Máster Profesional
MBA en Dirección de Marketing en Moda y Lujo

tech formación profesional

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**
Acceso web: **www.tech-fp.com/textil-confeccion-piel/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 de curso
pág. 12

05
Plan de formación
pág. 18

06
Metodología
pág. 22

07
Titulación
pág. 26

01

Presentación

Emoción, exclusividad y estatus es lo que se busca vender en el marketing de moda y lujo. Históricamente, el lujo trata de algo que no está al alcance de las masas, sino de unos pocos, que buscarán destacar, ser líderes por sus estilos y actitudes. Con la dinámica actual de la sociedad interconectada y el acceso a la información global, el público es cada vez más exigente de innovación, autenticidad y lo que demuestre esas cualidades tendrá el mayor éxito posible. Para el profesional, será indispensable hoy y siempre la actualización y por esta razón se ha creado este programa que contempla los aspectos más trascendentales para desenvolverse en la dirección de marketing en moda y lujo como un verdadero especialista. Adquiriendo de forma 100% online, nuevas habilidades y conocimientos que te ayudarán a encontrar las mejores estrategias a aplicar en tu práctica laboral.

> *Construirás modelos de marketing innovadores, flexibles y sostenibles que garanticen la supervivencia y el impacto del producto de lujo, gracias a este Máster Profesional 100% online de TECH"*

La profunda trasformación del mundo de la moda y el lujo, pasa por integrar cuestiones medioambientales y digitales, así como por la deslocalización geográfica. El marketing de lujo tiene un target definido, principalmente por el poder adquisitivo. Es por esta razón, que el fundamento de este tipo de marketing es hacer que la marca sea especial.

Este programa ofrece un conocimiento superior sobre la Dirección de Marketing en Moda y Lujo, para que entiendas los cimientos y el desarrollo de una industria, que ocupa un segmento de 1,2 trillones de dólares a nivel mundial. En 10 módulos y 12 meses de estudio, ahondarás en los principales temas que te ayudarás a crear estrategias más efectivas. Estudiarás la realidad del sector y la influencia de Europa y Asia, aprenderás todo acerca del nuevo marketing digital, las nuevas experiencias e interacciones.

De igual forma, abordarás el data driven marketing, la implementación de la inteligencia artificial en la era del corporativismo y la internacionalización y nuevos entornos globales en el mercado de la moda. Todo ello disponible las 24 horas del día, completamente en línea con la metodología y tecnología más puntera.

Tu trabajo irá dirigido a captar la atención del consumidor más exclusivo y para ello contarás con las herramientas más actualizadas"

02

Salidas profesionales

Atendiendo a las necesidades actuales del mercado laboral, TECH ha diseñado este Máster Profesional que te prepara para desenvolverte en un sector exigente como el de la moda y el lujo. Gracias a esta especialización, mostrarás las competencias necesarias para trabajar en el área de marketing, brindando soluciones innovadoras y ajustadas a las más vanguardistas tendencias.

El futuro está aquí, capacítate ahora y perfílate 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:

- Director de marketing de moda
- Responsables de departamentos de marketing y de comunicación de empresas del sector de la moda y el lujo
- Responsable de eventos de moda y lujo
- Director de marketing digital de moda
- Director de comunicación de moda
- Marketing Assistant
- Digital Content Managers
- Brand Content Manager
- Product Manager
- Dirección de Retail
- Fashion Brand Manager
- Fashion Product Manager
- Fashion e-commerce manager
- Fashion retail manager
- Fashion RRPP manager
- Coolhunter manager

03

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

Al finalizar este Máster Profesional MBA Dirección de Marketing en moda y Lujo, habrás desarrollado un conocimiento profundo sobre el marketing en esta industria, capacitándote para encontrar el equilibrio entre talento creativo y analítico, para afrontar con agilidad los cambios económicos y sociales del presente y del futuro.

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 y cómo ésta se relaciona en un ejercicio de percepción, interpretación y proyección visual con la identidad del receptor de ese mensaje que emitimos en forma de vestido, camiseta, accesorio, perfume, automóvil, decoración o servicios luxury

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 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

Este Máster Profesional contempla para tu orientación el mejor cuadro docente con expertos de referencia en el ámbito del marketing y de la moda, relacionados con el lujo, que vierten en este plan de estudios la experiencia de todos años laborales y el vínculo importante, que a lo largo de su trayectoria profesional han mantenido con este entorno exclusivo. Junto a otros expertos, reforzarán la asesoría que necesites durante todo el curso en las dudas de los temas planteados, interviniendo de un modo interdisciplinar, convirtiéndolo en una experiencia única a nivel académico.

El más experto equipo de docentes elegidos por TECH para tu 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. 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

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

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. 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. 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

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 Tecnology 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. Zancajo, 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. 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. 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

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. 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

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

Para tu capacitación profesional, TECH pone a tu disposición el mejor sistema de estudio 100% online, avalado por expertos y miles de estudiantes que han avanzado en su carrera en los últimos tiempos con esta innovadora metodología. Se trata del Relearning, que gracias a la reiteración de conceptos y el autoconocimiento te permite ir evolucionando en el proceso de aprendizaje. Por tanto, alcanzarás la titulación en al menos 12 meses, armando un potente bagaje profesional acorde a las nuevas exigencias del mundo actual y estarás disponible para todas las mejoras laborales que se presentarán ante ti.

Un plan de estudios desarrollado por expertos para ayudarte a descubrir el triple enfoque: marca, estrategia y consumidor”

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. 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 post covid 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. *Blockhain* 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

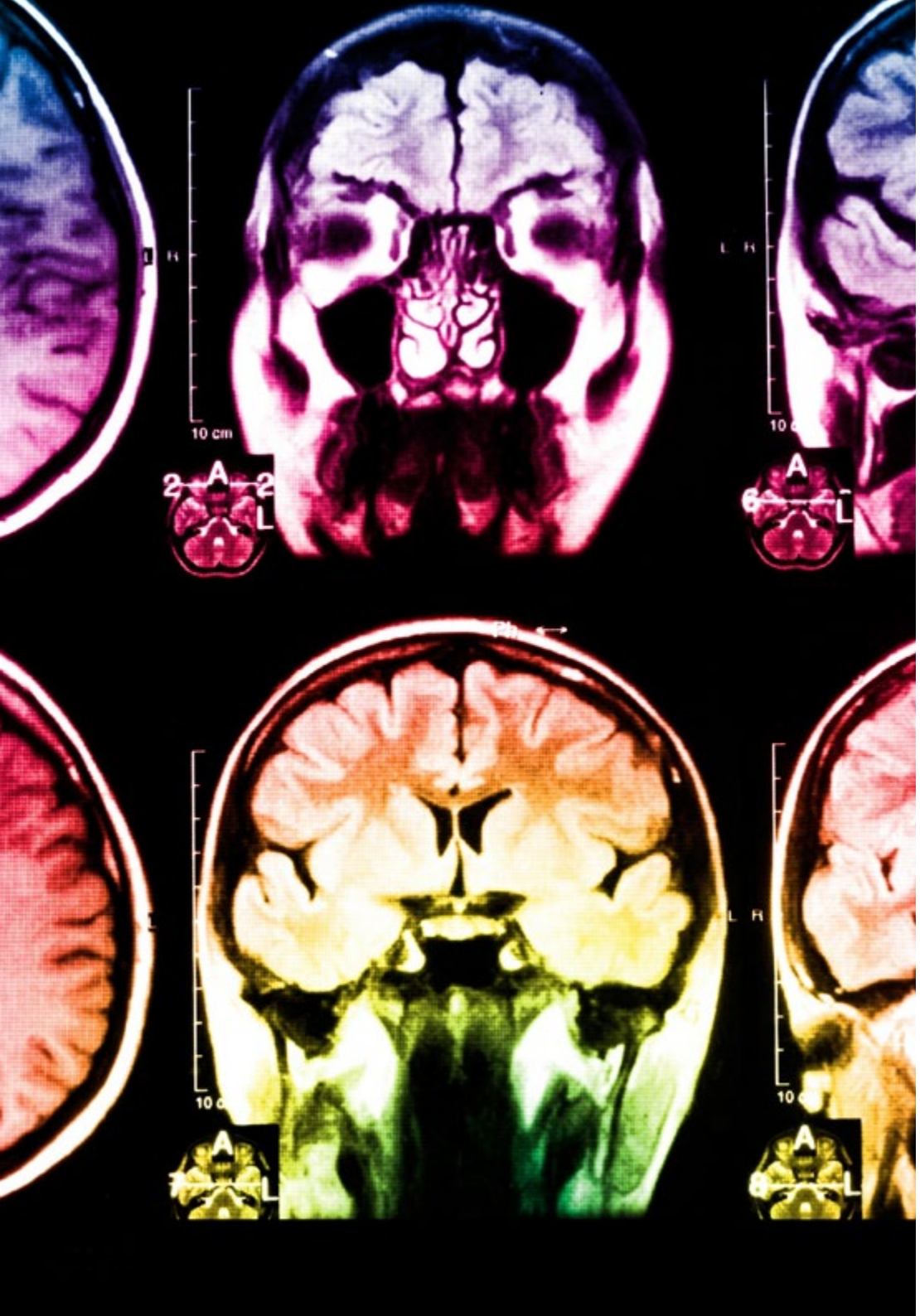
Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

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 tomasen decisiones y emitiesen 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.

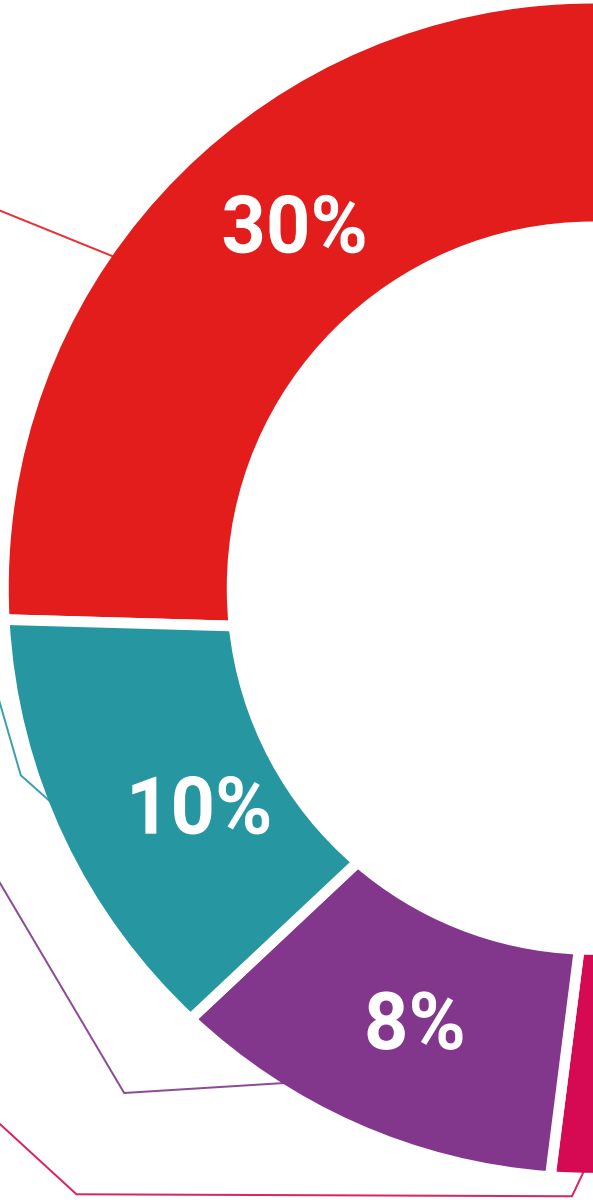
El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

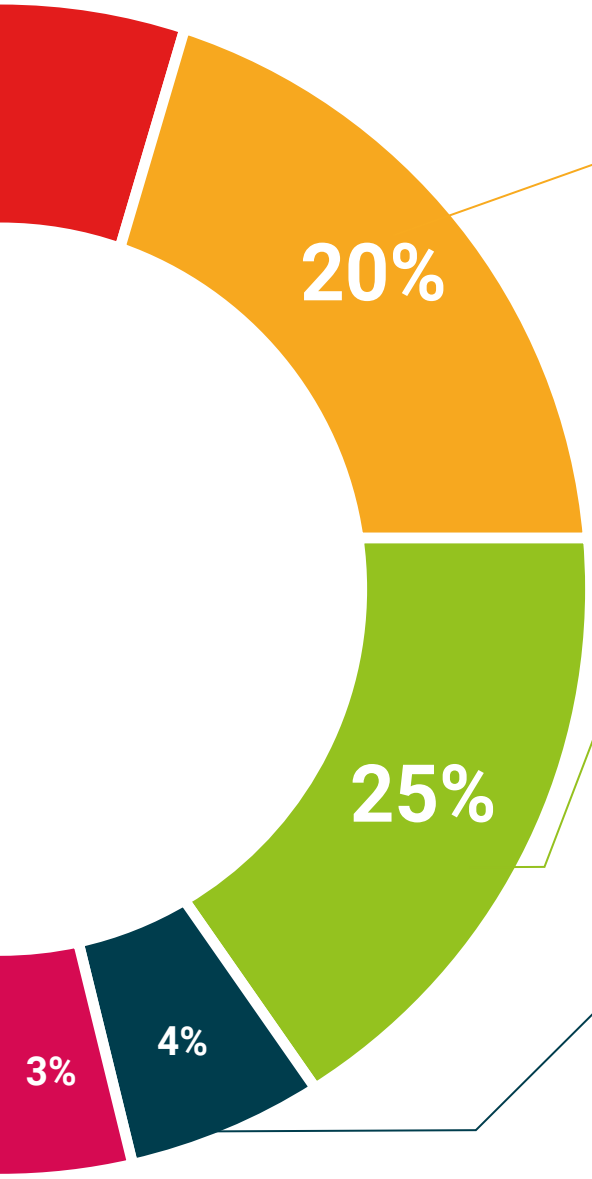
Prácticas de habilidades y competencias

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

Otorga el presente

DIPLOMA

a

D/Dña _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER PROFESIONAL

en

MBA en Dirección de Marketing en Moda y Lujo

Se trata de un título propio de esta institución equivalente a 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

A 17 de junio de 2020

Mariola Ibáñez Domínguez
Directora

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

tech formación profesional