

Curso de Especialização

Novas Formas de Comunicação
em Moda, Beleza e Luxo





Curso de Especialização

Novas Formas de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/jornalismo-comunicacao/curso-especializacao/curso-especializacao-novas-formas-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

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. Assim, este Curso de Especialização irá abordar o conceito de moda e a sua relação com a comunicação, bem como a evolução da indústria e as suas principais mudanças no século XXI, tendo em conta as novas tendências do setor. Além disso, também será abordada a gestão da aparência e da comunicação visual no setor da moda, a fim de compreender os padrões que funcionam melhor neste sentido e de dotar o profissional das competências necessárias para gerar comunicações visuais poderosas e atrativas para os consumidores.





“

Com este Curso de Especialização irá adquirir os conhecimentos necessários para compreender o mundo da moda, da beleza e do luxo a partir de uma perspetiva global e para trabalhar nestes setores como jornalista especializado da melhor forma”

Este Curso de Especialização destina-se especialmente a profissionais das áreas da comunicação e do jornalismo que trabalham diariamente no setor da moda e da beleza. Pensando especialmente neles, o corpo docente da TECH traz a sua experiência para esta qualificação e, por conseguinte, a sua visão realista e próxima da realidade profissional, de forma consciente e proativa.

Ao longo do curso serão aprofundadas as estratégias de gestão de conteúdos nas empresas destas áreas, dando especial atenção aos novos canais de comunicação, tais como as redes sociais e o YouTube, e ao seu impacto no sucesso das empresas do setor. Tudo isto irá permitir ao profissional trabalhar em empresas de luxo, beleza e moda de forma bem sucedida.

Além disso, serão explicados e analisados todos os aspetos da gestão da comunicação nas empresas do setor da moda, da beleza e do luxo, com o objetivo de proporcionar aos alunos um conhecimento aprofundado do funcionamento destes departamentos e da melhor forma de os gerir.

Um percurso que ajudará aos alunos a reconhecer os canais de comunicação que permitem às empresas e aos meios de comunicação especializados obter melhores resultados e que lhes permitirá utilizar esses meios para aumentar os resultados da empresa e, por conseguinte, efetuar uma gestão mais eficaz.

Este **Curso de Especialização em Novas Formas de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo** conta com o conteúdo académico mais completo e atualizado do mercado. As características que mais se destacam na qualificação 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



Aprofunde conhecimentos sobre os novos meios de divulgação da informação para as empresas de moda, beleza e luxo e torne-se um profissional muito mais competente”

“

Torne-se um excelente jornalista e aprenda a movimentar-se com sucesso, reforçando a sua relação com as empresas do setor da moda, da beleza e do luxo através de novos canais de comunicação

O corpo docente do curso 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.

O seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, permitirá ao profissional uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para se treinar em situações reais.

A conceção deste programa centra-se na aprendizagem baseada em problemas, através da qual o estudante deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem. Para tal, o profissional será assistido por um sistema inovador de vídeos interativos feitos por especialistas reconhecidos na área do Jornalismo de moda, beleza e luxo, com grande experiência.

A TECH oferece-lhe a melhor qualificação do mercado em Jornalismo e Comunicação de moda, beleza e luxo. Só precisa de ter vontade de estudar.

Este curso destina-se não só aos jornalistas no ativo, mas também a todos aqueles que trabalham nos gabinetes de imprensa das empresas do setor e pretendem atualizar e aprofundar os seus conhecimentos.



02

Objetivos

Este curso 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, 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 fórmulas 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. Métricas para a análise da comunicação

- ♦ Compreender o processo de medição no setor da comunicação, criar e estabelecer métricas eficientes e eficazes com base na identidade da marca
- ♦ Aplicar indicadores-chave e estabelecer a fronteira entre as variáveis qualitativas e quantitativas
- ♦ Avaliar os métodos de análise escolhidos e aplicar os resultados a ações de marca
- ♦ Prever os resultados das métricas seguintes para minimizar riscos
- ♦ Desenvolver e apresentar um painel de situação específico do setor da moda e um relatório de evolução que identifique as linhas de comunicação
- ♦ Reorientar a liderança

Módulo 2. A imprensa especializada e as relações públicas

- ♦ Compreender a comunicação estratégica e aplicá-la de uma forma ética e profissionalmente responsável
- ♦ Estabelecer relações públicas que sirvam o propósito da comunicação, compreendendo como funcionam as relações públicas na indústria da moda
- ♦ Liderar uma equipa capaz de criar um evento, bem como uma experiência única do utilizador, seja no ambiente físico ou digital
- ♦ Adaptar-se à dinâmica da imprensa especializada nas áreas da moda e da beleza
- ♦ Conhecer a evolução das relações públicas e as últimas tendências do mercado
- ♦ Desenvolver capacidades de negociação para estabelecer acordos que constituam um vínculo social

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

- ♦ Oferecer uma comunicação direta, pessoal e adequada, capaz de satisfazer os objetivos específicos de cada rede social
- ♦ Visão específica de cada um dos canais de comunicação digital atualmente existentes
- ♦ Compreender como é exercida a influência do canal de comunicação e as novas estratégias de poder que são exercidas a partir do ambiente digital
- ♦ Replicar um exercício de influência a partir de um canal de redes sociais
- ♦ Identificar a ascensão do canal audiovisual como principal meio de comunicação entre a opinião pública



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 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 as últimas novidades em matéria de relações públicas e canais de comunicação no setor da moda, da beleza e do luxo”

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 do 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

Dra. Maria José Cayuela

- ♦ Licenciatura em Jornalismo e Mestrado em Gestão de Comunicação Empresarial e Institucional pela Universidade Autónoma de Barcelona
- ♦ Mestrado em Gestão Estratégica de Marca e Comunicação pela ESADE. PDD
- ♦ Mestrado em Gestão de Marketing Digital da ESADE e Learning to Grow pela IESE
- ♦ Jornalista multidisciplinar com mais de 20 anos de experiência em meios de comunicação social e agências de comunicação
- ♦ Fundadora de The Blogs Family, uma plataforma de blogd e redes sociais com conteúdo para famílias, com mais de 1.000,000 de leitores e seguidores no Instagram, Facebook, Twitter, YouTube e TikTok

Dra. Eva Muñiz

- ♦ Licenciatura em Jornalismo pela Univ. San Pablo CEU de Madrid com o Prémio Extraordinário Fin de Carrera
- ♦ Doutoramento em Humanidades e Ciências da Informação
- ♦ Pós-graduação em Ciências Económicas sobre Estratégia de Comunicação e Imagem Empresarial
- ♦ Diretora Executiva da Agência de Comunicação Press&Co.

04

Estrutura e conteúdo

O Curso de Especialização em Comunicação de Moda, Beleza e Luxo da TECH é uma qualificação feita à medida e lecionada num formato 100% online para que possa escolher o momento e o local que melhor se adaptam à sua disponibilidade, horários e interesses. Um curso que decorre ao longo de 6 meses e foi concebido pelos profissionais mais reconhecidos 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”

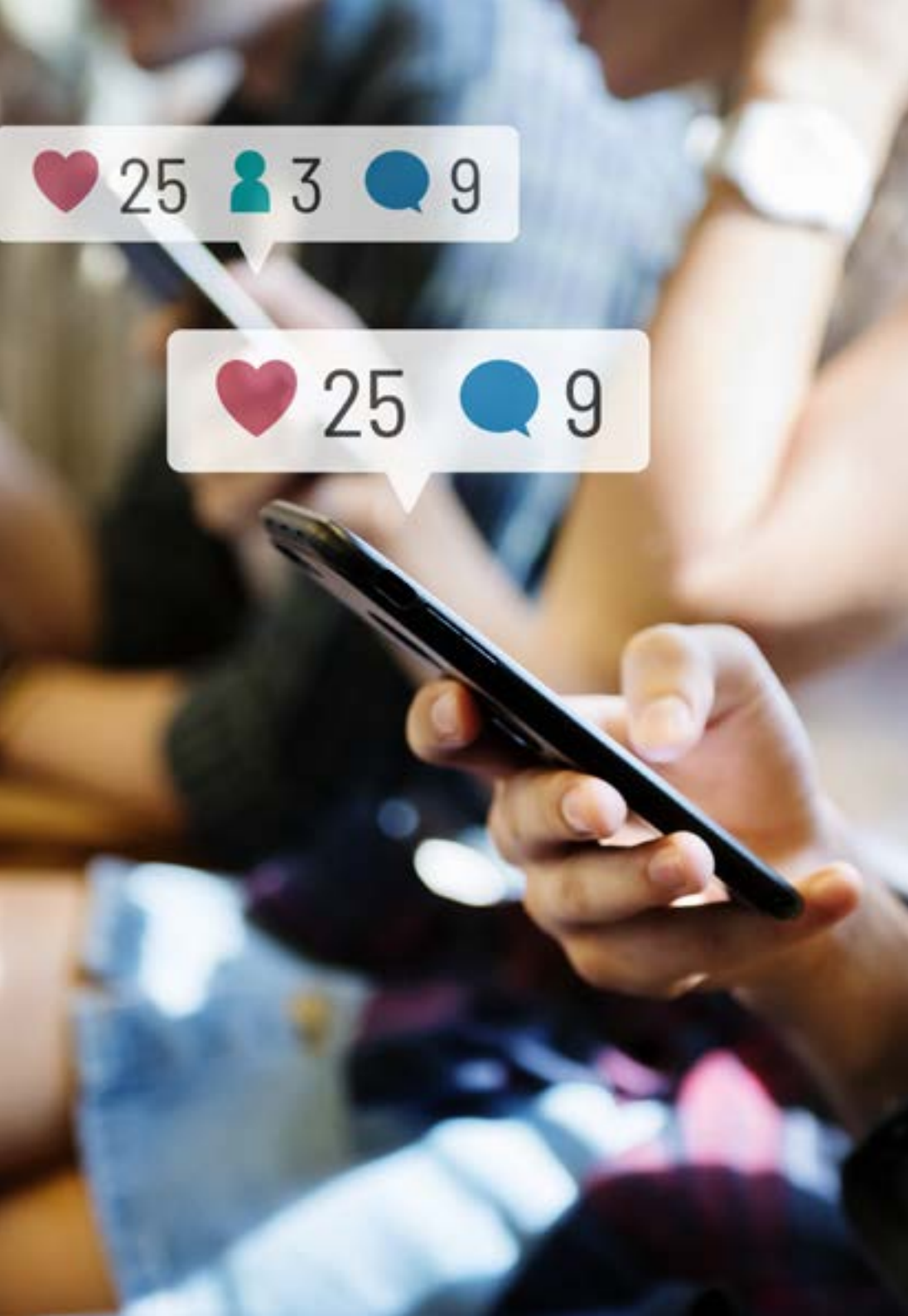
Módulo 1. Métricas para a análise da comunicação

- 1.1. A análise da comunicação e gestão de intangíveis
 - 1.1.1. A evolução da comunicação: das massas à globalização
 - 1.1.2. Conceito e contexto dos ativos intangíveis
 - 1.1.3. A medição da marca, a identidade e a cultura empresarial
- 1.2. Os indicadores específicos: para além da referência
 - 1.2.1. De que é feita a moda?
 - 1.2.2. Indicadores específicos do ambiente da moda
 - 1.2.3. O objetivo da medição e a escolha do método
- 1.3. Detecção de erros de medição
 - 1.3.1. A análise de erros: a inferência e o método comparativo
 - 1.3.2. Tipologia dos erros e a sua gravidade na comunicação da moda
 - 1.3.3. O planeamento e a orçamentação de ações de comunicação
- 1.4. Métricas tradicionais para a análise da comunicação
 - 1.4.1. Princípios estatísticos e estrutura de dados
 - 1.4.2. Metodologia de investigação qualitativa
 - 1.4.3. Tipologia das métricas tradicionais: estrutura e função
- 1.5. Métricas digitais: Google Analytics
 - 1.5.1. O posicionamento web das marcas de moda
 - 1.5.2. O que estamos a medir no ambiente digital?
 - 1.5.3. Tipologia das métricas digitais: estrutura e função
- 1.6. Criação e adaptação do produto de comunicação
 - 1.6.1. O valor do produto de comunicação na indústria da moda
 - 1.6.2. A interpretação dos dados e eficácia das soluções
 - 1.6.3. As perceções individuais ocultas na psicologia do consumidor de moda
- 1.7. Impacto da medição na tomada de decisões
 - 1.7.1. Perguntas adequadas e formulação de hipóteses
 - 1.7.2. *Benchmark* o ambiente competitivo
 - 1.7.3. A gestão da mudança, a confiança e a medição do sucesso de uma marca da moda

- 1.8. As previsões e as métricas como estratégia a longo prazo
 - 1.8.1. O padrão de comportamento da marca
 - 1.8.2. O mapa de frequências e análise da evolução da moda
 - 1.8.3. Simulação de cenários de inovação
- 1.9. O relatório analítico e a sua apresentação
 - 1.9.1. Objetivo do relatório: o padrão de comportamento da marca
 - 1.9.2. Componentes do relatório analítico da comunicação de moda
 - 1.9.3. Visualização de dados
- 1.10. Avaliação rápida para situações de crise
 - 1.10.1. As variáveis decisivas
 - 1.10.2. O impacto a curto prazo e a reformulação da estratégia
 - 1.10.3. Os intocáveis: a escala de prioridades de uma marca de moda

Módulo 2. A imprensa especializada e as relações públicas

- 2.1. A comunicação na imprensa especializada
 - 2.1.1. Os meios de comunicação especializados em moda e beleza, a imprensa feminina
 - 2.1.2. O papel da agência de comunicação na comunicação
 - 2.1.3. O valor atual da imprensa offline
- 2.2. Evolução dos modelos de comunicação nas relações públicas
 - 2.2.1. Conceito das relações públicas
 - 2.2.2. Abordagem teórica dos modelos clássicos de relações Públicas (Grunig e Hunt)
 - 2.2.3. Rumo a uma nova abordagem das relações Públicas, o 5º modelo
- 2.3. A comunicação persuasiva em relações públicas
 - 2.3.1. Componente persuasivo e informativo das relações públicas
 - 2.3.2. Diferenciação entre as relações públicas e a atividade jornalística
 - 2.3.3. A função das relações públicas vs a função do marketing e da publicidade
- 2.4. Ferramentas para a comunicação com a imprensa
 - 2.4.1. O gabinete de imprensa e o seu funcionamento
 - 2.4.2. Os materiais de imprensa úteis
 - 2.4.3. Como construir um comunicado de imprensa eficaz?



- 2.5. Planeamento e estratégia de comunicação em moda e beleza
 - 2.5.1. Estudo preliminar: análise *dobriefing*
 - 2.5.2. O método RACE
 - 2.5.3. O plano de comunicação
- 2.6. Ações de comunicação e eventos para a indústria da moda e beleza
 - 2.6.1. Tipos de comunicação ao serviço das marcas
 - 2.6.2. Critérios de seleção das ações de comunicação
 - 2.6.3. Conceção de atividades e agenda *Setting* na beleza e na moda
- 2.7. A medição de resultados
 - 2.7.1. A necessidade de monitorização das relações públicas
 - 2.7.2. Ferramentas clássicas de medição quantitativa: *Clipping* e VPE
 - 2.7.3. A importância da avaliação qualitativa
- 2.8. Erros a evitar na comunicação e no campo das relações públicas
 - 2.8.1. Reduzir a importância dos meios de comunicação social
 - 2.8.2. Excesso de conteúdo e falta de relevância
 - 2.8.3. Improvisação vs. planeamento
- 2.9. Ética e perspetiva psicossocial
 - 2.9.1. As relações públicas no século XXI: entre o progresso e o bem-estar social
 - 2.9.2. Responsabilidade social e relações públicas
 - 2.9.3. A ética das relações Públicas: auto-consciência, independência e compromisso
- 2.10. Últimas tendências e estudos em relações públicas
 - 2.10.1. As novas relações Públicas, mais "sociais" do que nunca
 - 2.10.2. Comunicação emocional e neuromarketing
 - 2.10.3. *Insights*-chave para os consumidores atuais

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

- 3.1. A influência e outras estratégias de poder nos novos canais digitais
 - 3.1.1. As estratégias de poder ligadas à comunicação da moda
 - 3.1.2. Exercer influência na esfera das redes sociais
 - 3.1.3. A gestão dos novos líderes digitais: influencers de moda
- 3.2. A escolha dos canais de comunicação: teoria Forrester Research
 - 3.2.1. A nova opinião pública: liderar as massas, uma de cada vez
 - 3.2.2. O que é a teoria Forrester?
 - 3.2.3. Aplicação da teoria Forrester Research à indústria da moda
- 3.3. O poder da linguagem audiovisual e da comunicação não-verbal
 - 3.3.1. A crescente quota de mercado da comunicação não-verbal
 - 3.3.2. O impacto da mensagem audiovisual na moda
 - 3.3.3. Composição do discurso fotográfico nas redes sociais
- 3.4. Evolução e funcionamento das redes sociais na indústria da moda
 - 3.4.1. Etapas de aparecimento e evolução da Internet
 - 3.4.2. A estratégia multicanal dentro das redes sociais da moda
 - 3.4.3. O que é uma rede social? Diferenças face aos canais tradicionais
- 3.5. Facebook, a grande base de dados
 - 3.5.1. A comunicação transversal
 - 3.5.2. O interesse da comunidade
 - 3.5.3. Modelos de presença no Facebook
- 3.6. Instagram, muito mais do que fotos de moda
 - 3.6.1. As mensagens emocionais e a gestão da empatia
 - 3.6.2. A intimidade da vida quotidiana em imagens
 - 3.6.3. Destacar-se na rede social mais importante da moda
- 3.7. O conteúdo profissional do LinkedIn
 - 3.7.1. A criação de uma marca pessoal
 - 3.7.2. As mensagens cognitivas na marca da moda
 - 3.7.3. Gestão das relações com a concorrência





- 3.8. A politização do Twitter
 - 3.8.1. A comunicação impulsiva e omnidirecional
 - 3.8.2. A mensagem direta e criação de conteúdos em 20 caracteres
 - 3.8.3. O impacto das manchetes: da profundidade à ligeireza
- 3.9. TikTok, para além da Geração Z
 - 3.9.1. A revolução audiovisual e a aceleração das mudanças de visual num contexto slow fashion
 - 3.9.2. A democratização da criação de conteúdos audiovisuais
 - 3.9.3. A moda como acontecimento noticioso e noticiável
- 3.10. O YouTube como expoente do conteúdo audiovisual
 - 3.10.1. A gestão das expectativas na criação de conteúdos audiovisuais
 - 3.10.2. Mapa de conteúdos do YouTube sobre moda, beleza e luxo
 - 3.10.3. Novas tendências na opinião pública: os microinfluencers

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

04

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.



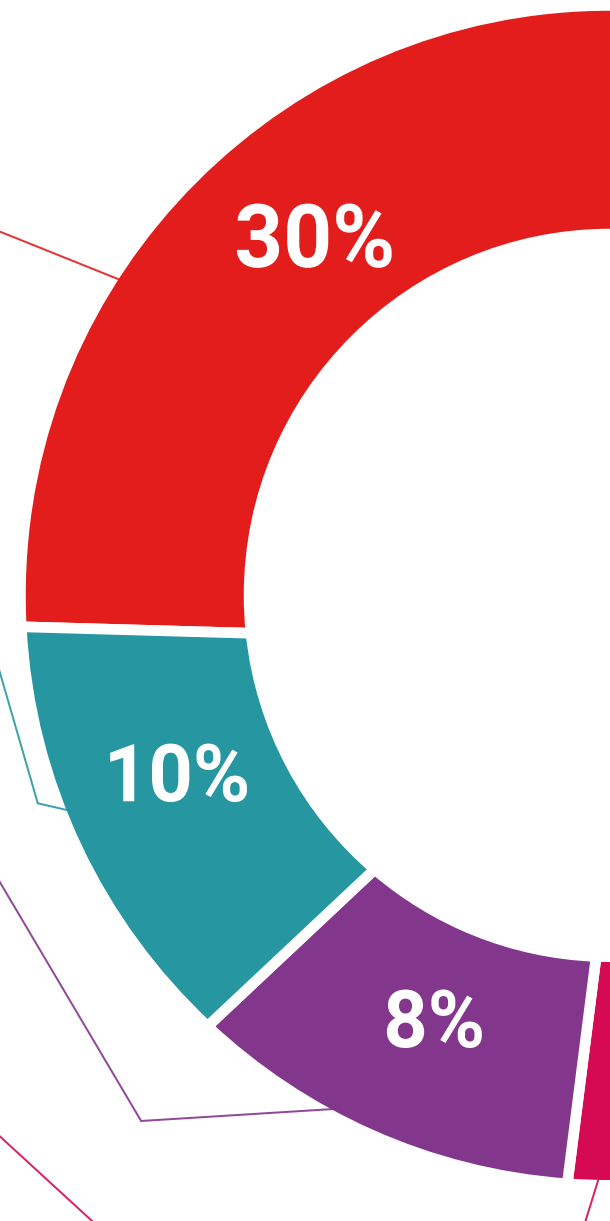
Práticas de aptidões e competências

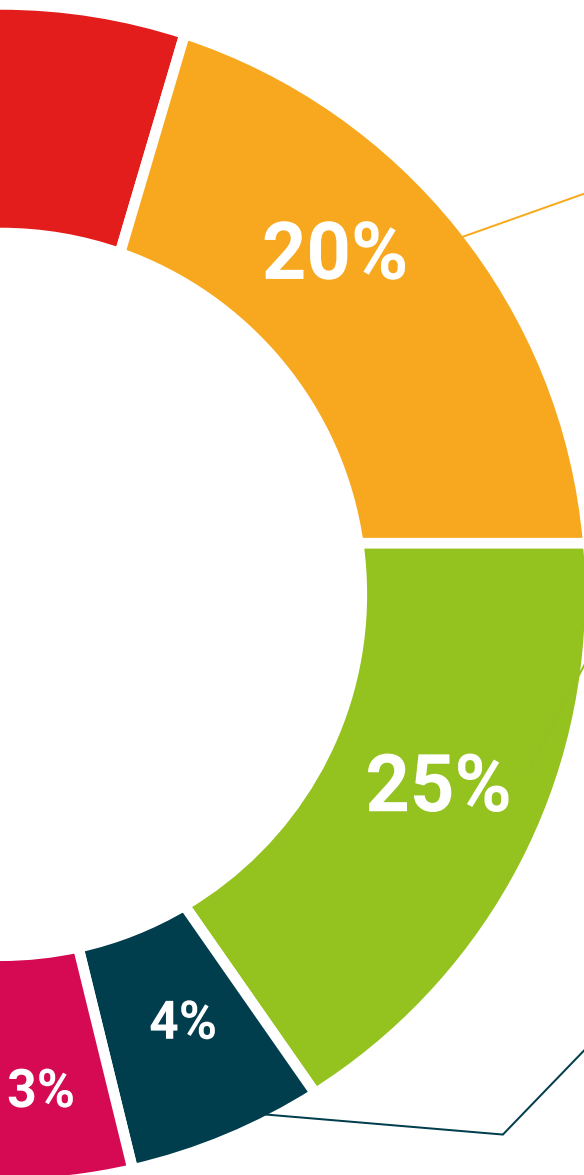
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



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.



05

Certificação

O Curso de Especialização em Novas Formas de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo garante, para além da qualificação mais rigorosa e atualizada, 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 Novas Formas 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 de Especialização** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

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

Certificação: **Curso de Especialização em Novas Formas de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo**

Modalidade: **online**

Duração: **3 meses**

ECTS: **18**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade comunidade
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Curso de Especialização Novas Formas de Comunicação em Moda, Beleza e Luxo

- » Modalidade: online
- » Duração: 3 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Acreditação: 18 ECTS
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Curso de Especialização

Novas Formas de Comunicação
em Moda, Beleza e Luxo

