

# Máster Profesional

## MBA en Dirección de Marketing en Moda y Lujo





## Máster Profesional MBA en Dirección de Marketing en Moda y Lujo

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: [www.tech-fp.com/comercio-marketing/master-profesional/master-profesional-mba-direccion-marketing-moda-lujo](http://www.tech-fp.com/comercio-marketing/master-profesional/master-profesional-mba-direccion-marketing-moda-lujo)

# Índice

01

Presentación

---

*pág. 4*

02

Salidas profesionales

---

*pág. 6*

03

¿Qué seré capaz de hacer  
al finalizar el Máster  
Profesional?

---

*pág. 8*

04

Dirección del curso

---

*pág. 12*

05

Plan de formación

---

*pág. 18*

06

Metodología

---

*pág. 22*

07

Titulación

---

*pág. 26*

# 01

## Presentación

Una nueva forma de comercialización ha llegado para quedarse en el sector de la moda y lujo, los profesionales deben cambiar los antiguos preceptos y enfocarse a estrategias que inviertan en la digitalización de sus marcas. Un mercado que acumula 1,1 billones de euros actualmente, gracias al consumo de las generaciones Z e Y, que se espera que representen el 70% de las ventas para 2025. Entonces, es tarea reforzar la mirada hacia los gustos y maneras de comunicarse de este público objetivo. Por todo esto, y la oportunidad que representa la capacitación en torno a esta industria, se ha diseñado este programa de enfoque laboral con una dinámica de estudio 100% online, que te permitirá aprender las máximas sobre el marketing en moda y lujo para titularte como especialista en tan solo 12 meses.

“

*Con este programa de TECH mejorarás la toma de decisiones en el contexto empresarial y de desarrollo de negocio del sector moda y lujo. Estudia ahora 100% online y lánzate al mejor futuro”*





El profesional del marketing del sector moda y lujo debe comprender que las nuevas tendencias comerciales en el mundo, también influyen directamente en sus planes y estrategias. Aunque ya que conoce de la exclusividad de este público y la necesidad por tener marcas que le ofrezcan algo especial y único, ahora hay que tener en cuenta la profunda transformación que pasa por integrar cuestiones medioambientales y digitales, así como por la deslocalización geográfica.

Es allí, donde este Máster Profesional MBA en Dirección de marketing en Moda y Lujo te ofrece un contenido dirigido a comprender la realidad del sector y la influencia del continente europeo y el asiático en las nuevas experiencias e interacciones. Abordarás en 10 módulos de aprendizaje aspectos innovadores como el marketing automatizado, la viralidad, cómo encontrar y aprovechar los indicadores estratégicos personalizados, las estrategias de poder y mucho más.

Aprenderás de qué manera implementar la inteligencia artificial en la era del corporativismo y la internacionalización, y un centenar de aspectos que complementarán el trabajo de construcción de tu potente bagaje profesional. Lo harás de forma cómoda, sin trasladarte a ningún aula de clases, porque a través del campus virtual accederás a la mejor capacitación online del entorno pedagógico actual.



*Contarás con una amplia capacidad de análisis del escenario comercial de las marcas de moda y lujo*

# 02

## Salidas profesionales

TECH ha diseñado este Máster Profesional con el más exhaustivo estudio de los temas que en la actualidad y futuro competen al mercado de la Moda y el Lujo, para que puedas desenvolverte con la eficacia y capacidad que necesitas para producir estrategias que hagan triunfar la marca que representes. Por tanto, ofrecerás soluciones innovadoras y ajustadas a las más vanguardistas tendencias. Así al completar el programa tendrás la habilidad de desempeñar roles estratégicos y de liderazgo en diversas áreas de la industria.

“

*Gracias a las habilidades  
obtenidas en esta capacitación  
podrás acceder a las mejoras  
profesionales que deseas”*





Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ◆ Técnico de Publicidad Especializado en el Sector de la Moda y el Lujo
- ◆ Técnico de Marketing Especializado en Moda
- ◆ Organizador de Eventos Publicitarios para el Sector de la Moda y el Lujo
- ◆ Administrador de Contenidos Online y Gestión de Comunidades Digitales
- ◆ Escaparatista Comercial en Tiendas de Moda
- ◆ Jefe de Ventas en Tiendas de Moda, Belleza y Lujo
- ◆ Agente Comercial Especializado en Implantación de Espacios Comerciales para Moda
- ◆ Técnico de Relaciones Públicas de la Industria de la Moda



# 03

## ¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Al finalizar este Máster Profesional habrás desarrollado un conocimiento profundo sobre el marketing en esta industria, capacitándote para establecer estrategias de comercialización y marketing. Implementando las herramientas automatizadas de comunicación y pensando en el perfil del futuro comprador en el entorno del lujo, entendiendo las campañas de marketing potenciales y el mundo de los influencers.

01

Adquirir una visión del Marketing en particular y de la empresa en general que le servirá de base para los siguientes módulos

02

Detectar el comportamiento de compra del consumidor del lujo

03

Adquirir los conocimientos necesarios para entender los factores psicológicos internos y los factores sociológicos externos que afectan a la toma de decisiones del consumidor

04

Construir una estrategia de marketing de las marcas para que sus campañas sean más efectivas





05

Construir un entorno digital capaz de atraer tráfico/ público a tu marca de lujo, ya sea off u online, con un posicionamiento deseado

06

Proyectar la personalidad de la marca a través de la creatividad y la innovación como valores simbólicos en constante crecimiento

07

Adquirir conocimientos necesarios para poder aplicar diferentes estrategias de marketing en función del producto, la marca y/o la empresa

08

Entender los actores implicados en el proceso de medición, crear y establecer métricas eficaces y efectivas en función de la identidad de marca

09

Aplicar los indicadores fundamentales y establecer la frontera entre las variables cualitativas y cuantitativas

10

Evaluar los métodos de análisis escogidos y aplicar los resultados a acciones de marca

11

Predecir los resultados de las métricas siguientes para minimizar riesgos

12

Elaborar y presentar un panel de situación específico del sector de la moda, así como un informe de evolución que identifique las líneas de comunicación

13

Entender el componente persuasivo de las RRPP de cara al marketing de lujo y el papel de las RRSS en las estrategias de comunicación y marketing de lujo





14

Profundizar en la generación de influencia y cómo esto puede resultar beneficioso en una estrategia de marketing, así como en las principales redes sociales que se utilizan actualmente en las campañas de marketing de las marcas, sus puntos fuertes y sus limitaciones

15

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

16

Encajar la sostenibilidad y la transformación digital en la estrategia de comunicación sin perder la identidad

17

Planificar la digitalización conociendo y valorando las diferentes propuestas y avances que ofrece el mercado tecnológico

18

Análisis de la cadena de valor de una compañía del sector del lujo. Identificar los diferentes canales de distribución del producto y trazar una estrategia de distribución y crecimiento de una marca proyectando su legado

# 04

## Dirección del curso

Un equipo de profesionales con distintos puntos de vista sobre el mercado de moda y lujo, debido a las áreas que les ha tocado asumir a lo largo de su vasta experiencia laboral. Te permitirán crear tu propio bagaje profesional gracias a la visión plasmada en cada uno de los temas elegidos por ellos para el plan de estudios de esta capacitación. Junto a otros expertos, estarán para apoyarte dilucidando las dudas que se te puedan presentar a lo largo de la preparación académica.



*TECH cuenta con un cuadro docente de lujo para esta capacitación”*





## Dirección del curso

### 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-Marketing Digital
- ♦ Editor en jefe. Chroma Press
- ♦ Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales. Servicecom
- ♦ Redactor de contenidos web. Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Magazine Of Managers
- ♦ Doctorado, Diseño y Datos de Marketing. Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciado en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Posgrado en Marketing y Comunicación en empresas de Moda y Lujo. Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Certificada en Data Analysis & Creativity con Python en China
- ♦ MBA Fashion Business School, la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

## Cuadro docente

### Dña. Alarcón, Patricia

- ♦ Consultora de Comunicación
- ♦ Fundadora del programa Málaga se cuida en la Cope Málaga
- ♦ Colaboradora del suplemento de Salud del Diario La Razón
- ♦ Project Manager en el Palacio de Ferias y Congresos de Málaga
- ♦ Responsable de Relaciones Institucionales en CIT
- ♦ Directora de Comunicación en el Grupo Quirónsalud en Málaga
- ♦ Colaboradora en Psychologies
- ♦ Colaboradora en AR
- ♦ Colaboradora en Grupo Planeta
- ♦ Colaboradora en Grupo Hearst
- ♦ Miembro del equipo del Servicio de Informativos de la Cadena Cope
- ♦ Técnico de comunicaciones en America's Cup
- ♦ Máster de Formación del Profesorado
- ♦ Grado en Humanidades por la Universidad Internacional de La Rioja
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga

### Dña. Molinero Trinchet, Claudia

- ♦ Directora de Proyectos y Productos en Farlabo
- ♦ Asesora de Publicidad y Comunicación visual para LOEWE, Maronnaud y Courel
- ♦ Análisis de Tendencias de la Revista Telva y Yo Dona
- ♦ Máster en Dirección de Empresas de Moda por la Universidad de Navarra
- ♦ Graduada en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad San Pablo CEU



**Dra. Muñiz, Eva**

- ♦ CEO - Directora de la Agencia de Comunicación Press&Co
- ♦ Responsable de Cuentas y Showroom en la Agencia de Prensa Ana Nebot, especializada en Moda
- ♦ Ejecutiva de Cuentas Senior, en el Área de Belleza y Consumo de la Consultora ACH&Asociados, donde formó parte del equipo Premio ADECEC
- ♦ Periodista lifestyle en www.hola.com de la revista ¡HOLA!
- ♦ Doctorado en Investigación y Análisis de Comunicación Colectiva por la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Doctorado en Comunicación y Relaciones Públicas por la Universidad CEU San Pablo
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad San Pablo CEU de Madrid con Premio Extraordinario Fin de Carrera
- ♦ Postgrado en Ciencias Económicas sobre Estrategia de Comunicación e Imagen Empresarial
- ♦ Especializada en Moda y Belleza con Expertise en el Nicho del Lujo y el Universo Infantil

**D. Campos Bravo, Ignacio**

- ♦ Responsable de Comunicación Corporativa en L'Oréal Luxury
- ♦ Auxiliar de eventos en Loewe Perfumes
- ♦ Community Manager en Bumm Project Lab
- ♦ Periodista en Diario de Córdoba
- ♦ Máster Ejecutivo en Dirección de Empresas de Moda en ISEM Fashion Business School
- ♦ Máster en Dirección y Gestión de Empresas en ThePower Business School
- ♦ Grado en Comunicación con doble especialización en Medios para la Información y Comunicación Corporativa en la Universidad Loyola Andalucía

**Dña. Ragel Mármol, Marta**

- ♦ Responsable de Marketing y Comunicación en Colegio Internacional de Sevilla
- ♦ Directora de Marketing y Comunicación en Instituto de Belleza & Medicina Estética Maribel Yébenes
- ♦ Responsable de Comunicación y Marketing Manager en el Colegio Brains
- ♦ Directora de Cuentas de 3AWorldWide
- ♦ Asistente de Comunicación Interna en Heineken España
- ♦ Periodista en la Agencia EFE en Suiza
- ♦ Maquetadora en ABC
- ♦ Rectora en TVE Sevilla
- ♦ Licenciada en Periodismo
- ♦ Máster en Comunicación Corporativa por la Universidad CEU San Pablo

**Dña. Villamil Navarro, Camila**

- ♦ Redactora de moda y tendencias en el periódico EL TIEMPO
- ♦ Consultora de Contenidos Digitales en PRPARATODOS
- ♦ Reportera de las semanas de la moda en Nueva York, Milán y París
- ♦ Investigadora sobre el crecimiento de la moda Latinoamericana
- ♦ Comunicadora social y periodista egresada de la Universidad de La Sabana

**Dra. Gárgoles Saes, Paula**

- ♦ Doctora, Investigadora y Consultora Especialista en Moda, Comunicación y Sostenibilidad
- ♦ Profesora Investigadora en la Escuela de Comunicación y Jefa de Academia de Comunicación Corporativa en la Universidad Panamericana, Ciudad de México
- ♦ Consultora de Comunicación y Sostenibilidad en Ethical Fashion Space, Ciudad de México
- ♦ Periodista de Moda en la agencia Europa Press y en la revista digital Asmoda
- ♦ Especialista en Moda en el Fashion Institute of Technology de Nueva York y en el laboratorio de tendencias Future Concept Lab de Milán
- ♦ Departamento de Comunicación del Título Propio Comunicación y Gestión de la Moda del Centro Universitario Villanueva y de ISEM Fashion Business School
- ♦ Doctora Cum Laude en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra con la tesis "Modelo reputacional para el sector de la moda"
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA por ISEM Fashion Business School

**Dña. Vela Covisa, Susana**

- ♦ Directora de la agencia Polka Press Comunicación
- ♦ Fundadora y directora de la Pasarela Atelier Couture e impulsora y coordinadora del espacio Sustainable Experience de MOMAD
- ♦ Profesora y tutora en diferentes universidades, escuelas de negocio y centros de formación
- ♦ Técnico Superior de Moda, con formación adicional en Moda Sostenible, especializada en Eco Diseño, Moda y Comunicación

**Dña. Rodríguez Flomenboim, Florencia**

- ♦ Especialista en Moda, Editorial y Tendencias
- ♦ Creativa escénica de diferentes obras teatrales, centrándose en la simbología de la imagen
- ♦ Productor y editor de moda. Varias entidades
- ♦ Consultor externo de marketing y branding. Varias entidades
- ♦ Asesora de imagen. Varias entidades
- ♦ Gestión de showrooms e implementación de concept stores
- ♦ Gerente General de Área. Alvato
- ♦ Licenciada en Artes Escénicas por la ESAD de Murcia
- ♦ Diplomada en Relaciones Internacionales por el Marketing por el ITC Sraffa de Milán
- ♦ Maestría en Producción de Moda, Editorial y Diseño de Moda por la American Modern School of Design

**Dña. Zancajo Selfa, Isabel**

- ♦ Directora de Comunicación y RRPP de Yves Saint Laurent y Biotherm en la división L'Oreal Luxe
- ♦ Jefa de Prensa para Giorgio Armani, Viktor&Rolf, Ralph Lauren, Cacharel, Diesel y Maison Martin Margiela
- ♦ Profesional del Área de Brand Marketing de la agencia Ketchum Pleon
- ♦ Licenciada en Publicidad y RRPP por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ MBA por el Instituto de Empresa de Madrid



**Dña. Macías, Lola**

- ◆ Consultora de Internacionalización de Empresas en Thinking Out
- ◆ Consultora de Internacionalización homologada en el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial
- ◆ Coordinadora del Observatorio de Mercado Textil en AITEX
- ◆ Profesora de Comercio Internacional y Marketing y Publicidad en la Universidad Europea de Valencia
- ◆ Profesora de Internacionalización y Gestión Estratégica Empresarial en la Universidad CEU Cardenal Herrera
- ◆ Doctora en Marketing por la Universidad de Valencia
- ◆ Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia
- ◆ Máster en Gestión y Administración de la Empresa Comercial por la Universidad de París
- ◆ Máster Universitario en Formación del Profesorado de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional por la Universidad Católica de Valencia
- ◆ Máster en Moda, Gestión del Diseño y Operaciones por AITEX

**Dña. Cid Sánchez, Marina**

- ◆ Social Media Manager en Laboratorios Phergal
- ◆ Digital Marketing en el Instituto de Belleza & Medicina Estética Maribel Yébenes
- ◆ Content Manager en Housell
- ◆ Content Creator en Adolfo Domínguez SA
- ◆ Graduada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad San Pablo CEU
- ◆ Máster de Comunicación y Moda en el Instituto Europeo de Diseño (IED)
- ◆ Advance Digital Marketing por ICEMD, Instituto de Economía Digital de ESIC

# 05

## Plan de formación

En este Máster Profesional TECH aplica el método de la eficacia del aprendizaje, imponiendo su innovadora metodología del *Relearning*, que te brinda la autonomía y fácil comprensión que necesitas en el actual mundo volátil. Un sistema creado para aquellos que desean mantener actualizados sus conocimientos de manera ágil y sin complicaciones. Así, podrás titularte en 12 meses de modo completamente en línea e iniciar el camino hacia la empleabilidad de manera inmediata. En este caso, serán 10 módulos de estudio con todo lo necesario para titularte especialista en Dirección de Marketing en Moda y Lujo.

“

*Una carga lectiva fácil de comprender por la metodología aplicada y que te llevará a una correcta gestión del marketing en el mercado de la moda y el lujo en la actualidad”*



**Módulo 1. Moda y lujo en Europa y Asia**

- 1.1. El progreso en Europa
- 1.2. Hacia un nuevo lujo
- 1.3. El impacto del consumismo en Francia
- 1.4. La relevancia de la artesanía española
- 1.5. La influencia de las élites en la industria
- 1.6. Una mujer nueva: una mujer de moda
- 1.7. La democratización de la industria de la moda y el lujo
- 1.8. El legado del mercado asiático
- 1.9. La experiencia sensorial en Oriente Medio
- 1.10. La exclusividad: el vestido como obra de arte

**Módulo 2. Gestión del marketing en el mercado de la moda y el lujo actuales**

- 2.1. El sistema económico del lujo
- 2.2. *Business intelligence*
- 2.3. Impulso y palancas de ventas aplicados a la industria actual
- 2.4. El enfoque de la ventaja competitiva en los nuevos mercados
- 2.5. La estructura de un plan de marketing específico y contextualizado
- 2.6. La puesta en marcha: salvar el escollo práctico
- 2.7. Nuevas formas de visualización y comercialización del plan
- 2.8. Un presupuesto real para una marca de moda y lujo
- 2.9. El precio correcto para un producto o servicio en la industria actual
- 2.10. Mobile marketing & gamificación

**Módulo 3. Customer centric strategy & predictive marketing**

- 3.1. *Fashion Engagement*
- 3.2. El compromiso en los clientes del lujo
- 3.3. Tendencias en los milenials Y Z: prosumidores
- 3.4. El nuevo *Customer Journey* de la moda y el lujo
- 3.5. Nuevas preferencias del consumidor del lujo
- 3.6. Actual Comportamiento del consumidor de moda con respecto a las tendencias
- 3.7. *Big Data & Predictive Marketing*
- 3.8. Marketing experiencial en la industria del perfume
- 3.9. Dinámicas del concept store: branding fuera del producto
- 3.10. Tendencias de consumo post COVID19 de moda y lujo

**Módulo 4. Fashion thinking en el mercado de la moda y el lujo**

- 4.1. *Phygital Management*
- 4.2. EL ADN de la marca de lujo
- 4.3. *Digital Media Track*
- 4.4. El e-commerce del lujo
- 4.5. El sentido de *Wordpress* y otras herramientas estáticas
- 4.6. *Inbound Marketing*
- 4.7. El marketing de atracción a través de la imagen
- 4.8. *Google Trends*
- 4.9. *Branding Strategy*
- 4.10. *Remarketing*: el crecimiento constante de una marca

### Módulo 5. Nuevo marketing digital: *marketing automation*

- 5.1. *Marketing strategy* en la industria actual
- 5.2. *Mass media to global media*
- 5.3. *Digital media Ads*
- 5.4. *Branded content*
- 5.5. Personalización del sector de la moda y el lujo
- 5.6. *Email marketing: crm & salesforce*
- 5.7. Newsletter design
- 5.8. La viralidad en la industria del lujo
- 5.9. La usabilidad del cms
- 5.10. *Content design*

### Módulo 6. Nuevas experiencias en el universo de la moda y el lujo

- 6.1. *Haute couture management*
- 6.2. *Fashion Event Management*
- 6.3. *Luxury fashion trends*
- 6.4. Analytics Marketing
- 6.5. Técnicas de análisis de capacidad
- 6.6. Del análisis DAFO al océano azul
- 6.7. Marketing personalizado en el mercado del lujo
- 6.8. La orquesta Omnicanal tras la pandemia
- 6.9. Del pensamiento estratégico a las acciones tácticas en Haute Couture
- 6.10. Métricas para la evaluación de las campañas de marketing de Alta Costura

### Módulo 7. *Data driven marketing for luxury brands*

- 7.1. El ciclo de vida del producto a través de un PML
- 7.2. KPI's estratégicos para el análisis de la identidad en las marcas de lujo
- 7.3. La inferencia como base del Big Data
- 7.4. Estadística aplicada al mercado del lujo
- 7.5. Captación y generación de leads
- 7.6. La clave de medir: la interpretación de datos en el mercado de la moda
- 7.7. *Marketing consulting* en la industria del lujo
- 7.8. Cómo pasar del modelo predictivo al modelo prescriptivo en una marca de moda
- 7.9. *Dashboard*: visualización de datos de marketing con *Power Bi*
- 7.10. Auditoría interna & *growth hacking*

### Módulo 8. Nuevas interacciones en los mercados de lujo y la moda

- 8.1. El papel del PR en una marca de moda
- 8.2. El mensaje estratégico
- 8.3. Métricas para el análisis del PR
- 8.4. Errores a evitar en el ámbito de las RRPP
- 8.5. Nuevas tendencias poscovid en las RRPP de lujo
- 8.6. Social media marketing
- 8.7. Estrategias de poder digitales: marketing de influencia en moda y lujo
- 8.8. La consolidación del contenido audiovisual: YouTube y TikTok
- 8.9. La influencia en comunidades: Facebook e Instagram
- 8.10. Estrategias de marca personal: LinkedIn y Twitter



## Módulo 9. Inteligencia artificial en la era del corporativismo

- 9.1. La Responsabilidad Social Corporativa en el contexto actual
- 9.2. El valor de la reputación en las marcas de lujo
- 9.3. La gestión de crisis en las empresas de Moda
- 9.4. La comunicación en momentos de crisis
- 9.5. La sostenibilidad: estrategias de crecimiento de marca
- 9.6. La sostenibilidad: ¿una salida para la crisis?
- 9.7. La transformación digital en el sector de la moda
- 9.8. La inteligencia artificial aplicada al lujo
- 9.9. La implantación de la robótica en el universo del lujo
- 9.10. La realidad virtual de la moda: las nuevas pasarelas

## Módulo 10. Internacionalización y nuevos entornos globales en el mercado de la moda

- 10.1. La colección de moda en el contexto de la globalización
- 10.2. La clave de la cadena de valor en la industria del lujo
- 10.3. Las alianzas estratégicas y las colaboraciones
- 10.4. *Blockchain* y la nueva gestión logística
- 10.5. El consumidor asiático, europeo y americano
- 10.6. La deslocalización de la marca
- 10.7. *Marketplaces* en la industria del lujo
- 10.8. La consolidación del e-commerce como canal global
- 10.9. Internacionalizar las marcas de moda y planificar el crecimiento del lujo
- 10.10. Estrategias de crecimiento global

# 06

## Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

*TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.*

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

Nuestra institución 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 del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

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.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



#### 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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



#### 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 nuestras futuras decisiones difíciles.



#### Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





### **Case Studies**

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



### **Resúmenes interactivos**

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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



### **Testing & Retesting**

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.



# 07

## Titulación

El Máster Profesional MBA en Dirección de Marketing en Moda y Lujo garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

El título expedido por TECH expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Profesional, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores carreras profesionales.

Título: **Máster Profesional MBA en Dirección de Marketing en Moda y Lujo**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



**tech** formación profesional

**Máster Profesional**  
MBA en Dirección  
de Marketing  
en Moda y Lujo

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

# Máster Profesional

## MBA en Dirección de Marketing en Moda y Lujo