

Máster Profesional

Dirección en Comunicación en Moda y Lujo



tech formación
profesional

Máster Profesional Dirección en Comunicación en Moda y Lujo

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/textil-confeccion-piel/master-profesional/master-profesional-direccion-comunicacion-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. 10

05

Plan de formación

pág. 14

06

Metodología

pág. 18

07

Titulación

pág. 22

01

Presentación

A través de la comunicación se pueden lograr todos los resultados grandiosos de la vida. Una herramienta moldeable, adaptable y útil en todos los escenarios que en el ámbito de la moda y el lujo no podría faltar para establecer mensajes dirigidos a sus consumidores. Pero para ello, hay que conocer muy bien la evolución de este sector, los principales hitos y características de la industria de la belleza y la perfumería, teniendo en consideración la globalización en un mercado exclusivo. Las últimas tendencias y estilos, la digitalización y su implementación en la proyección del mensaje, todo es parte de lo que en este programa de enfoque profesional podrás conocer. Todo de forma 100% online y de la mano de un equipo de versados docentes que dirigen la capacitación y te abrirán una ventana al éxito.

“

Una oportunidad única y exclusiva que te ofrece TECH para diferenciarte en un mercado competitivo con habilidades potentes en la dirección de comunicación de moda y lujo”





El impacto del mensaje audiovisual en la moda y en el mercado de lujo es un aspecto que desarrollarás en este programa, no solo considerando los canales tradicionales, sino también los nuevos modelos comunicacionales transmedia. Conocerás la teoría de Forrester Research a la industria de la moda, la composición del discurso fotográfico y el papel que juegan las redes sociales en los consumidores de este sector, es parte de lo que en este programa vas a conocer.

Un Máster Profesional que te permitirá abrir nuevas posibilidades en el entorno laboral actual, con la comunicación interna, el corporativismo y la gestión de crisis. Diseñarás contenidos enfocados a los diferentes nichos de mercado de esta importante industria. Desarrollarás estrategias de negocio, todo eso y mucho más en un formato 100% online.

Al ser en esa modalidad, no estarás condicionado por horarios fijos ni necesitarás trasladarte a otro lugar físico, podrás acceder a los contenidos las 24 horas del día, desde cualquier dispositivo de tu preferencia. Así, podrás alternar tu rutina diaria con la preparación académica, sin sacrificios de tu rutina diaria.

“

Desarrolla habilidades directivas en un mercado que no para de crecer al pasar de los años”

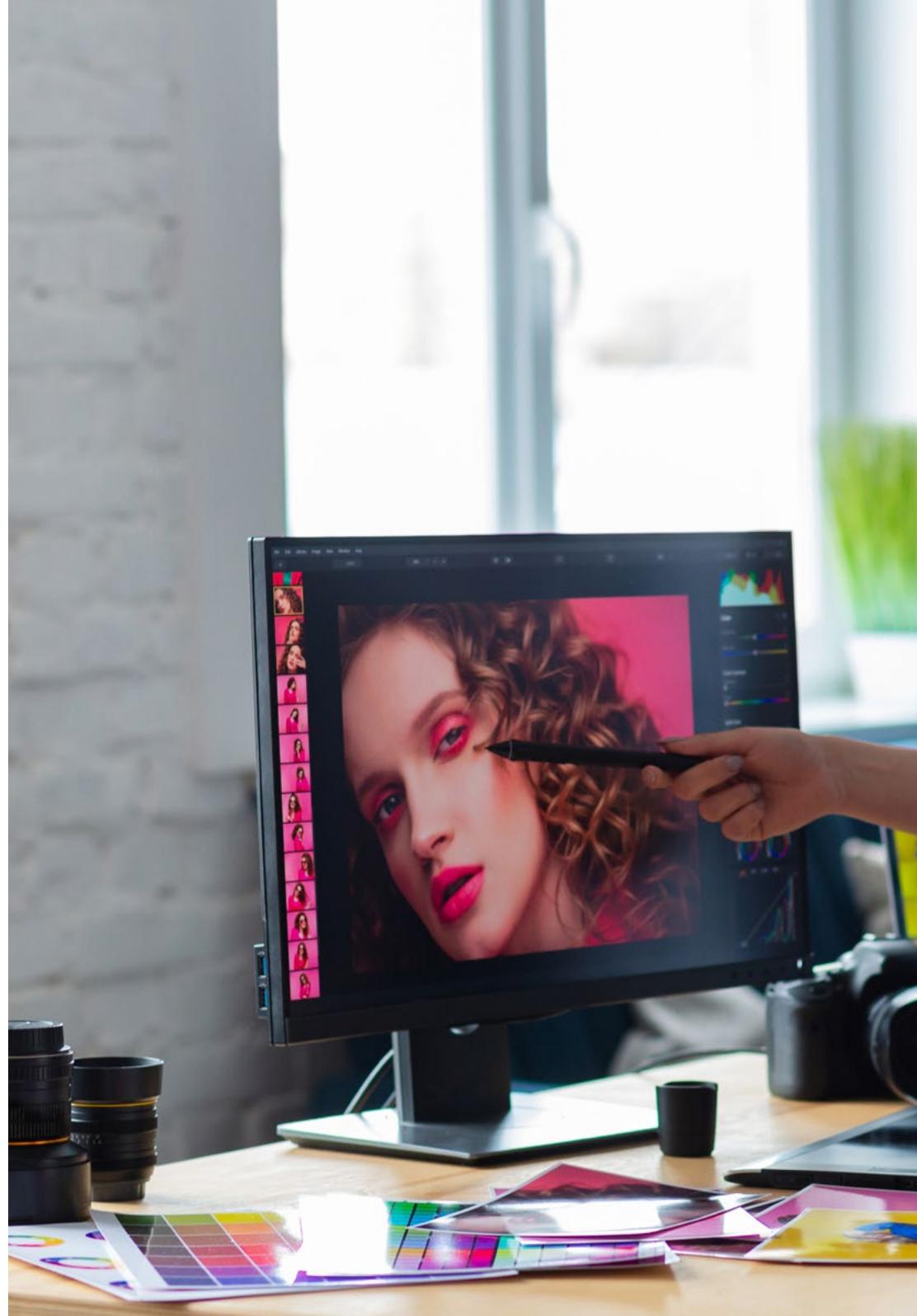
02

Salidas profesionales

El sector del lujo representa el 4% del PIB europeo, la moda el 2,8 a nivel nacional y la Omnicanalidad será la norma en los próximos años. Por tanto, el profesional que se prepare en esta área estará abierto a un abanico de posibilidades laborales que le permitirán crecer profesionalmente, porque esta carrera se considera uno de los empleos del futuro.

“

Desarrollarás 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”





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

- ♦ Asistente de dirección en empresas de Moda y Lujo
- ♦ Auxiliar administrativo en empresas de Moda y Lujo
- ♦ Técnico de marketing en compañías de Moda
- ♦ Agente comercial en tiendas presenciales de Moda
- ♦ Asistente/asesor de clientes en compras de Moda online
- ♦ Encargado de oficina técnica en diseño de Modas



03

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

Después de superar las evaluaciones de este programa, habrás adquirido las competencias profesionales necesarias para realizar un trabajo de calidad y además trabajar con éxito tanto como corresponsal de moda, como en las instalaciones de un gabinete de prensa de una empresa de este sector. Por tanto, serás más competente y preparado para desenvolverte en diversos ámbitos.

01

Desarrollar una estrategia de comunicación competitiva dentro de la industria conociendo en profundidad las dinámicas de la comunicación, el negocio de la moda y los componentes determinantes

02

Identificar oportunidades y ser capaz de evolucionar a través de la mirada a su propio trabajo

03

Generar impacto social y dirigir la opinión pública con responsabilidad ética y profesional

04

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





05

Entender y reproducir el proceso de la comunicación de modo efectivo adaptándolo a cada canal, perfil de empresa y público objetivo

06

Utilizar los procesos innovadores aplicables a la práctica de su profesión

07

Manejar los nuevos canales de comunicación en internet

08

Generar planes de comunicación adecuados a estos sectores

04

Dirección del curso

En su premisa de brindar capacitaciones de calidad, TECH ha elegido a profesionales con amplios conocimientos y experiencia en el área comunicación de moda y lujo quienes impartirán sus más trascendentales vivencias en este programa. Sus perfiles activos en cargos de alta responsabilidad, le otorgan un sello de actualidad al Máster Profesional y te brindarán el aporte que necesitas para la construcción de tu bagaje intelectual único.

“

Un profesorado de alto nivel para que conozcas todas las claves de la dirección de comunicación en moda y lujo”



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. Cayuela Maldonado, María José

- ♦ Directora de Contenido y Comunicación en Prensa Ibérica
- ♦ Jefe de Contenidos en The Blogs Family
- ♦ Periodista colaboradora de Onda Cero
- ♦ Directora de Comunicación para The Net Street, Comunicas y Grupo BPMO
- ♦ Directora de Comunicación y Gestora de Redes Sociales en Boutique Secret y DcorporateCom
- ♦ Coordinadora Editorial en BPMO Edigrup, La Vanguardia-Grupo Godó y Televisión de Cataluña
- ♦ Máster en Dirección Estratégica de Marca y Comunicación de ESADE
- ♦ Máster en Dirección de Marketing Digital por ESADE y Learning to Grow por IESE
- ♦ Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional por la Universidad Autónoma de Barcelona
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad Autónoma de Barcelona

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

Dña. Saldaña Martínez, Rocío

- ♦ Especialista en Marketing, Publicidad, Diseño y Moda para Zara, Purificación García, Carolina Herrera, Cortefiel, Marwa, Roberto Verino, Daryl K, Steve Madden y Betsey Johnson
- ♦ Titulada en Marketing y en Publicidad por el CENP de La Coruña
- ♦ Diplomada en Gráfica Publicitaria por la Escuela de Arte Pablo Picasso de La Coruña

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

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. 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

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

Dra. 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



Además de sus contenidos actualizados y de su metodología flexible y 100% online, esta titulación está impartida por expertos de gran prestigio en esta área profesional"

05

Plan de formación

Este Máster Profesional comprende una carga lectiva de 10 módulos de estudio, desarrollado por expertos docentes, que será mucho más fácil de comprender, gracias a la metodología implementada para su diseño. Se trata del *Relearning*, un sistema de estudio basado en la reiteración de los conceptos más importantes durante el programa en distintos formatos para que puedas analizarlo desde todas las vertientes posibles. Así como el autoconocimiento, que te permitirá ver el progreso de tu aprendizaje. Su modalidad 100% online, destaca la flexibilidad que necesitas hoy en día para combinar tus actividades actuales con la capacitación, sin tener que hacer grandes sacrificios y poder estudiar desde donde, como y cuando quieras.

“

La comunicación en moda y lujo dictada por expertos en un programa 100% online”



Módulo 1. Introducción a la comunicación en la industria de la MBL

- 1.1. Desarrollo y evolución de la industria de la moda
- 1.2. Principales hitos y características de la industria de la belleza y la perfumería
- 1.3. Introducción a la sociología de la moda
- 1.4. El lujo en el siglo XXI y la experiencia digital
- 1.5. Adaptación del discurso de marca a cada canal de comunicación
- 1.6. Evolución del legado de marca en la industria del lujo
- 1.7. Comunicación de moda en el entorno digital. La globalización y el mercado único
- 1.8. Principios del branding
- 1.9. Aproximación a la sostenibilidad en los mercados de MBL
- 1.10. El profesional de la comunicación en la industria de la moda

Módulo 2. La identidad del consumidor y la evolución de las tendencias

- 2.1. La moda como herramienta de comunicación social
- 2.2. La expresión visual del color
- 2.3. Perfiles de los nuevos consumidores
- 2.4. Preferencias del consumidor del lujo
- 2.5. Observación e investigación de tendencias en la teoría del "Coolhunting"
- 2.6. Novedad, tendencia y "hype". De la innovación a la consolidación
- 2.7. Metodología y análisis para la detección de tendencias
- 2.8. El sector de la cosmética, la belleza como estilo de vida
- 2.9. Concept stores". Espacios físicos y digitales de tendencias
- 2.10. Tendencias de consumo post COVID19 de moda, belleza y lujo

Módulo 3. Creación de contenidos: el mensaje

- 3.1. Elementos de la comunicación: el emisor, el receptor y el mensaje – eslogan
- 3.2. Métodos tradicionales de transmisión de información en la industria de la moda: la publicidad
- 3.3. Nuevas herramientas para la creación de contenidos digitales: Ads
- 3.4. Canales para la difusión de contenidos en moda, lujo y belleza
- 3.5. Personalización de contenidos en el sector del lujo
- 3.6. Implantación de la automatización de contenidos en CRM
- 3.7. Diseño y composición de la *newsletter* de moda, belleza y lujo
- 3.8. El estilo del lenguaje y el impacto de la imagen en la industria de la moda
- 3.9. Estructura y aplicación de CMS
- 3.10. El Plan de Contenidos

Módulo 4. Técnicas de comunicación en el ecosistema de MBL

- 4.1. El ecosistema de la moda y su composición
- 4.2. Creación de un ecosistema de marca: SEO, SEM y SMO
- 4.3. Diferencias y similitudes en la comunicación de marcas de MBL
- 4.4. Técnicas tradicionales de comunicación offline: nota de prensa, noticia y publlirreportaje
- 4.5. La creación de blogs y revistas digitales de difusión
- 4.6. Narrativa *transmedia* y *storytelling*
- 4.7. El lenguaje audiovisual en el entorno de la moda
- 4.8. La creación de contenidos a partir del universo *Google Trends*
- 4.9. Funcionamiento de un ecosistema en el conjunto del universo
- 4.10. Redefinición y adaptación del ecosistema de marca

Módulo 5. Métricas para el análisis de la comunicación

- 5.1. El análisis de la comunicación y la gestión de intangibles
- 5.2. Los indicadores específicos: más allá de la referencia
- 5.3. Detección de errores de medición
- 5.4. Métricas tradicionales para el análisis de la comunicación
- 5.5. Métricas digitales: *Google Analytics*
- 5.6. Creación y adaptación del producto comunicativo
- 5.7. Impacto de la medición en la toma de decisiones
- 5.8. Las predicciones y la métrica como estrategia a largo plazo
- 5.9. El informe analítico y su presentación
- 5.10. Evaluación exprés para situaciones de crisis

Módulo 6. La prensa especializada y las relaciones públicas

- 6.1. La comunicación en la prensa especializada
- 6.2. Evolución de los modelos de la comunicación en las RRPP
- 6.3. La comunicación persuasiva en las RRPP
- 6.4. Herramientas para la comunicación con la prensa
- 6.5. Planificación y estrategia de comunicación en Moda y Belleza
- 6.6. Acciones de comunicación y eventos para la Moda y Belleza
- 6.7. La medición de resultados
- 6.8. Errores a evitar en la comunicación y el ámbito de las RRPP
- 6.9. Ética y perspectiva psicosocial
- 6.10. Últimas tendencias y estudios en las relaciones públicas

Módulo 7. Nuevos canales de comunicación: Redes Sociales & YouTube

- 7.1. La influencia y otras estrategias de poder en los nuevos canales digitales
- 7.2. La elección del canal de comunicación: Teoría Forrester Research
- 7.3. El poder del lenguaje audiovisual y la comunicación no verbal
- 7.4. Evolución y funcionamiento de las redes sociales en la industria de la moda
- 7.5. Facebook, la gran base de datos
- 7.6. Instagram, mucho más que fotos de moda
- 7.7. El contenido profesional de LinkedIn
- 7.8. La politización de Twitter
- 7.9. TikTok, más allá de la generación Z
- 7.10. YouTube, como exponente del contenido audiovisual

Módulo 8. La comunicación interna, el corporativismo y la gestión de crisis

- 8.1. El ecosistema stakeholder: quienes son mis públicos de interés
- 8.2. Comunicación interna I: *employer branding*
- 8.3. Comunicación interna II: *employee advocacy*
- 8.4. Construir reputación I: identidad de marca en MBL
- 8.5. Construir reputación II: imagen de marca en MBL
- 8.6. Construir reputación III: reputación corporativa en MBL
- 8.7. Gestión de crisis I: plan estratégico
- 8.8. Gestión de crisis II: comunicación de crisis
- 8.9. Sostenibilidad y reputación corporativa en MBL
- 8.10. Sostenibilidad en la gestión de crisis en MBL



Módulo 9. Estrategias de negocio en las empresas de MBL

- 9.1. Marco estratégico y competitivo del sistema de la moda
- 9.2. Modelos de negocio en la industria de la moda
- 9.3. La distribución del sector de lujo y la rentabilidad de los espacios
- 9.4. Principales estrategias de negocio en las grandes marcas de moda
- 9.5. Emprendimiento y creación de la *start up* en el sector de la moda
- 9.6. La propuesta de valor de las marcas de belleza
- 9.7. La rentabilidad en los modelos tradicionales
- 9.8. El *e-commerce* en la Moda, la belleza y el lujo: tendencias, usuarios y futuro
- 9.9. Planificación de la internacionalización de la empresa de Moda
- 9.10. Introducción de la innovación en las dinámicas de la moda

Módulo 10. El plan de comunicación

- 10.1. El calendario de la moda y la dinámica de los tiempos en la industria
- 10.2. El impacto de la comunicación interna en una marca de MBL
- 10.3. Comunicar Marcas Sostenibles y Eco Lujo
- 10.4. La funcionalidad del Plan de Comunicación y los recursos disponibles
- 10.5. El análisis DAFO y la matriz de Rice
- 10.6. Análisis de situación y establecimiento de objetivos
- 10.7. El público y el mensaje
- 10.8. Los canales: Offline y Online
- 10.9. El Plan de Acción y el calendario
- 10.10. La evaluación del Plan de Comunicación y la Estrategia

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 en Dirección en Comunicación 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 en Dirección en Comunicación en Moda y Lujo**

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**





Máster Profesional
Dirección en Comunicación
en Moda y Lujo

Modalidad: Online
Titulación: TECH Formación Profesional
Duración: 12 meses
Horas: 1.500

Máster Profesional

Dirección en Comunicación en Moda y Lujo

