

# Certificat Avancé

## Communication de Mode





## Certificat Avancé Communication de Mode

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/design/diplome-universite/diplome-universite-communication-mode](http://www.techtitute.com/fr/design/diplome-universite/diplome-universite-communication-mode)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Structure et contenu

---

*page 12*

04

Méthodologie

---

*page 18*

05

Diplôme

---

*page 26*

# 01 Présentation

Le monde de la mode présente un certain nombre de caractéristiques particulières qui en font une discipline hautement spécialisée. Chaque élément de cette industrie exige une préparation adéquate de la part de ses professionnels, et le domaine de la communication n'est pas différent. Ainsi, la mode possède son propre ensemble de médias et de canaux qu'il faut connaître pour être en mesure de comprendre et de transmettre l'information de manière appropriée. Ce diplôme offre aux étudiants les outils nécessaires pour maîtriser toutes les compétences de communication appliquées à la mode, afin qu'ils puissent travailler dans ce domaine de manière professionnelle.



“

*Vous serez la prochaine Anna Wintour. Apprenez à publier et à diffuser des informations spécialisées sur la mode grâce à ce Certificat Avancé”*

La mode est l'une des industries qui est capable de créer le plus de célébrités. Chaque année, des dizaines de mannequins prometteurs accèdent très rapidement à la célébrité. En même temps, d'autres mannequins de différentes générations coexistent dans l'industrie sous le parapluie médiatique qui l'entoure.

Mais il existe aussi d'autres types de stars de la mode: des journalistes, des communicateurs et des *influencers* qui saisissent l'essence de ce qui a une valeur esthétique et de ce qui n'en a pas, devenant ainsi des figures à suivre en raison de leurs connaissances. Ils deviennent ainsi des prescripteurs de mode, capables de transmettre par différents canaux les combinaisons qui marchent ou ce qui sera à la mode dans un avenir proche, devenant de véritables célébrités.

Mais pour atteindre ce statut, ils ont besoin de connaissances spécifiques sur l'histoire de l'habillement et de la communication médiatique. Ainsi, ce Certificat Avancé en Communication de Mode offre aux étudiants tous les outils et les compétences nécessaires pour devenir des spécialistes de la communication dans ce domaine, leur permettant de devenir les prochaines stars du journalisme de mode.

Ce **Certificat Avancé en Communication de Mode** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ L'élaboration d'études de cas présentées par des experts en communication appliquée à la mode
- ◆ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du cours fournit des informations concrètes sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être utilisé pour améliorer l'apprentissage
- ◆ L'accent mis sur les méthodologies innovantes pour la communication de la mode
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



*Ce diplôme vous ouvrira les portes du monde de la mode"*

“

*Vous avez toujours voulu lancer votre propre magazine de mode? C'est votre chance"*

*Apprenez à connaître les tenants et aboutissants de la mode du point de vue des médias grâce à ce Certificat Avancé.*

*Chaque année, de nouvelles stars de la communication de la mode émergent et vous pourriez être l'une d'entre elles.*

Le programme comprend, dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Son contenu multimédia, élaboré avec la dernière technologie éducative, permettra aux professionnels un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire un environnement simulé qui fournira une formation immersive programmée pour s'entraîner face à des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage par les Problèmes, grâce auquel le site professionnelles doit essayer de résoudre les différentes situations de la pratique professionnelle qui se présentent tout au long du Certificat Avancé. Pour ce faire, vous bénéficierez de l'aide d'un nouveau système vidéo interactif réalisé par des experts reconnus.



# 02 Objectifs

L'objectif principal de ce Certificat Avancé en Communication de Mode est de fournir aux étudiants les connaissances essentielles pour apprendre à transmettre des informations dans ce domaine sur différents canaux, afin qu'ils puissent devenir de grandes figures de la communication de la mode. À cette fin, ce diplôme offre le meilleur contenu axé sur les aspects médiatiques tels que les magazines et les réseaux sociaux, qui jouent aujourd'hui un rôle fondamental dans ce domaine.



# FASHION BLOG

YOUR GUIDE TO THE WORLD OF STYLE

12th MAR by Ingrid



STYLE IS KNOWING YOURSELF

what you buy. Style is what you do with it. Fashion changes, style is forever. Fashion is everyone, style is you.

11th MAR by Erika



I DON'T GIVE A

Be happy. It drives peop'

9th MAR'



ELL

being your  
se.

“

Vous assisterez bientôt aux meilleurs défilés de mode du monde”



## Objectifs généraux

---

- ◆ Avoir une vision globale et professionnelle de l'environnement de la communication dans les domaines de la mode, du luxe et de la beauté, en identifiant les particularités du secteur, ainsi que son impact et sa répercussion sur l'ensemble du tissu commercial
- ◆ Acquérir des connaissances de base et avancées afin que le diplômé soit capable de générer de nouveaux écosystèmes de communication concernant la mode
- ◆ Renforcer les capacités de gestion, d'analyse, de créativité et de leadership en tant que compétences principales pour évoluer dans de la Industrie
- ◆ Développer d'excellentes compétences en matière de communication écrite et orale, verbale et non verbale
- ◆ Acquérir la responsabilité éthique nécessaire
- ◆ Obtenir les connaissances nécessaires pour écrire et transmettre des informations à travers les différents genres journalistiques, revues





## Objectifs spécifiques

### Module 1. Histoire du vêtement

- ◆ Identifier les ressources linguistiques et expressives en relation avec les contenus
- ◆ Choisir des ressources de recherche et d'innovation pour résoudre les questions soulevées dans le cadre des fonctions, des besoins et des matériaux du vêtement
- ◆ Rassembler les stratégies méthodologiques et esthétiques qui aident à fonder et à développer les processus créatifs
- ◆ Distinguer les processus psychologiques dans l'évolution des pièces dans l'histoire du vêtement
- ◆ Associer le langage formel et symbolique à la fonctionnalité dans le domaine du vêtement
- ◆ Démontrer l'interrelation entre les éléments du vêtement et les domaines humanistes
- ◆ Justifier les contradictions entre le vêtement de luxe et les valeurs éthiques
- ◆ Réfléchir à l'impact de l'innovation et de la qualité dans la production de vêtements sur la qualité de vie et l'environnement

### Module 2. Magazines

- ◆ Connaître les particularités qui définissent le magazine en tant que support du journalisme écrit, sa typologie et la segmentation de son marché
- ◆ Produire des publications périodiques sur papier et en format numérique
- ◆ Connaître la tradition et le contexte historique de la technologie de la communication écrite et de la conception journalistique
- ◆ Analyser et identifier les différents composants d'un magazine
- ◆ Connaître le magazine, ses spécificités et le marché de l'édition

### Module 3. Chaîne de Communication de Mode

- ◆ Fournir une communication directe, personnelle et appropriée capable de répondre aux objectifs spécifiques de chaque réseau social
- ◆ Avoir une vision spécifique de chacun des canaux de communication numérique qui existent actuellement
- ◆ Comprendre comment l'influence s'exerce à partir du canal de communication et les nouvelles stratégies de pouvoir qui s'exercent à partir de l'environnement numérique
- ◆ Répliquer un exercice d'influence à partir du canal de médias sociaux lui-même
- ◆ Identifier l'essor de la chaîne audiovisuelle comme un média leader dans l'opinion publique



*Vous atteindrez vos objectifs grâce à ce Certificat Avancé en Communication de Mode"*

# 03

## Structure et contenu

Ce Certificat Avancé en Communication de Mode est composé de 3 modules, de 10 matières chacun, à travers lesquels les étudiants découvriront l'histoire de la mode, et en apprendront davantage sur les magazines de mode et les canaux de communication utilisés dans ce domaine, tels que les réseaux sociaux et autres services de contenu comme YouTube. De cette manière, ils recevront une formation complète et transversale qu'ils pourront ensuite mettre en pratique dans leur carrière professionnelle.





“

*Le meilleur contenu pour réussir  
dans le monde de la mode"*

## Module 1. Histoire de l'habillement

- 1.1. La Préhistoire
  - 1.1.1. Introduction
  - 1.1.2. Les civilisations préhistoriques
  - 1.1.3. Le commerce à l'époque préhistorique
  - 1.1.4. Le costume préhistorique
  - 1.1.5. Les fourrures et les pelleteries
  - 1.1.6. Textiles et techniques
  - 1.1.7. Concordance chronologique et similitudes dans le costume préhistorique
- 1.2. Age Antique: Égypte et la Mésopotamie
  - 1.2.1. Égypte
  - 1.2.2. Le peuple assyrien
  - 1.2.3. Le peuple perse
- 1.3. Age Antique: La Grèce classique
  - 1.3.1. Le costume crétois
  - 1.3.2. Tissus utilisés en Grèce Antique
  - 1.3.3. Vêtements de la Grèce Antique
  - 1.3.4. Sous-vêtements de la Grèce Antique
  - 1.3.5. Chaussures de la Grèce Antique
  - 1.3.6. Chapeaux et coiffures de la Grèce Antique
  - 1.3.7. Couleurs et ornements Grecs Anciens
  - 1.3.8. Accessoires Grecs Anciens
- 1.4. Age Antique: Empire romain
  - 1.4.1. Les tissus de la Rome Antique
  - 1.4.2. Les vêtements de la Rome Antique
  - 1.4.3. Sous-vêtements de la Grèce Antique
  - 1.4.4. Chaussures Romaines Antiques
  - 1.4.5. Chapeaux et coiffures Romains Antiques
  - 1.4.6. Relation entre le statut social et l'habillement dans la Rome Antique
  - 1.4.7. Le style byzantin
- 1.5. Haut Moyen Âge et Moyen Âge Tardif
  - 1.5.1. Caractéristiques historiques générales de la période médiévale
  - 1.5.2. Le costume au début de la période médiévale
  - 1.5.3. Le costume à l'époque carolingienne
  - 1.5.4. Le costume à l'époque romane
  - 1.5.5. Le costume gothique
- 1.6. L'Age Moderne: Renaissance, Baroque et Rococo
  - 1.6.1. XVe et XVIe Siècles: Renaissance
  - 1.6.2. XVIIe siècle: Baroque
  - 1.6.3. XVIIIe siècle: Rococo
- 1.7. Âge Contemporain: Néoclassicisme et Romantisme
  - 1.7.1. L'industrie du vêtement
  - 1.7.2. Charles Frederick Worth
  - 1.7.3. Jacquet Doucet
  - 1.7.4. Vêtements pour femmes
  - 1.7.5. Joséphine Bonaparte: le style empire
- 1.8. L'époque contemporaine: l'ère victorienne et la *Belle Époque*
  - 1.8.1. La Reine Victoria
  - 1.8.2. Les vêtements pour hommes
  - 1.8.3. Dandy
  - 1.8.4. Paul Poiret
  - 1.8.5. Madeleine Vionnet
- 1.9. Age Contemporain: du vêtement à la mode
  - 1.9.1. Nouveau contexte et changement social
  - 1.9.2. Les créateurs de mode
  - 1.9.3. Coco Chanel
  - 1.9.4. Le *New look*
- 1.10. Époque contemporaine: le siècle des créateurs et de la mode
  - 1.10.1. La robe moderne
  - 1.10.2. L'essor des créateurs américains
  - 1.10.3. La scène londonienne

## Module 2. Magazines

- 2.1. Qu'est-ce qu'un magazine?
  - 2.1.1. Introduction
  - 2.1.2. Qu'est-ce qu'un magazine? Ses spécificités et le marché de l'édition
  - 2.1.3. Spécificités de la revue
  - 2.1.4. Le marché des magazines: questions générales
  - 2.1.5. Principaux groupes d'édition de revues
- 2.2. Le lecteur de magazines
  - 2.2.1. Introduction
  - 2.2.2. Le lecteur de magazines
  - 2.2.3. Trouver et fidéliser les lecteurs
  - 2.2.4. Le lecteur de magazines imprimés
  - 2.2.5. Le lecteur de magazines numériques
  - 2.2.6. Lectorat et publicité
- 2.3. Création et vie d'un magazine
  - 2.3.1. Introduction
  - 2.3.2. La création d'un journal
  - 2.3.3. Le nom
  - 2.3.4. Le cycle de vie d'une revue
- 2.4. Segmentation et spécialisation des revues
  - 2.4.1. Introduction
  - 2.4.2. Segmentation et spécialisation des revues
  - 2.4.3. Types de revues
    - 2.4.3.1. Magazines culturels
    - 2.4.3.2. Magazines du cœur
    - 2.4.3.3. Suppléments
- 2.5. Structure et contenu des magazines
  - 2.5.1. Introduction
  - 2.5.2. La manchette
  - 2.5.3. La structure
  - 2.5.4. Le contenu
- 2.6. Naissance et développement des revues en Europe et aux États-Unis
  - 2.6.1. Introduction
  - 2.6.2. Les débuts: du XVIe au XVIIIe siècle Des relations aux gazettes
  - 2.6.3. Le XIXe siècle en Europe
  - 2.6.4. Le XIXe siècle en Europe
- 2.7. Le 20e siècle: la consolidation du magazine moderne
  - 2.7.1. Introduction
  - 2.7.2. Les premières décennies du vingtième siècle dans les magazines européens
  - 2.7.3. Les États-Unis entre les années 1920 et 1960: le deuxième boom des magazines
  - 2.7.4. L'Europe après la Seconde Guerre mondiale: les magazines à partir des années 1940
  - 2.7.5. A partir des années 1960: le renouveau du magazine
- 2.8. Jalons de l'histoire des magazines américains
  - 2.8.1. Introduction
  - 2.8.2. National Geographic, une étape importante dans l'histoire des magazines populaires
  - 2.8.3. Time, une étape importante dans les magazines d'actualité hebdomadaires ou *Newsmagazines*
  - 2.8.4. Reader's Digest, un point de repère dans la presse magazine
  - 2.8.5. Le New Yorker, une référence en matière de magazines d'opinion et de culture
- 2.9. Magazines en Europe
  - 2.9.1. Introduction
  - 2.9.2. Diffusion
  - 2.9.3. Les meilleures revues par pays
- 2.10. Revues en Amérique latine
  - 2.10.1. Introduction
  - 2.10.2. Origine
  - 2.10.3. Les meilleures revues par pays

### Module 3. Chaîne de Communication de Mode

- 3.1. L'influence et d'autres stratégies de puissance sur les nouveaux canaux numériques
  - 3.1.1. Les stratégies de pouvoir liées à la Communication de Mode
  - 3.1.2. Influencer dans la sphère des médias sociaux
  - 3.1.3. Gérer les nouveaux leaders numériques: *Influencers* de mode
- 3.2. Le choix du canal de communication: théorie Forrester Research
  - 3.2.1. La nouvelle opinion publique: diriger les masses un par un
  - 3.2.2. Qu'est-ce que la théorie Forrester?
  - 3.2.3. Application de la théorie Forrester Research à l'industrie de la mode
- 3.3. Le pouvoir du langage audiovisuel et de la communication non verbale
  - 3.3.1. La part de marché croissante de la communication non verbale
  - 3.3.2. L'impact du message audiovisuel sur la mode
  - 3.3.3. Composition du discours photographique sur les réseaux sociaux
- 3.4. Évolution et fonctionnement des réseaux sociaux dans l'industrie de la mode
  - 3.4.1. Étapes d'émergence et d'évolution d'Internet
  - 3.4.2. La stratégie multicanal au sein des réseaux sociaux à la mode
  - 3.4.3. Qu'est-ce qu'un réseau social? Différences avec les canaux traditionnels
- 3.5. Facebook, la grande base de données
  - 3.5.1. Communication transversale
  - 3.5.2. Intérêt communautaire
  - 3.5.3. Modèles de présence sur Facebook
- 3.6. Instagram, bien plus que des photos de mode
  - 3.6.1. Messages émotionnels et gestion de l'empathie
  - 3.6.2. L'intimité du quotidien en images
  - 3.6.3. Se démarquer dans le réseau social le plus important de la mode
- 3.7. Le contenu professionnel de LinkedIn
  - 3.7.1. La création de la marque personnelle
  - 3.7.2. Messages cognitifs dans une marque de mode
  - 3.7.3. Gestion des relations avec la concurrence
- 3.8. La politisation de Twitter
  - 3.8.1. La communication impulsive et omnidirectionnelle
  - 3.8.2. Message direct et création de contenu en 20 caractères
  - 3.8.3. L'impact des titres: de la profondeur à la légèreté
- 3.9. TikTok, au-delà de la génération Z
  - 3.9.1. La révolution audiovisuelle et l'accélération des changements de look dans un contexte *Slow fashion*
  - 3.9.2. Démocratisation de la création de contenus audiovisuels
  - 3.9.3. La mode comme fait d'actualité
- 3.10. Youtube, en tant que représentant du contenu audiovisuel
  - 3.10.1. La gestion des attentes dans la création de contenu audiovisuel
  - 3.10.2. Carte des contenus sur YouTube sur la mode, la beauté et le luxe
  - 3.10.3. Nouvelles tendances dans l'opinion publique: les *Microinfluencers*



*Vous saurez tout sur la communication appliquée à la mode"*



# 04

# Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

*Découvrez Relearning, un système qui renonce à l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui exigent la mémorisation”*

## Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

*Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”*



*Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.*



*L'étudiant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.*

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“ Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière ”

La méthode des cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

## Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

*En 2019, nous avons obtenu  
les meilleurs résultats  
d'apprentissage de toutes les  
universités en ligne du monde.*

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

*Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.*

À partir des dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



#### Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



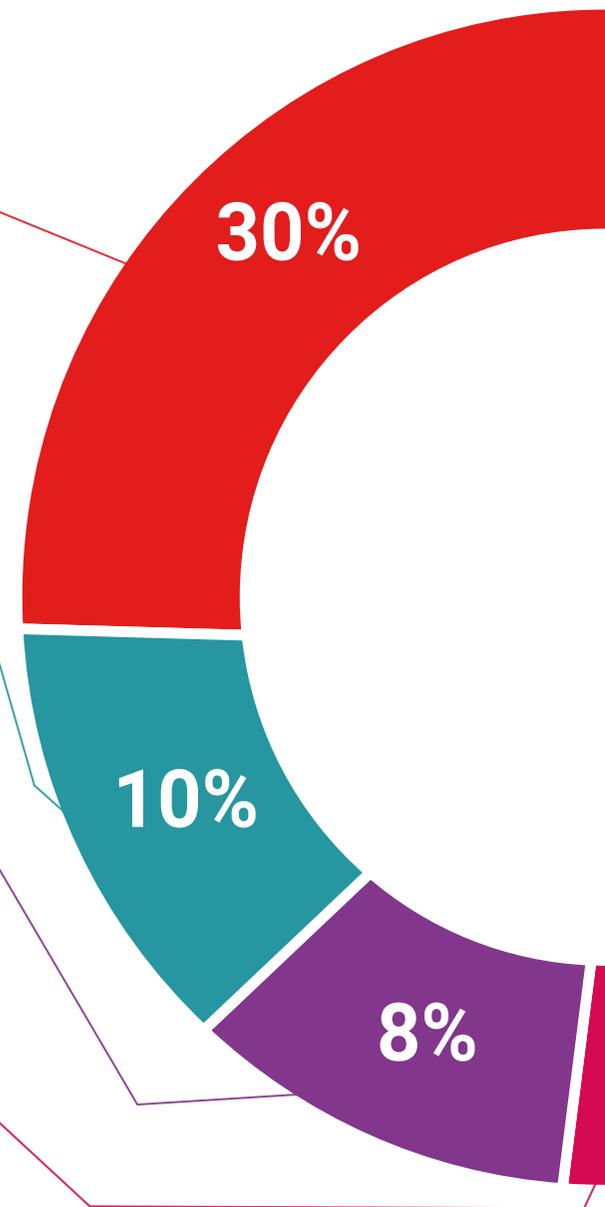
#### Pratiques en compétences et aptitudes

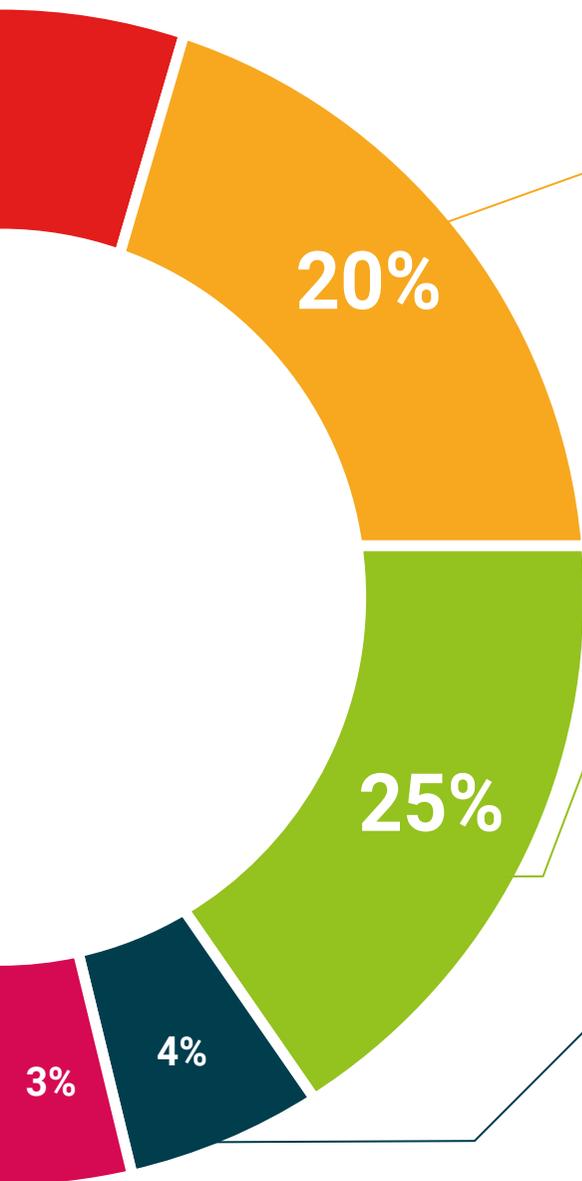
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





#### Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



#### Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



#### Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



# 05 Diplôme

Le Certificat Avancé en Communication de Mode vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”*

Ce **Certificat Avancé en Communication de Mode** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal\* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Communication de Mode**

N.º d'heures officielles: **450 h.**



\*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

**tech** université  
technologique

## Certificat Avancé Communication de Mode

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Certificat Avancé

## Communication de Mode

