

Experto Universitario

Estrategias de Negocio
y Plan de Comunicación
en Moda, Belleza y Lujo





Experto Universitario Estrategias de Negocio y Plan de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/periodismo-comunicacion/experto-universitario/experto-estrategias-negocio-plan-comunicacion-moda-belleza-lujo

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Dirección del curso

pág. 12

04

Estructura y contenido

pág. 18

05

Metodología

pág. 24

06

Titulación

pág. 32

01

Presentación

Las empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo necesitan adaptar constantemente sus estrategias comunicativas para mantenerse actualizadas en un sector que está continuamente cambiando sus paradigmas. En este sentido, este programa enseñará a los profesionales de la comunicación y el periodismo la forma correcta de generar planes de comunicación exitosos que potencien los resultados de los negocios del sector. Así, como periodistas especializados o colaboradores dentro de un departamento de prensa, el profesional revalorizará su perfil y conseguirá convertirse en un activo importantísimo para las empresas de este ámbito.





“

Con este Experto Universitario adquirirás los conocimientos necesarios para generar planes de comunicación exitosos y estrategias de negocio que potencien los resultados de las empresas del sector”

El sector de la moda, la belleza y el lujo está constantemente fluctuando y, en consecuencia, su correcto tratamiento en el ámbito comunicativo necesita una continua actualización por parte de los profesionales del sector. Por eso, este Experto Universitario realizará una aproximación a las estrategias de negocio que se pueden poner en marcha con el objetivo de impulsar el crecimiento de las empresas del sector. Así, el profesional adquirirá las competencias necesarias para posicionarse como un director de Comunicación de éxito en este ámbito.

De la misma forma, también se profundizará en la gestión de la comunicación desde una perspectiva global que ayude a la empresa a obtener un mejor posicionamiento en el sector. Así mismo, en este aspecto se ahondará en la gestión de crisis para las empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo. Así, el profesional de la comunicación estará preparado para realizar una gestión integral en aquellos casos en donde la reputación de la empresa esté en juego por algún acontecimiento que haya saltado a la luz pública.

En este mismo sentido, y entendiendo la importancia de la reputación para empresas de estos sectores, el programa de Experto también abordará la correcta forma de potenciar la imagen tanto a nivel online como offline de la compañía. Para ello, enseñará a los alumnos las diferentes técnicas que ayudan a construir una reputación positiva para el público, que aumente el alcance de la empresa y consiga mejorar los resultados.

Por último, durante este Experto se ahondará en la importancia de la comunicación estratégica en el sector de la belleza y la moda. Para ello, se enseñará a los profesionales a diseñar y poner en práctica un plan de comunicación completo donde se investigue a fondo el contexto en el que se desarrolla la empresa y se pongan en marcha las acciones pertinentes para llevarla al éxito. Cabe resaltar que el programa es en formato 100% online, lo que facilita al profesional su desarrollo, permitiéndole manejar su tiempo y horario predilecto. Además, el alumno contará con el acceso a una serie de *Masterclasses* que optimizarán su aprendizaje y serán impartidas por un experto internacional.

Este **Experto Universitario en Estrategias de Negocio y Plan de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa más completo y actualizado del mercado.

Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en periodismo de moda, belleza y lujo
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Las novedades sobre el periodismo de moda, belleza y lujo
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras en el periodismo y la comunicación en moda, belleza y lujo
- ♦ El sistema interactivo de aprendizaje basado en algoritmos para la toma de decisiones sobre las situaciones planteadas en periodismo y comunicación digital
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Conviértete en un reputado profesional en el sector de las Estrategias de Negocio a través de las Masterclasses que te ofrece este Experto Universitario”

“

Conoce en profundidad las estrategias comunicativas más efectivas a la hora de gestionar empresas del sector de la moda y conviértete en un profesional mucho más competente”

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales pertenecientes al ámbito del periodismo y la comunicación, que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos en el campo del periodismo moda, belleza y lujo, y con gran experiencia.

Aprende todos los aspectos que el profesional de éxito en comunicación política debe dominar.

Aprende a crear planes de comunicación con este título de Experto Universitario que TECH pone a tu disposición.



02

Objetivos

Este programa está diseñado para afianzar las capacidades, además de ayudarle a desarrollar nuevas competencias y habilidades en el ámbito de la comunicación que serán imprescindibles en su desarrollo profesional dentro del sector de la moda, la belleza y el lujo. Tras cursar la capacitación, será capaz de trabajar con un alto grado de competencias en medios especializados, gabinetes de prensa y departamentos de Marketing, conociendo los medios que otorgan mejores resultados en la difusión de información. De esta manera, podrá posicionarse como profesional de la comunicación en el ámbito de la moda, la belleza y el lujo con éxito, alcanzando grandes habilidades y capacitándose para competir con los mejores del sector.



“

Esta capacitación se marca como meta lograr que los alumnos entiendan cuáles son las estrategias más novedosas que otorgan mejores resultados a empresas del sector de la moda, la belleza y el lujo”



Objetivos generales

- ♦ Tener una visión integral y profesional del entorno de la comunicación en las áreas de moda, lujo y belleza identificando las particularidades del sector, así como su impacto y repercusión en el conjunto del tejido empresarial
- ♦ Adquirir conocimientos básicos y avanzados para que seas capaz de generar nuevos ecosistemas de comunicación en relación a la moda
- ♦ Potenciar tus habilidades de gestión, análisis, creatividad y liderazgo como principales competencias para crecer dentro de la industria
- ♦ Desarrollar en ti una excelente capacidad de redacción y comunicación oral y escrita, verbal y no verbal
- ♦ Obtener la responsabilidad ética necesaria
- ♦ Desarrollo del pensamiento crítico
- ♦ Generar 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 ser capaz de 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 en 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





Objetivos específicos

Módulo 1. La comunicación interna, el corporativismo y la gestión de crisis

- ♦ Conocer el organigrama de una empresa de comunicación en el entorno de la moda y la belleza
- ♦ Reducir la incertidumbre de los empleados, ya sea ante los cambios internos, como en los externos a la organización
- ♦ Alinear y construir un equipo de trabajo fiel a los objetivos, misión y valores de la marca
- ♦ Entender el proceso de resolución de crisis y el papel del director de comunicación en momentos difíciles
- ♦ Organizar un discurso propio para redes sociales y medios de comunicación de masas alineado con los valores de la empresa
- ♦ Encajar la sostenibilidad en la estrategia de comunicación sin perder la identidad
- ♦ Identificar las posibles adversidades a las que se enfrentará tu marca en el futuro
- ♦ Elaborar un plan estratégico y un plan de contingencia reciclable

Módulo 2. Técnicas de Comunicación en el Ecosistema de la Moda, Belleza y Lujo

- ♦ Identificar las dinámicas en las que se forman y se mantienen las empresas de moda y belleza
- ♦ Adaptar la estrategia de comunicación al modelo de negocio más conveniente para cada marca
- ♦ Comprensión y aplicación de estrategias y tácticas propias del sector de la moda y la belleza
- ♦ Establecer una propuesta de valor "comunicable"
- ♦ Comunicar a través de las ventas de productos en los entornos *Phygital*
- ♦ Comunicar la innovación y realinear al público objetivo cuando se produce un cambio y calcular su repercusión en el precio del producto

Módulo 3. El plan de comunicación

- ♦ Aplicar el conocimiento adquirido hasta el momento para elaborar un plan de comunicación competitivo
- ♦ Entender y encajar nuestra estrategia de comunicación en la industria de la moda
- ♦ 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
- ♦ Desarrollar el pensamiento crítico para la evaluación de la estrategia de comunicación
- ♦ Establecer acciones de comunicación específicas para el sector de la moda y la belleza
- ♦ Cumplir una estrategia de comunicación a largo plazo, evaluarla y readaptarla



TECH pone a tu disposición el contenido más novedoso del sector con un solo objetivo: impulsarte para que consigas todos tus objetivos profesionales"

03

Dirección del curso

El diseño de este programa educativo ha sido creado por un equipo de profesionales del periodismo, la moda y la comunicación con años de experiencia profesional y docente. Todos ellos, conscientes de la necesidad actual de una capacitación de calidad, han querido unir sus conocimientos para trasladarte la especialización más completa del mercado, lo que te permitirá desarrollarte en el ámbito del Periodismo de Moda, Belleza y Lujo con éxito, alcanzando unas competencias profesionales de primer nivel y convirtiéndote en un profesional mucho más reputado en el sector.



“

Aprende, de la mano de los mejores profesionales del sector, las últimas novedades en materia estrategias de negocio y plan de comunicación y potencia tus competencias laborales”

Directora Invitada Internacional

Con una extensa trayectoria en el sector de la **Moda** y el **Lujo**, la Doctora Eleonora Cattaneo destaca internacionalmente por sus aportes como **consultora de marcas** de renombre global. Y es que esta reputada experta ha estado relacionada con algunas de las empresas más potentes de **Fortune 500** como **Fiat, CNH Industrial, Renault y Nestlé**, entre otras.

Por años, la investigadora ha indagado en los **contextos socioculturales** vinculados al lujo y las formas en que las compañías de mayor prestigio en este ámbito **crean significados y potencian sus productos o servicios**. Su más reciente libre libro, *Managing Luxury Brands*, también denota su interés por analizar la **influencia medioambiental y social** de esta industria, así como las oportunidades que ofrecen a este campo las innovaciones tecnológicas actuales.

Al mismo tiempo, la Doctora Cattaneo ha colaborado como **Asesora Interna** de varios **Directores de Marketing** para diversas corporaciones. De esa manera, ha proporcionado información y apoyo en el despliegue de **nuevas estrategias de entrada en el mercado, reposicionamiento de marcas y lanzamiento de productos**. Por otro lado, las **comunicaciones internacionales** constituyen otro de sus campos de trabajo más experimentados.

A partir de su amplia capacitación, la especialista fue seleccionada para dirigir el **Programa de Gestión del Lujo y Experiencia del Huésped** en el reconocido Instituto Glion de Suiza. En esa institución de referencia para todo el entramado empresarial europeo, la experta ha respaldado el **desarrollo de habilidades interpersonales y profesionales** en líderes corporativos de todo el mundo. A su vez, antes de ocupar esa posición fue **Directora de programas ejecutivos** para el Swiss Education Group y en la Universidad Regent's de Londres.

En cuanto a su **trayectoria académica**, Cattaneo cuenta con un **Doctorado en Marketing** por la Universidad de Pavía, Italia, y un **MBA** por la Escuela de Administración SDA Bocconi.



Dra. Cattaneo, Eleonora

- ♦ Directora del Programa de Gestión del Lujo y Experiencia del Huésped del Instituto Glion, Suiza
- ♦ Directora de Programas Ejecutivos en el Swiss Education Group
- ♦ Jefa del Programa de Gestión de Marcas de Lujo en la Universidad Regent's de Londres
- ♦ Catedrática de Marketing Internacional en el Instituto Universitario Carlo Cattaneo
- ♦ Consultora de Marcas como Fiat, CNH Industrial, Renault y Nestlé y otras de la lista Fortune 500
- ♦ Doctorado en Marketing por la Universidad de Pavía, Italia
- ♦ MBA por la Escuela de Administración SDA Bocconi, Italia
- ♦ Licenciatura en la Universidad de Bristol, Reino Unido
- ♦ Miembro de: Instituto de Gestión Colegiado de Reino Unido y Centro Suizo para la Investigación del Lujo

“

Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo”

Dirección



RT

Dra. García Barriga, María

- ♦ Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- ♦ Comunicadora en RTVE
- ♦ Comunicadora en Telemadrid
- ♦ Docente Universitaria
- ♦ Autora de *El patrón de la eternidad*, creación de una Identidad en Espiral para la Automatización de Tendencias de Moda
- ♦ Comunicación, Marketing y Campañas Sociales, Patrimonio de las Artes y Marketing Digital
- ♦ Editor en Jefe de Chroma Press
- ♦ Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- ♦ Redactor de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- ♦ Doctorado, Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Posgrado en Marketing y Comunicación en Empresas de Moda y Lujo por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Certificada en *Data Analysis & Creativity* con Python, China
- ♦ MBA Fashion Business School en la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Profesores

Dra. Gárgoles Saes, Paula

- ♦ Doctora, periodista e investigadora especializada en moda y comunicación
- ♦ Profesora investigadora en la Escuela de Comunicación y jefa de Academia de Comunicación Corporativa en la Universidad Panamericana, Ciudad de México
- ♦ Docente en reconocidas instituciones de educación superior en la facultades de comunicación
- ♦ Consultora de comunicación y sostenibilidad en Ethical Fashion Space, Ciudad de México
- ♦ Consultora de sostenibilidad en COINTEGRA, Madrid
- ♦ Estancia de investigación en la Faculty Textile Technology-University of Zagreb
- ♦ Departamento de comunicación en ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Periodista de moda en la agencia Europa Press y en la revista digital Asmoda
- ♦ Doctora en Creatividad Aplicada. Universidad de Navarra
- ♦ PhD Candidate (cum laude), ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Licenciada en Periodismo. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA por ISEM Fashion Business School
- ♦ Especialización en Moda en el Fashion Institute of Technology de Nueva York y en el laboratorio de tendencias Future Concept Lab de Milán

Dña. Vela Covisa, Susana

- ♦ Técnico Superior de Moda, con formación adicional en Moda Sostenible, especializada en Eco Diseño, Moda y Comunicación
- ♦ Directora de la agencia Polka Press Comunicación, fundadora y directora de la Pasarela Atelier Couture
- ♦ Profesora y Tutora en diferentes Universidades, Escuelas de Negocio y Centros de Formación, como el IED, la Universidad Francisco de Vitoria, Madrid School of Marketing y la Escuela de Moda de ELLE

Dña. Macías, Lola

- ♦ Consultora e investigadora sector marketing
- ♦ Consultora externa homologada en IVACE desde el 2014. Instituto de promoción exterior de la Comunidad Valenciana, en los programas de asesoramiento a la internacionalización para empresas exportadoras
- ♦ Coordinadora del Observatorio de Mercado textil. Aitex
- ♦ Más de 20 años de experiencia en el área de la Internacionalización, ocupando la posición de export manager en empresas de distintos sectores
- ♦ Docente en la Universidad Europea de Valencia
- ♦ Docente en la Universitat Autònoma de Barcelona
- ♦ Docente en el Máster Universitario en Moda, Gestión del Diseño y Operaciones de la Universidad CEU-Cardenal
- ♦ Doctoranda en Marketing. Universidad de Valencia
- ♦ Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia. Realizó el último curso en la Business School. University of Nottingham, UK
- ♦ Máster en Gestión y Administración de la Empresa Comercial. Institut d' Administration des Entreprises, Université Paris I. Panthéon – Sorbonne
- ♦ Máster en Moda, Gestión del Diseño y Operaciones. Aitex, Asociación de investigación de la Industria Textil
- ♦ Máster Universitario en Formación del Profesorado de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional por la Universidad Católica de Valencia

04

Estructura y contenido

El Experto Universitario en Estrategias de Negocio y Plan de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo de TECH es un programa a su medida que se imparte en formato 100% online para que elija el momento y lugar que mejor se adapte a su disponibilidad, horarios e intereses. Un programa que se desarrolla a lo largo de 6 meses y que ha sido diseñado por los profesionales más reputados del sector, quienes vierten en esta capacitación la ardua experiencia de su trabajo para que usted crezca y se posicione como un comunicador y periodista de primer nivel.



“

A través de un temario muy eficiente, los profesionales aprenderán a manejarse correctamente con el sector de la moda, la belleza y el lujo, tanto si quieren trabajar como periodistas especializados, o como jefes de prensa y comunicación”

Módulo 1. La comunicación interna, el corporativismo y la gestión de crisis

- 1.1. El ecosistema *stakeholder*: quienes son mis públicos de interés
 - 1.1.1. ¿Qué es un *stakeholder*?
 - 1.1.2. Los *stakeholders* principales en moda: consumidor, empleado,
 - 1.1.3. El concepto de responsabilidad social: componentes y principios
- 1.2. Comunicación interna I: *Employer Branding*
 - 1.2.1. La gestión de la comunicación interna: concepto y herramientas
 - 1.2.2. Evolución y principios del *Employer Branding*
 - 1.2.3. Los recursos humanos como herramienta de la comunicación en la industria de la moda
- 1.3. Comunicación interna II: *Employee Advocacy*
 - 1.3.1. *Employee Advocacy*: concepto y evolución
 - 1.3.2. Empleados como los embajadores de marca en el ámbito del lujo
 - 1.3.3. Herramientas: *Buffer* y *Hootsuite*
- 1.4. Construir reputación I: identidad de marca en MBL
 - 1.4.1. Concepto de identidad de marca: identidad corporativa
 - 1.4.2. Identidad de marca como elemento de la reputación corporativa
 - 1.4.3. Identidad visual en el MBL
- 1.5. Construir reputación II: imagen de marca en MBL
 - 1.5.1. Concepto de imagen de marca
 - 1.5.2. Imagen de marca como elemento de la reputación corporativa
 - 1.5.3. *Branded Content* en MBL
- 1.6. Construir reputación III: reputación corporativa en MBL
 - 1.6.1. Reputación: concepto, características y efectos
 - 1.6.2. Métricas para el análisis de una reputación global
 - 1.6.3. El incremento del activismo corporativo
- 1.7. Gestión de crisis I: plan estratégico
 - 1.7.1. Tipos de crisis
 - 1.7.2. El plan de contingencia
 - 1.7.3. El plan estratégico

- 1.8. Gestión de crisis II: comunicación de crisis
 - 1.8.1. Portavoces y el discurso de los líderes de comunicación
 - 1.8.2. El impacto de la crisis en la cuenta de resultados
 - 1.8.3. Acciones postcrisis: volver a la normalidad
- 1.9. Sostenibilidad y reputación corporativa en MBL
 - 1.9.1. Las tres dimensiones de la sostenibilidad: social, medioambiental y corporativa en MBL
 - 1.9.2. La cadena de valor del sector de la moda
 - 1.9.3. Comunicación de la sostenibilidad: memorias
- 1.10. Sostenibilidad en la gestión de crisis en MBL
 - 1.10.1. Tipos de crisis en cada ámbito de la sostenibilidad
 - 1.10.2. Autenticidad y transparencia ante la opinión pública
 - 1.10.3. La sostenibilidad como parte de la solución de crisis

Módulo 2. Técnicas de Comunicación en el Ecosistema de la Moda, Belleza y Lujo

- 2.1. Marco estratégico y competitivo del sistema de la moda
 - 2.1.1. El sector de la industria de la moda a nivel global. Estructura y evolución del sector a nivel mundial
 - 2.1.2. El concepto de la cadena de valor en la moda
 - 2.1.3. La colaboración de los eslabones de la cadena de valor
- 2.2. Modelos de negocio en la industria de la moda
 - 2.2.1. La evolución de los modelos de negocio: de los diseñadores a las cadenas de *Fast Fashion*
 - 2.2.2. La competitividad de los modelos de negocio de la moda: el modelo francés, el modelo americano, el modelo italiano, el modelo asiático
 - 2.2.3. Los modelos de negocio de la moda: diseñadores, marcas de lujo, *premium*, gran distribución
- 2.3. La distribución del sector de lujo y la rentabilidad de los espacios
 - 2.3.1. La distribución en la industria del lujo y su rentabilidad
 - 2.3.2. Los nuevos clientes del lujo, millenials, asiáticos, etc.
 - 2.3.3. La integración de la cadena de suministro en la industria del lujo



- 2.4. Principales estrategias de negocio en las grandes marcas de moda
 - 2.4.1. Principales operadores del negocio de la moda
 - 2.4.2. Estrategias de negocio de los líderes de la gran distribución de moda
 - 2.4.3. Estrategias de negocio de la cosmética y la perfumería
- 2.5. Emprendimiento y creación de la start up en el sector de la moda
 - 2.5.1. ¿Qué es emprender? El ecosistema emprendedor
 - 2.5.2. El modelo 'start up' en la empresa de moda
 - 2.5.3. Emprendedores del sector de la moda, lujo y belleza; casos de éxito y fracaso
- 2.6. La propuesta de valor de las marcas de belleza
 - 2.6.1. El sector de las franquicias de cosmética
 - 2.6.2. ¿Qué es una licencia de marca?
 - 2.6.3. Las licencias en el sector cosmético
- 2.7. La rentabilidad en los modelos tradicionales
 - 2.7.1. La evolución del canal de multimarca y los grandes almacenes
 - 2.7.2. Las claves del futuro del canal multimarca
 - 2.7.3. El valor diferencial y la experiencia de compra en los grandes almacenes
- 2.8. El e-commerce en la moda, la belleza y el lujo: tendencias, usuarios y futuro
 - 2.8.1. Crecimiento global del e-commerce
 - 2.8.2. Perfil del comprador de e-commerce
 - 2.8.3. Tendencias del sector del e-commerce
- 2.9. Planificación de la internacionalización de la empresa de moda
 - 2.9.1. Planificación de la internacionalización
 - 2.9.2. Investigación y selección de mercados exteriores
 - 2.9.3. Estrategias de acceso a los mercados internacionales
- 2.10. Introducción de la innovación en las dinámicas de la moda
 - 2.10.1. ¿Qué es innovación?
 - 2.10.2. ¿Cómo materializar la innovación en mi empresa?
 - 2.10.3. Modelos de empresa innovadora

Módulo 3. El plan de comunicación

- 3.1. El calendario de la moda y la dinámica de los tiempos en la industria
 - 3.1.1. Origen y evolución de las *Fashion Weeks* y de la alta costura
 - 3.1.2. Calendario general de la industria
 - 3.1.3. ¿Cómo está afectando el Covid-19 a la dinámica establecida?
- 3.2. El impacto de la comunicación interna en una marca de MBL
 - 3.2.1. Comunicación interna
 - 3.2.2. Objetivos y herramientas
 - 3.2.3. Plan estratégico de comunicación interna
- 3.3. Comunicar marcas sostenibles y eco lujo
 - 3.3.1. *Slow Fashion* y eco lujo
 - 3.3.2. Evolución de las tendencias de consumo en el mundo de la moda
 - 3.3.3. ¿Cómo comunicar marcas sostenibles y terminología a utilizar?
- 3.4. La funcionalidad del plan de comunicación y los recursos disponibles
 - 3.4.1. ¿Qué es el plan de comunicación y para qué sirve?
 - 3.4.2. *Above the line–Below the line*
 - 3.4.3. Canales de comunicación en las marcas de moda y análisis de los recursos disponibles
- 3.5. El análisis DAFO y la matriz de Rice
 - 3.5.1. El mercado de la moda y sus competidores
 - 3.5.2. Desarrollo y aplicación del análisis DAFO
 - 3.5.3. La matriz de Rice como epicentro del océano azul
- 3.6. Análisis de situación y establecimiento de objetivos
 - 3.6.1. Antecedentes de la empresa y diagnóstico de situación de la marca con respecto al mercado
 - 3.6.2. Determinación de objetivos en relación a las metas
 - 3.6.3. Análisis y reorganización de objetivos en una firma de moda
- 3.7. El público y el mensaje
 - 3.7.1. ¿Este perfil de cliente es para mi campaña?
 - 3.7.2. ¿Estos mensajes son para mi campaña? Mensajes clave según el tipo de cliente
 - 3.7.3. La estrategia de comunicación de las marcas de moda





- 3.8. Los canales: offline y online
 - 3.8.1. La campaña omnicanal
 - 3.8.2. La elección del canal offline
 - 3.8.3. Ventajas del canal online
- 3.9. El plan de acción y el calendario
 - 3.9.1. Tipología de acciones comunicativas en la moda
 - 3.9.2. Estructura y planteamiento del plan de acción
 - 3.9.3. Integración del plan de acción en el conjunto de la estrategia
- 3.10. La evaluación del plan de comunicación y la estrategia
 - 3.10.1. Principales métricas para la evaluación del plan de comunicación
 - 3.10.2. Análisis avanzado del plan de comunicación
 - 3.10.3. La reformulación de la estrategia de comunicación

“Una capacitación completa que te llevará a través de los conocimientos necesarios para competir con los mejores del sector”

05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“ *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera* ”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH se aprende con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, combinamos cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



06

Titulación

El Experto Universitario en Estrategias de Negocio y Plan de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Experto Universitario expedido por TECH Universidad.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este **Experto Universitario en Estrategias de Negocio y Plan de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo** contiene el programa científico más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Experto Universitario** emitido por **TECH Universidad**.

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Experto Universitario, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

Título: **Experto Universitario en Estrategias de Negocio y Plan de Comunicación en Moda, Belleza y Lujo**

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **6 meses**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Experto Universitario
Estrategias de Negocio
y Plan de Comunicación
en Moda, Belleza y Lujo

- » Modalidad: No escolarizada (100% en línea)
- » Duración: 6 meses
- » Titulación: TECH Universidad
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Experto Universitario

Estrategias de Negocio
y Plan de Comunicación
en Moda, Belleza y Lujo