cada canal, perfil empresarial e público-alvo





Objetivos específicos

Módulo 1. Comunicação interna, corporativismo e gestão de crises

- ♦ Conhecer o organigrama de uma empresa de comunicação no setor da moda e da beleza
- ♦ Reduzir a incerteza dos colaboradores, tanto em face de mudanças internas como externas à organização
- ♦ Alinhar e construir uma equipa de trabalho fiel aos objetivos, missão e valores da marca
- ♦ Compreender o processo de resolução de crises e o papel do gestor da comunicação em tempos difíceis
- ♦ Organizar um discurso próprio para as redes sociais e meios de comunicação de massas alinhado com os valores da empresa
- ♦ Inserir a sustentabilidade na estratégia de comunicação sem perder a identidade
- ♦ Identificar as potenciais adversidades que a sua marca irá enfrentar no futuro
- ♦ Desenvolver um plano estratégico e um plano de contingência reciclável

Módulo 2. Técnicas de comunicação no ecossistema da moda, beleza e luxo

- ♦ Identificar a dinâmica em que as empresas de moda e beleza são formadas e mantidas
- ♦ Adaptar a estratégia de comunicação ao modelo de negócio mais adequado para cada marca
- ♦ Compreender e aplicar estratégias e táticas específicas para a indústria da moda e da beleza
- ♦ Estabelecer uma proposta de valor "comunicável"
- ♦ Comunicar através da venda de produtos nos ambientes *Phygital*
- ♦ Comunicar a inovação e realinhar o público-alvo quando ocorre uma mudança e calcular o seu impacto sobre o preço do produto

Módulo 3. O plano de comunicação

- ♦ Aplicar os conhecimentos adquiridos até à data para desenvolver um plano de comunicação competitivo
- ♦ Compreender e integrar a estratégia de comunicação na indústria da moda
- ♦ Compreender a estrutura do plano de comunicação e a sua razão de ser, bem como as principais técnicas utilizadas em cada uma das suas fases
- ♦ Desenvolver o pensamento crítico para a avaliação da estratégia de comunicação
- ♦ Estabelecer ações de comunicação específicas para o setor da moda e da beleza
- ♦ Implementar uma estratégia de comunicação a longo prazo, avaliá-la e readaptá-la



A TECH apresenta-lhe os mais recentes conteúdos do setor com um único objetivo: ajudá-lo a atingir todos os seus objetivos profissionais"

03

Direção do curso

A concepção deste Curso de Especialização foi criada por uma equipa de profissionais de jornalismo, moda e comunicação com anos de experiência profissional e pedagógica. Todos eles, conscientes da atual necessidade de uma qualificação de qualidade, reuniram os seus conhecimentos para lhe fornecer a especialização mais completa do mercado, o que lhe permitirá evoluir com sucesso no campo do jornalismo de moda, beleza e luxo, adquirindo competências profissionais de excelência e tornando-se um profissional muito mais reputado no setor.



“

Aprenda com os melhores profissionais do setor sobre os últimos desenvolvimentos em matéria de estratégias de negócios e planos de comunicação e aumente as suas competências profissionais”

Direção



Dra. María García Barriga

- ♦ Licenciatura em Ciências da Informação pela UCM
- ♦ Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo
- ♦ MBA no ISEM Fashion Business School
- ♦ Mais de 15 anos de experiência na criação de conteúdos de diversos tipos: logística e distribuição, moda e literatura ou conservação do património artístico
- ♦ Trabalhou nos principais meios de comunicação social, como a RTVE e a Telemadrid

Professores

Doutora Paula Gárgoles Saes

- ♦ Doutorada, jornalista e investigadora especializada em Moda e Comunicação
- ♦ Professora investigadora na Escola de Comunicação e diretora da Academia de Comunicação Corporativa da Universidade Panamericana, Cidade do México
- ♦ Docente em faculdades de comunicação de instituições de ensino superior de renome
- ♦ Consultora de Comunicação e Sustentabilidade no Ethical Fashion Space, Cidade do México
- ♦ Consultora de Sustentabilidade na COINTEGRA, Madrid
- ♦ Estágio de Investigação na Faculdade de Tecnologia Têxtil, Universidade de Zagreb
- ♦ Departamento de Comunicação na ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Jornalista de moda para a agência Europa Press e para a revista digital Asmoda
- ♦ Doutoramento em Criatividade Aplicada. Universidade de Navarra
- ♦ Candidata a Doutoramento (cum laude), ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Licenciatura em Jornalismo. Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA pela ISEM Fashion Business School
- ♦ Especialização em Moda no Fashion Institute of Technology de Nova Iorque e no laboratório de tendências Future Concept Lab, em Milão

Dra. Susana Vela Covisa

- ♦ Técnica Superior de Moda, com formação adicional em Moda Sustentável, especializada em Eco Design, Moda e Comunicação
- ♦ Diretora da agência Polka Press Comunicación, fundadora e diretora da Pasarela Atelier Couture
- ♦ Docente e Tutora em diferentes Universidades, Escolas de Negócios e Centros de Formação, tais como IED, Universidade Francisco de Vitoria, Madrid School of Marketing e Escola de Moda da ELLE

Doutora Lola Macías

- ♦ Consultora e investigadora na área do marketing
- ♦ Consultora externa aprovada pela IVACE desde 2014. Instituto de promoção exterior da Comunidade Valenciana, nos programas de consultoria de internacionalização para empresas exportadoras
- ♦ Coordenadora do Observatório do Mercado Têxtil. Aitex
- ♦ Mais de 20 anos de experiência na área da Internacionalização, ocupando a posição de gestora de exportação em empresas de diferentes setores
- ♦ Docente na Universidade Europeia de Valência
- ♦ Docente na Universidade Autónoma de Barcelona
- ♦ Docente no Mestrado em Moda, Gestão de Design e Operações da Universidade CEU-Cardenal
- ♦ Doutoramento em Marketing. Universidade de Valência
- ♦ Licenciatura em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade de Valência. Concluiu o seu último ano na Escola de Negócios, Universidade de Nottingham, Reino Unido
- ♦ Mestrado em Gestão e Administração de Empresas Comerciais. Institut d' Administration des Entreprises, Université Paris I. Pantheon - Sorbonne
- ♦ Mestrado em Moda, Gestão de Design e Operações. Aitex, Associação de Investigação da Indústria Têxtil
- ♦ Mestrado em Formação de Professores do Ensino Básico, Secundário e Formação Profissional pela Universidade Católica de Valência

04

Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização em Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo da TECH é uma qualificação criada à sua medida e lecionada num formato 100% online para que possa escolher a hora e o local que melhor se adaptam à sua disponibilidade, horários e interesses. Um Curso de Especialização que decorre ao longo de 6 meses e foi concebido pelos profissionais mais conceituados do setor, que trazem para esta qualificação a vasta experiência do seu trabalho para que possa crescer e posicionar-se como um comunicador e jornalista de excelência.



“

Através de um plano de estudos muito eficiente, os profissionais irão aprender a mover-se corretamente no setor da moda, da beleza e do luxo, quer pretendam trabalhar como jornalistas especializados ou como diretores de imprensa e comunicação”

Módulo 1. Comunicação interna, corporativismo e gestão de crises

- 1.1. O ecossistema *stakeholder*: quem são os meus públicos de interesse
 - 1.1.1. O que é um *stakeholder*?
 - 1.1.2. Os principais *stakeholder* na moda: consumidor, colaborador,
 - 1.1.3. O conceito de responsabilidade social: componentes e princípios
- 1.2. Comunicação interna I: *Employer Branding*
 - 1.2.1. A gestão da comunicação interna: conceito e ferramentas
 - 1.2.2. Evolução e princípios do *employer branding*
 - 1.2.3. Os recursos humanos como ferramenta da comunicação na indústria da moda
- 1.3. Comunicação interna II: *Employee Advocacy*
 - 1.3.1. *Employee Advocacy*: conceito e evolução
 - 1.3.2. Colaboradores como embaixadores da marca no setor do luxo
 - 1.3.3. Ferramentas: *Buffer* e *Hootsuite*
- 1.4. Construir a reputação I: identidade de marca em MBL
 - 1.4.1. Conceito de identidade de marca: identidade corporativa
 - 1.4.2. A identidade da marca como elemento de reputação corporativa
 - 1.4.3. Identidade visual em MBL
- 1.5. Construir a reputação II: imagem de marca em MBL
 - 1.5.1. Conceito de imagem de marca
 - 1.5.2. Imagem de marca como elemento de reputação corporativa
 - 1.5.3. *Branded Content* em MBL
- 1.6. Construir a reputação III: reputação corporativa em MBL
 - 1.6.1. Reputação: conceito, características e efeitos
 - 1.6.2. Métricas para a análise da reputação global
 - 1.6.3. A ascensão do ativismo corporativo
- 1.7. Gestão de crises I: plano estratégico
 - 1.7.1. Tipos de crises
 - 1.7.2. O plano de contingência
 - 1.7.3. O plano estratégico
- 1.8. Gestão de crises II: comunicação de crises
 - 1.8.1. Porta-vozes e o discurso dos líderes de comunicação
 - 1.8.2. O impacto da crise na declaração de rendimentos
 - 1.8.3. Ações pós-crise: voltar à normalidade

- 1.9. Sustentabilidade e reputação corporativa em MBL
 - 1.9.1. As três dimensões da sustentabilidade: social, ambiental e empresarial em MBL
 - 1.9.2. A cadeia de valor do setor da moda
 - 1.9.3. Comunicação da sustentabilidade: memórias
- 1.10. Sustentabilidade na gestão de crises em MBL
 - 1.10.1. Tipos de crises em cada área de sustentabilidade
 - 1.10.2. Autenticidade e transparência perante a opinião pública
 - 1.10.3. A sustentabilidade como parte da solução da crise

Módulo 2. Técnicas de comunicação no ecossistema da moda, beleza e luxo

- 2.1. Enquadramento estratégico e competitivo do sistema da moda
 - 2.1.1. O setor da indústria da moda a nível global. Estrutura e evolução do setor a nível mundial
 - 2.1.2. O conceito da cadeia de valor da moda
 - 2.1.3. A colaboração dos elos da cadeia de valor
- 2.2. Modelos de negócio na indústria da moda
 - 2.2.1. A evolução dos modelos de negócio: dos estilistas às cadeias de *Fast Fashion*
 - 2.2.2. A competitividade dos modelos de negócio da moda: o modelo francês, o modelo americano, o modelo italiano, o modelo asiático
 - 2.2.3. Os modelos de negócios da moda: estilistas, marcas de luxo, *premium*, grande distribuição
- 2.3. A distribuição do setor do luxo e a rentabilidade dos espaços
 - 2.3.1. A distribuição na indústria do luxo e a sua rentabilidade
 - 2.3.2. Os novos clientes de luxo, *millenials*, asiáticos, etc.
 - 2.3.3. A integração da cadeia de abastecimento na indústria do luxo
- 2.4. Principais estratégias de negócio das principais marcas de moda
 - 2.4.1. Principais intervenientes no negócio da moda
 - 2.4.2. Estratégias comerciais dos líderes da grande distribuição de moda
 - 2.4.3. Estratégias de negócio da cosmética e perfumaria
- 2.5. Empreendedorismo e criação de startups no setor da moda
 - 2.5.1. O que é o empreendedorismo? O ecossistema empreendedor
 - 2.5.2. O modelo '*startup*' na empresa de moda
 - 2.5.3. Empreendedores no setor da moda, luxo e beleza; histórias de sucesso e fracassos



- 2.6. A proposta de valor das marcas de beleza
 - 2.6.1. O setor de franchising de cosméticos
 - 2.6.2. O que é uma licença de marca?
 - 2.6.3. O licenciamento no setor da cosmética
- 2.7. A rentabilidade em modelos tradicionais
 - 2.7.1. A evolução do canal multimarcas e dos grandes armazéns
 - 2.7.2. As chaves para o futuro do canal multimarcas
 - 2.7.3. O valor diferencial e a experiência de compra nos grandes armazéns
- 2.8. O e-commerce na moda, beleza e luxo: tendências, utilizadores e futuro
 - 2.8.1. Crescimento global do e-commerce
 - 2.8.2. Perfil do comprador de e-commerce
 - 2.8.3. Tendências do setor de e-commerce
- 2.9. Planeamento da internacionalização das empresas de moda
 - 2.9.1. Planeamento da internacionalização
 - 2.9.2. Investigação e seleção de mercados estrangeiros
 - 2.9.3. Estratégias de acesso aos mercados internacionais
- 2.10. Introdução da inovação nas dinâmicas da moda
 - 2.10.1. O que é a inovação?
 - 2.10.2. Como materializar a inovação na minha empresa?
 - 2.10.3. Modelos empresariais inovadores

Módulo 3. O plano de comunicação

- 3.1. O calendário da moda e a dinâmica dos tempos na indústria
 - 3.1.1. Origem e evolução das *Fashion Weeks* e da alta-costura
 - 3.1.2. Calendário geral da indústria
 - 3.1.3. Como é que a Covid-19 está a afetar a dinâmica estabelecida?
- 3.2. O impacto da comunicação interna numa marca de MBL
 - 3.2.1. Comunicação interna
 - 3.2.2. Objetivos e ferramentas
 - 3.2.3. Plano estratégico de comunicação interna

- 3.3. Comunicação de marcas sustentáveis e de eco luxo
 - 3.3.1. *Slow Fashion* e eco luxo
 - 3.3.2. Evolução das tendências de consumo no mundo da moda
 - 3.3.3. Como comunicar marcas sustentáveis e terminologias a utilizar?
- 3.4. A funcionalidade do plano de comunicação e os recursos disponíveis
 - 3.4.1. O que é o plano de comunicação e para que serve?
 - 3.4.2. *Above the Line–Below the Line*
 - 3.4.3. Canais de comunicação das marcas de moda e análise dos recursos disponíveis
- 3.5. A análise SWOT e a matriz de Rice
 - 3.5.1. O mercado da moda e os seus concorrentes
 - 3.5.2. Desenvolvimento e aplicação da análise SWOT
 - 3.5.3. A matriz de Rice como epicentro do oceano azul
- 3.6. Análise da situação e definição de objetivos
 - 3.6.1. Antecedentes da empresa e diagnóstico da situação da marca no contexto do mercado
 - 3.6.2. Determinação dos objetivos em relação às metas
 - 3.6.3. Análise e reorganização dos objetivos de uma empresa de moda
- 3.7. O público e a mensagem
 - 3.7.1. Este perfil de cliente é para a minha campanha?
 - 3.7.2. Estas mensagens são para a minha campanha? Mensagens-chave de acordo com o tipo de cliente
 - 3.7.3. A estratégia de comunicação das marcas de moda
- 3.8. Os canais: offline e online
 - 3.8.1. A campanha omnicanal
 - 3.8.2. A escolha do canal offline
 - 3.8.3. Vantagens do canal online
- 3.9. O plano de ação e o calendário
 - 3.9.1. Tipologia das ações comunicativas na moda
 - 3.9.2. Estrutura e abordagem do plano de ação
 - 3.9.3. Integração do plano de ação na estratégia como um todo
- 3.10. A avaliação do plano de comunicação e da estratégia
 - 3.10.1. Principais métricas para a avaliação do plano de comunicação
 - 3.10.2. Análise avançada do plano de comunicação
 - 3.10.3. A reformulação da estratégia de comunicação





“

*Uma qualificação abrangente
que o irá conduzir através dos
conhecimentos necessários para
competir com os melhores do setor”*

05

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”

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”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, 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 nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

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 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

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

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar 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 especializados.

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



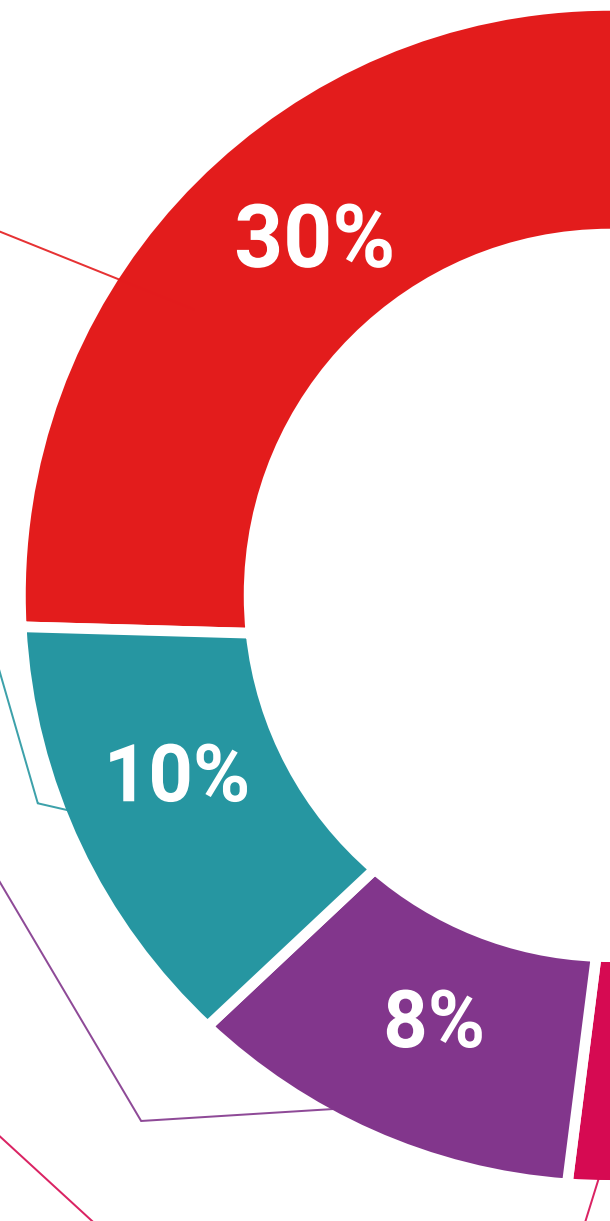
Práticas de aptidões e competências

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 especialista necessita de desenvolver no quadro 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 instruídos pelos melhores especialistas 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.



06

Certificação

O Curso de Especialização em Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em 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 Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em 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** 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 Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em 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 Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo

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

Curso de Especialização

Estratégias de Negócio e Plano de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo