

# Mastère Spécialisé Stylisme de Mode





## Mastère Spécialisé Stylisme de Mode

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/fr/design/master/master-stylisme-mode](http://www.techtitute.com/fr/design/master/master-stylisme-mode)

# Accueil

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Compétences

---

*page 14*

04

Structure et contenu

---

*page 18*

05

Méthodologie

---

*page 32*

06

Diplôme

---

*page 40*

# 01

# Présentation

La mode ne peut être comprise sans le stylisme. En effet, c'est le stylisme qui façonne la mode et harmonise l'ensemble esthétique des vêtements. Il est donc conseillé d'avoir une qualification spécifique dans ce domaine si l'on veut réussir dans cette discipline artistique. Ce Mastère Spécialisé a donc été conçu dans le but d'offrir aux étudiants toutes les connaissances nécessaires en matière de stylisme, d'image et de communication afin qu'ils puissent créer des modèles attrayants pour le public et, en même temps, réussir à les diffuser de manière appropriée. De cette façon, ils pourront atteindre un grand prestige dans le monde international de la mode.





“

*Spécialisez-vous dans le Stylisme de Mode et transmettez vos idées au public de manière attrayante”*

La mode et l'image sont des aspects indissociables qui doivent suivre la même ligne pour attirer le public et le fidéliser. Par conséquent, les professionnels du stylisme doivent non seulement être capables de créer des styles innovants et attrayants pour le public, mais aussi de communiquer, à travers leurs créations, leurs propres idées et inspirations. Il s'agit d'un processus complexe qui exige une grande spécialisation mais il est essentiel pour réussir.

Dans ce sens, les créations de mode ne doivent pas être des vêtements uniques, mais doivent être comprises comme un style global capable d'attirer le public et les *Influencers* qui agissent comme promoteurs de la marque, en faisant connaître des créations qui sont à la portée de tous, mais qui, au XXI<sup>e</sup> siècle, atteignent les consommateurs à travers les réseaux sociaux. Afin d'augmenter la formation des professionnels dans ce domaine, ce Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode a été conçu, qui comprend les informations les plus pertinentes sur l'histoire de l'art contemporain, l'habillement, les dessins de mode, la photographie, le stylisme et le marketing de la mode, de sorte que l'étudiant acquiert en un seul programme la formation nécessaire pour se développer dans ce domaine.

Avec tout cela, TECH Université Technologique vise à répondre à l'objectif de haute spécialisation exigé par les créateurs de mode, qui recherchent des programmes de grande qualité pour accroître leur formation et offrir aux utilisateurs des vêtements qui deviendront indispensables à leur garde-robe. Et, pour atteindre cet objectif, il propose un programme de pointe adapté aux dernières évolutions du secteur, avec un syllabus absolument actualisé et réalisé par des professionnels expérimentés, désireux de mettre toutes leurs connaissances à la disposition de leurs étudiants.

Il convient de noter que, s'agissant d'un master 100% en ligne, les étudiants ne seront pas conditionnés par des horaires fixes ou la nécessité de se déplacer vers un autre lieu physique, mais pourront accéder à tous les contenus à tout moment de la journée, en conciliant leur vie professionnelle et personnelle avec leur vie académique.

Ce **Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en mode
- ◆ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique du programme fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Des exercices pratiques afin d'effectuer un processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes en matière de stylisme, d'image et de communication de la mode
- ◆ Conférences 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



*Atteignez l'excellence professionnelle dans un secteur aussi compétitif que l'industrie de la mode, grâce à la qualification supérieure offerte par TECH"*

“

*Le format en ligne de ce Mastère Spécialisé sera essentiel pour que vous puissiez le combiner avec le reste de vos obligations quotidiennes”*

Le corps enseignant comprend des professionnels du secteur de la mode, qui apportent l'expérience de leur travail à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia , développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'apprentissage par les problèmes, grâce auquel les professionnels devront essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui leur sont présentées tout au long du programme universitaire. Pour ce faire, il sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts reconnus.

*Un programme complet qui sera essentiel pour votre développement professionnel dans le secteur de la mode.*

*Accédez à une multitude d'études de cas pratiques et spécialisez-vous afin de travailler dans un secteur de pointe.*



# 02

## Objectifs

Le Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode vise à faciliter la performance des professionnels pour acquérir et apprendre les principaux développements dans ce domaine, ce qui leur permettra de réaliser leur travail quotidien avec la plus grande qualité et professionnalisme. De cette façon, ils seront mieux formés pour évoluer avec succès dans un secteur en plein essor comme l'industrie de la mode, qui exige de plus en plus de professionnels plus qualifiés et capables de s'adapter rapidement aux changements.







“

*Acquérir les connaissances les plus spécifiques sur le stylisme de mode et réussir professionnellement”*



## Objectifs généraux

---

- ◆ Obtenir une connaissance détaillée de l'histoire de la mode, qui sera pertinente pour le travail des professionnels qui souhaitent évoluer dans ce secteur aujourd'hui
- ◆ Connaître le lien entre l'histoire de l'art et la mode
- ◆ Être capable de concevoir des projets de mode réussis
- ◆ Obtenir une formation supérieure en stylisme, image et communication de la mode qui permet aux professionnels de se distinguer dans le secteur

“

*Si vous cherchez à élargir votre formation dans ce domaine, n'y pensez pas à deux fois. TECH a tout ce qu'il faut pour vous aider à y parvenir”*





## Objectifs spécifiques

---

### Module 1. Colorimétrie

- ◆ Connaissance et compréhension théoriques et pratiques du phénomène de la couleur dans ses différents domaines
- ◆ Connaître les différents outils et ressources actualisés pour l'utilisation de la couleur dans le design et manier les différents moyens d'appliquer la couleur, tant manuellement que numériquement, dans le processus de conception
- ◆ Comprendre comment appliquer la couleur en tirant parti des ressources chromatiques et des dimensions standard internationales pour atteindre des objectifs spécifiques dans des projets de conception
- ◆ Analyser et différencier les principales lois de la perception visuelle avec la nomenclature et le langage de la spécialité
- ◆ Comprendre les schémas de base de l'arrangement de la composition dans le design

### Module 2. Histoire de l'art contemporain

- ◆ Développer la méthodologie de l'histoire de l'art contemporain en termes de classification et d'analyse
- ◆ Connaître la terminologie spécifique de l'histoire de l'art contemporain et l'utiliser à bon escient
- ◆ Analyser et comprendre la signification historique de l'art contemporain et son impact sur la société
- ◆ Gérer les ressources et les sources
- ◆ Comprendre l'histoire de l'art comme une source d'inspiration, de créativité et de qualité dans les productions de design

### Module 3. Photographie

- ◆ Compréhension de base des appareils photographiques
- ◆ Connaître les *softwares* de développement et d'édition de photographies
- ◆ Manipuler et comprendre le vocabulaire et les concepts de base du visuel et de l'audiovisuel
- ◆ Analyser de manière critique des images de différents types
- ◆ Gérer les ressources et les sources liées au sujet traité

### Module 4. Histoire de l'habillement

- ◆ Identifier les ressources linguistiques et expressives en relation avec le contenu
- ◆ Choisir les ressources de la recherche et de l'innovation pour résoudre les questions soulevées par les fonctions, les besoins et les matériaux des vêtements
- ◆ Rassembler les stratégies méthodologiques et esthétiques qui permettent de fonder et de développer les processus créatifs
- ◆ Distinguer les processus psychologiques dans l'évolution des pièces de l'histoire du vêtement
- ◆ Associer le langage formel et symbolique à la fonctionnalité dans le domaine de l'habillement
- ◆ Démontrer l'interrelation entre les éléments du vêtement et les domaines humanistes
- ◆ Justifier les contradictions entre les vêtements 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 5. Théorie de l'esthétique et des arts

- ◆ Être capable d'argumenter des opinions avec précision et rigueur, en utilisant la terminologie et le vocabulaire propres à la discipline
- ◆ Argumenter les fondements esthétiques des projets de conception
- ◆ Identifier les caractéristiques formelles et communicatives du travail de conception de mode
- ◆ Comprendre les relations entre les mouvements artistiques et le design
- ◆ Analyser les œuvres de design en appliquant des critères formels, communicatifs et symboliques

### Module 6. Histoire de la Mode

- ◆ Rassembler les stratégies méthodologiques et esthétiques qui permettent de fonder et de développer les processus créatifs
- ◆ Associer le langage formel et symbolique à la fonctionnalité dans le domaine de la mode
- ◆ Justifier les contradictions entre le luxe de la mode et les valeurs éthiques
- ◆ Réfléchir à l'impact de l'innovation et de la qualité dans la production de la mode, du prêt-à-porter et de la mode *low cost* sur la qualité de vie et l'environnement
- ◆ Connaître et valoriser les usages historiques et les moyens par lesquels la mode a eu recours à la construction d'imaginaires
- ◆ Savoir faire des lectures dénotatives et connotatives correctes des images de mode

**Module 7. Stylisme**

- ◆ Identifier et interpréter les différents profils de consommateurs afin de s'adapter aux besoins du client et de pouvoir les satisfaire dans différents types de projets de stylisme
- ◆ Gérer et organiser le travail professionnel d'un styliste de mode dans un contexte éditorial
- ◆ Rechercher, analyser et réinterpréter les nouvelles tendances esthétiques
- ◆ Gérer et organiser le travail professionnel d'un styliste de mode dans le contexte du *e-commerce*
- ◆ Connaître l'environnement visuel et créatif environnant

**Module 8. Marketing de la mode**

- ◆ Comprendre le concept de marketing
- ◆ Apprendre à se positionner sur le marché de la mode et son environnement
- ◆ Comprendre comment établir une politique de prix et de produits
- ◆ Connaître les procédures de distribution des produits
- ◆ Communiquer des idées et des projets aux clients, argumenter raisonnablement, savoir évaluer les propositions et canaliser le dialogue

**Module 9. 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 différentes composantes d'un magazine
- ◆ Connaître le magazine, ses spécificités et le marché éditorial

**Module 10. Les canaux de communication dans la mode**

- ◆ Offrir 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 existants
- ◆ 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
- ◆ Reproduire un exercice d'influence à partir de vos réseaux sociaux
- ◆ Identifier la montée en puissance de la chaîne audiovisuelle comme média leader auprès de l'opinion publique

# 03

## Compétences

Ce programme de TECH Université Technologique a été conçu avec un objectif clé: offrir la meilleure formation disponible aux professionnels de la mode. Ainsi, après avoir passé les évaluations du Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode, les professionnels auront acquis les compétences nécessaires pour réaliser une praxis de qualité, actualisée sur la base de la méthodologie d'enseignement la plus innovante. De cette manière, ils seront mieux à même de développer et de créer avec succès des projets innovants au goût du public dans le secteur de la mode, un secteur très demandé et compétitif.





“

*Un programme de pointe pour les professionnels qui souhaitent se spécialiser dans un secteur hautement compétitif”*



## Compétences générales

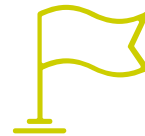
- ◆ Créer des dessins attrayants qui deviennent un *must* de la saison
- ◆ Appliquer les critères historiques de l'industrie de la mode aux créations actuelles, afin qu'elles deviennent des vêtements essentiels dans toute garde-robe
- ◆ Développer une communication efficace sur le secteur de la mode

“

*Acquérir les compétences nécessaires pour évoluer avec succès dans la industrie de la mode”*







## Compétences spécifiques

---

- ◆ Avoir une connaissance approfondie des couleurs et appliquer les couleurs les plus appropriées à chaque dessin
- ◆ Comprendre l'impact de l'art contemporain sur la mode
- ◆ Maîtriser le domaine de la photographie
- ◆ Créer des modèles de mode à partir du dessin de vêtements et de figurines
- ◆ Connaître l'évolution du vêtement et son processus de création
- ◆ Maîtriser les mouvements artistiques liés à la mode
- ◆ Connaître toutes les phases de la création de mode
- ◆ Appliquer des critères innovants dans la conception et la création de vêtements.
- ◆ Adapter la création de collections de mode aux besoins du public
- ◆ Appliquer les outils de marketing au secteur de la mode afin de faire connaître la marque au grand public

# 04

# Structure et contenu

Le contenu du Mastère Spécialisé couvre de manière structurée tous les domaines de connaissance que les professionnels de la mode doivent connaître en profondeur, y compris les nouvelles et les mises à jour les plus intéressantes du secteur. Une étude de haute qualité qui permettra aux étudiants de concourir avec solvabilité et une capacité suffisante dans un secteur hautement compétitif. À cette fin, le programme a été conçu par des professionnels ayant une grande expérience, qui ont mis toute leur expertise dans un programme qui sera indispensable dans le cursus des professionnels du 21<sup>e</sup> siècle.



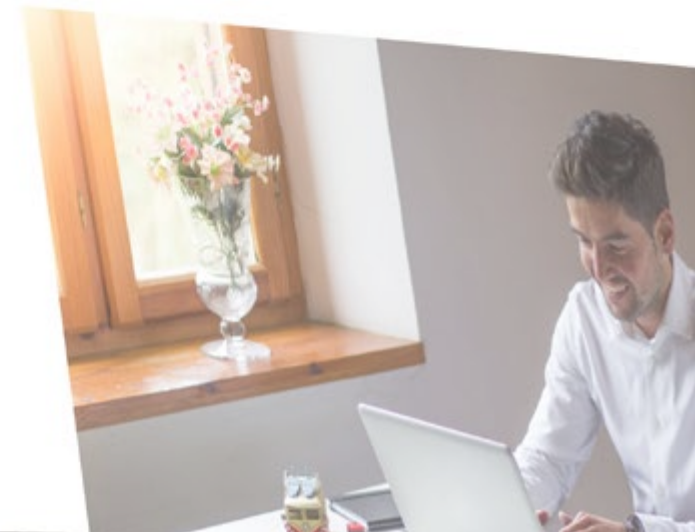
Apr  
05

## Office Outfit

465 comments

Today I want to show you a simply casual look to go office everyday...

[read more](#)





“

*Un programme très complet et bien structuré, conçu pour fournir un aperçu efficace des concepts les plus récents en matière de Stylisme de Mode”*

## Module 1. Colorimétrie

- 1.1. Théorie des couleurs
  - 1.1.1. Perception de la forme et de l'espace
  - 1.1.2. Couleur. Définition
  - 1.1.3. Perception de la couleur
  - 1.1.4. Propriétés ou dimensions de la couleur
  - 1.1.5. Classification des couleurs
- 1.2. La perception de la couleur
  - 1.2.1. L'œil humain
  - 1.2.2. Vision des couleurs
  - 1.2.3. Variables dans la perception des couleurs
  - 1.2.4. Perception non visuelle de la couleur
- 1.3. Modèles de couleurs et normalisation
  - 1.3.1. Histoires des couleurs
    - 1.3.1.1. Premières théories
    - 1.3.1.2. Léonard de Vinci
    - 1.3.1.3. Isaac Newton
    - 1.3.1.4. Moses Harris
    - 1.3.1.5. Goethe
    - 1.3.1.6. Runge
    - 1.3.1.7. Chevreul
    - 1.3.1.8. Rood
    - 1.3.1.9. Munsell
    - 1.3.1.10. Ostwald
  - 1.3.2. Perception visuelle
    - 1.3.2.1. Absorption et réflexion
    - 1.3.2.2. Molécules de pigments
  - 1.3.3. Attributs de la couleur
    - 1.3.3.1. Tonalité
    - 1.3.3.2. Hue
    - 1.3.3.3. Saturation
  - 1.3.4. Couleurs chaudes et froides
  - 1.3.5. L'harmonie des couleurs
  - 1.3.6. Contraste
- 1.3.7. Effets de la couleur
  - 1.3.7.1. Taille
  - 1.3.7.2. Transparence, poids et masse
- 1.4. Sémiotique et sémantique de la couleur
  - 1.4.1. Sémiotique de la couleur
  - 1.4.2. Description de la couleur
  - 1.4.3. Couleurs: matière, lumières, perceptions, sensations
  - 1.4.4. Couleur et matière
  - 1.4.5. La vérité d'une couleur
  - 1.4.6. Perception de la couleur
  - 1.4.7. Le poids d'une couleur
  - 1.4.8. Le dictionnaire des couleurs
- 1.5. La couleur dans le design
  - 1.5.1. Tendances chromatiques
  - 1.5.2. Design graphique
  - 1.5.3. Design d'intérieur
  - 1.5.4. Architecture
  - 1.5.5. Design paysager
  - 1.5.6. Design de mode
- 1.6. Composition
  - 1.6.1. Généralités
    - 1.6.1.1. Codes utilisés
    - 1.6.1.2. Degré d'originalité et de banalité
    - 1.6.1.3. Degré d'iconicité et d'abstraction
  - 1.6.2. Organisation configurationnelle de l'image: relation entre l'arrière-plan et la figure
  - 1.6.3. Organisation configurationnelle de l'image: lois de la gestalt
  - 1.6.4. Organisation configurationnelle de l'image: systèmes d'organisation spatiale
    - 1.6.4.1. Équilibre: statique ou dynamique. Système focal ou orthogonal
    - 1.6.4.2. Proportion
    - 1.6.4.3. Symétrie
    - 1.6.4.4. Mouvement et rythme
  - 1.6.5. Étude sur le terrain

- 1.7. Les fonctions de l'image
  - 1.7.1. Représentant
    - 1.7.1.1. Cartographie
    - 1.7.1.2. Scientifique
    - 1.7.1.3. Architectural
    - 1.7.1.4. Projectif
  - 1.7.2. Persuasif
  - 1.7.3. Artistique
- 1.8. Psychologie des couleurs
  - 1.8.1. Couleurs chaudes et couleurs froides
  - 1.8.2. Effets physiologiques
  - 1.8.3. Symbolisme des couleurs
  - 1.8.4. Préférences personnelles en matière de couleurs
  - 1.8.5. Effets émotionnels
  - 1.8.6. Couleurs locales et expressives
- 1.9. La signification de la couleur
  - 1.9.1. Bleu
  - 1.9.2. Rouge
  - 1.9.3. Jaune
  - 1.9.4. Vert
  - 1.9.5. Noir
  - 1.9.6. Blanc
  - 1.9.7. Orange
  - 1.9.8. Violet
  - 1.9.9. Rose
  - 1.9.10. Or
  - 1.9.11. Argent
  - 1.9.12. Marron
  - 1.9.13. Gris

- 1.10. Utilisation de la couleur
  - 1.10.1. Sources des teintures et des pigments
  - 1.10.2. Éclairage
  - 1.10.3. Mélange d'huiles et d'acryliques
  - 1.10.4. Céramiques émaillées
  - 1.10.5. Verre coloré
  - 1.10.6. Impression en couleur
  - 1.10.7. Photographie en couleur

## Module 2. Histoire de l'art contemporain

- 2.1. Fauvisme
  - 2.1.1. Origine et influence
  - 2.1.2. Caractéristiques
  - 2.1.3. Travaux
  - 2.1.4. Principaux représentants
- 2.2. Expressionnisme
  - 2.2.1. Origine et influence
  - 2.2.2. Caractéristiques
  - 2.2.3. Travaux
  - 2.2.4. Principaux représentants
- 2.3. Futurisme
  - 2.3.1. Origine et influence
  - 2.3.2. Caractéristiques
  - 2.3.3. Travaux
  - 2.3.4. Principaux représentants
- 2.4. Art abstrait
  - 2.4.1. Origine et influence
  - 2.4.2. Caractéristiques
  - 2.4.3. Travaux
  - 2.4.4. Principaux représentants

- 2.5. Constructivisme
  - 2.5.1. Origine et influence
  - 2.5.2. Caractéristiques
  - 2.5.3. Travaux
  - 2.5.4. Principaux représentants
- 2.6. Le dadaïsme
  - 2.6.1. Origine et influence
  - 2.6.2. Caractéristiques
  - 2.6.3. Travaux
  - 2.6.4. Principaux représentants
- 2.7. Surréalisme
  - 2.7.1. Origine et influence
  - 2.7.2. Caractéristiques
  - 2.7.3. Travaux
  - 2.7.4. Principaux représentants
- 2.8. Les premiers courants artistiques de l'art post-conceptuel
  - 2.8.1. L'informalisme
  - 2.8.2. Nouvelle figuration
  - 2.8.3. L'art cinétique
  - 2.8.4. Pop Art
  - 2.8.5. Le nouveau réalisme
  - 2.8.6. L'art action
- 2.9. Les seconds courants artistiques de l'art post-conceptuel
  - 2.9.1. Minimalisme
  - 2.9.2. Hyperréalisme
  - 2.9.3. Art conceptuel
  - 2.9.4. Le postmodernisme
  - 2.9.5. *Le street art*
  - 2.9.6. *Land Art*
- 2.10. L'art post-conceptuel aujourd'hui
  - 2.10.1. Pop Art
  - 2.10.2. Art des objets
  - 2.10.3. *Body art*
  - 2.10.4. *Performance*
  - 2.10.5. Installations

## Module 3. Photographie

- 3.1. Histoire de la photographie
  - 3.1.1. Antécédent de la photographie
  - 3.1.2. Photographie en couleur
  - 3.1.3. Film photographique
  - 3.1.4. Appareil photo numérique
- 3.2. Formation de l'image
  - 3.2.1. L'appareil photographique
  - 3.2.2. Paramètres de base en photographie
  - 3.2.3. Photométrie
  - 3.2.4. Objectifs et longueur focale
- 3.3. Langage photographique
  - 3.3.1. Types de prises de vue
  - 3.3.2. Éléments formels, compositionnels et interprétatifs de l'image photographique
  - 3.3.3. Encadrement
  - 3.3.4. Représentation du temps et du mouvement dans la photographie
  - 3.3.5. Le rapport de la photographie à la réalité et à la vérité
- 3.4. L'appareil photographique
  - 3.4.1. Appareils photo analogiques et numériques
  - 3.4.2. Caméras simples
  - 3.4.3. Les appareils photo reflex
  - 3.4.4. Techniques photographiques de base
  - 3.4.5. Exposition et posemètres
  - 3.4.6. La caméra réflex numérique. Le capteur
  - 3.4.7. La manipulation de l'appareil photo numérique par rapport à l'appareil photo analogique
  - 3.4.8. Aspects spécifiques d'intérêt
  - 3.4.9. Méthodes de travail avec l'appareil photo numérique
- 3.5. L'image numérique
  - 3.5.1. Formats de fichiers
  - 3.5.2. Balance des blancs
  - 3.5.3. Température de couleur
  - 3.5.4. Histogramme. L'exposition en photographie numérique
  - 3.5.5. Gamme dynamique

- 3.6. Le comportement de la lumière
  - 3.6.1. Le photon
  - 3.6.2. Réflexion et absorption
  - 3.6.3. Quantité et qualité de la lumière
    - 3.6.3.1. Lumière dure et lumière douce
    - 3.6.3.2. Lumière directe et diffuse
- 3.7. Expressivité et esthétique de l'éclairage
  - 3.7.1. Ombres, modificateurs et profondeur
  - 3.7.2. Angles d'éclairage
  - 3.7.3. Plans d'éclairage
  - 3.7.4. Mesure de la lumière
    - 3.7.4.1. Le photomètre
    - 3.7.4.2. Lumière incidente
    - 3.7.4.3. Lumière réfléchie
    - 3.7.4.4. Mesure sur plusieurs points
    - 3.7.4.5. Contraste
    - 3.7.4.6. Gris moyen
  - 3.7.5. Éclairage de la lumière du jour
    - 3.7.5.1. Diffuseurs
    - 3.7.5.2. Réflecteurs
  - 3.7.6. Éclairage artificiel
    - 3.7.6.1. Le studio photographique
    - 3.7.6.2. Sources d'éclairage
    - 3.7.6.3. Lumière froide
    - 3.7.6.4. Flashs de studio et flashs compacts
    - 3.7.6.5. Accessoires
- 3.8. Logiciel d'édition
  - 3.8.1. Adobe Lightroom
  - 3.8.2. Adobe Photoshop
  - 3.8.3. *Plugins*
- 3.9. Montage et développement de photos
  - 3.9.1. Développement en Camera RAW
  - 3.9.2. Bruit et mise au point
  - 3.9.3. Ajustements de l'exposition, du contraste et de la saturation. Niveaux et courbes

- 3.10. Références et applications
  - 3.10.1. Les photographes les plus importants de l'histoire
  - 3.10.2. La photographie dans la décoration intérieure
  - 3.10.3. La photographie dans la conception de produits
  - 3.10.4. La photographie dans la création de mode
  - 3.10.5. La photographie dans la conception graphique

## Module 4. Histoire de l'habillement

- 4.1. Préhistoire
  - 4.1.1. Introduction
  - 4.1.2. Civilisations préhistoriques
  - 4.1.3. Le commerce à l'époque préhistorique
  - 4.1.4. Costume préhistorique
  - 4.1.5. Fourrures et magasins de fourrures
  - 4.1.6. Textiles et techniques
  - 4.1.7. Concordance chronologique et similitudes dans le costume préhistorique
- 4.2. Ancienne époque: Égypte et Mésopotamie
  - 4.2.1. Égypte
  - 4.2.2. Le peuple assyrien
  - 4.2.3. Le peuple perse
- 4.3. Ancienne époque: La Grèce classique
  - 4.3.1. Costume crétois
  - 4.3.2. Tissus utilisés dans la Grèce antique
  - 4.3.3. Vêtements de la Grèce antique
  - 4.3.4. Sous-vêtements de la Grèce antique
  - 4.3.5. Chaussures de la Grèce antique
  - 4.3.6. Chapeaux et coiffes de la Grèce antique
  - 4.3.7. Couleurs et ornements de la Grèce antique
  - 4.3.8. Accessoires de la Grèce antique

- 4.4. Ancienne époque: L'Empire romain
  - 4.4.1. Textiles de la Rome antique
  - 4.4.2. Vêtements de la Rome antique
  - 4.4.3. Sous-vêtements romains antiques
  - 4.4.4. Chaussures de la Rome antique
  - 4.4.5. Chapeaux et coiffes de la Rome antique
  - 4.4.6. Relation entre le statut social et l'habillement dans la Rome antique
  - 4.4.7. Style byzantin
- 4.5. Haut Moyen Âge et Moyen Âge tardif
  - 4.5.1. Caractéristiques historiques générales de la période médiévale
  - 4.5.2. Le costume au début de la période médiévale
  - 4.5.3. Le costume à l'époque carolingienne
  - 4.5.4. Le costume à l'époque romane
  - 4.5.5. Costume gothique
- 4.6. L'âge moderne: Renaissance, baroque et rococo
  - 4.6.1. 15ème et 16ème siècle: Renaissance
  - 4.6.2. 17ème siècle: Baroque
  - 4.6.3. 18ème siècle: Rococo
- 4.7. Âge contemporain: Néoclassicisme et romantisme
  - 4.7.1. L'industrie de l'habillement
  - 4.7.2. Charles Frederick Worth
  - 4.7.3. Jacques Doucet
  - 4.7.4. Vêtements pour femmes
  - 4.7.5. Joséphine Bonaparte: le style Empire
- 4.8. Âge contemporain: L'ère victorienne et la Belle Époque
  - 4.8.1. La Reine Victoria
  - 4.8.2. Vêtements pour hommes
  - 4.8.3. Dandy
  - 4.8.4. Paul Poiret
  - 4.8.5. Madeleine Vionnet
- 4.9. L'âge contemporain: du costume à la mode
  - 4.9.1. Nouveau contexte et changement social
  - 4.9.2. Créateurs de mode
  - 4.9.3. Coco Chanel
  - 4.9.4. Le nouveau look







- 4.10. L'époque contemporaine: le siècle des créateurs et de la mode
  - 4.10.1. Vêtements modernes
  - 4.10.2. La montée en puissance des designers américains
  - 4.10.3. La scène londonienne

## Module 5. Théorie de l'esthétique et des arts

- 5.1. Origine et ancienneté de l'esthétique
  - 5.1.1. Définition de l'esthétique
  - 5.1.2. Le platonisme
  - 5.1.3. L'aristotélisme
  - 5.1.4. Le néoplatonisme
- 5.2. Mimésis, Poïesis et Katharsi
  - 5.2.1. Mimesis
  - 5.2.2. Poïesis
  - 5.2.3. Kátharsi
- 5.3. Moyen Âge et époque moderne
  - 5.3.1. La scolastique
  - 5.3.2. La Renaissance
  - 5.3.3. Maniérisme
  - 5.3.4. Le baroque
  - 5.3.5. Rationalisme
  - 5.3.6. Empirisme
  - 5.3.7. Le siècle des Lumières
  - 5.3.8. Idéalisme
- 5.4. La définition de l'art aujourd'hui
  - 5.4.1. L'art
  - 5.4.2. L'artiste
  - 5.4.3. Le goût et la critique
  - 5.4.4. Beaux-arts
- 5.5. Les beaux-arts
  - 5.5.1. Architecture
  - 5.5.2. Sculpture
  - 5.5.3. Peinture
  - 5.5.4. Musique
  - 5.5.5. Poésie

- 5.6. Esthétique et réflexion
  - 5.6.1. Esthétique positiviste
  - 5.6.2. Esthétique idéaliste
  - 5.6.3. Esthétique critique
  - 5.6.4. Esthétique libertaire
- 5.7. Esthétique et éthique
  - 5.7.1. L'illumination
  - 5.7.2. Idéalisme
    - 5.7.2.1. Kant
    - 5.7.2.2. Schiller, Fichte, Schelling
    - 5.7.2.3. Hegel
  - 5.7.3. Romantisme
    - 5.7.3.1. Kierkegaard, Schopenhauer et Wagner
    - 5.7.3.2. Nietzsche
- 5.8. Esthétique et goût
  - 5.8.1. Le goût esthétique comme statut théorique éclairé
  - 5.8.2. Le goût pour le saisissant
  - 5.8.3. L'esthétisation du goût
- 5.9. L'esthétique contemporaine
  - 5.9.1. Formalisme
  - 5.9.2. Iconologie
  - 5.9.3. Néoidéalisme
  - 5.9.4. Marxisme
  - 5.9.5. Pragmatisme
  - 5.9.6. Noucentisme
  - 5.9.7. Raciovitalisme
  - 5.9.8. Empirisme logique
  - 5.9.9. Sémiotique
  - 5.9.10. Phénoménologie
  - 5.9.11. Existentialisme
  - 5.9.12. Esthétique postmoderne

- 5.10. Catégories esthétiques
  - 5.10.1. La beauté
  - 5.10.2. La laideur
  - 5.10.3. Le sublime
  - 5.10.4. La tragédie
  - 5.10.5. La bande dessinée
  - 5.10.6. Le grotesque

## Module 6. Histoire de la Mode

- 6.1. De l'habillement à la mode
  - 6.1.1. Nouveau contexte et changement social
  - 6.1.2. La libération des femmes
  - 6.1.3. Nouveau concept du créateur de mode
  - 6.1.4. Début du 20<sup>e</sup> siècle
- 6.2. Vêtements modernes
  - 6.2.1. Vêtements modernes
  - 6.2.2. La montée en puissance des designers américains
  - 6.2.3. La scène londonienne
  - 6.2.4. New York dans les années 1970
  - 6.2.5. La mode des années 80
  - 6.2.6. Groupes de luxe multimarques
  - 6.2.7. La mode fonctionnelle
  - 6.2.8. *Vêtements de sport*
  - 6.2.9. Mode, art et culture pop
  - 6.2.10. *Célébrités*
  - 6.2.11. La photographie et l'internet
- 6.3. Les grands maîtres de la mode
  - 6.3.1. Jeanne Lanvin
  - 6.3.2. Jeanne Paquin
  - 6.3.3. Emilie Flöge
  - 6.3.4. Madeleine Vionnet
  - 6.3.5. Gabrielle Chanel
  - 6.3.6. Elsa Schiaparelli
  - 6.3.7. Carolina Herrera

- 6.4. Les grands maîtres de la mode
  - 6.4.1. Charles Frederick Worth
  - 6.4.2. Jacques Doucet
  - 6.4.3. Paul Poiret
  - 6.4.4. Cristóbal Balenciaga
  - 6.4.5. Christian Dior
  - 6.4.6. Karl Lagerfeld
  - 6.4.7. Alexander McQueen
- 6.5. *Haute Couture*
  - 6.5.1. Histoire de la *Haute Couture*
  - 6.5.2. Fédération de la Haute Couture et de la Mode
  - 6.5.3. Membres de la fédération
  - 6.5.4. *De la Haute Couture au Prêt-à-porter*
- 6.6. Artisanat
  - 6.6.1. Le textile en tant qu'art
  - 6.6.2. Des travaux manuels qui complètent les vêtements
  - 6.6.3. Artistes et artisans liés à la mode
- 6.7. *Mode rapide*
  - 6.7.1. Histoire et origine de la *fast-fashion*
  - 6.7.2. Modèle économique de la *fast-fashion*
  - 6.7.3. Repercution de la *fast-fashion* dan le monde
- 6.8. Publicité et photographie dans la mode
  - 6.8.1. Archétypes et stéréotypes
  - 6.8.2. L'image de la mode
  - 6.8.3. Communication visuelle de la mode
  - 6.8.4. Les grands photographes de mode
- 6.9. Impact de la mode
  - 6.9.1. L'industrie textile
  - 6.9.2. Relations entre l'art et la mode
  - 6.9.3. Mode et société
- 6.10. Théorie et critique de la mode
  - 6.10.1. Les designers actuels et leur influence
  - 6.10.2. Tendances actuelles
  - 6.10.3. La banalisation de la mode

## Module 7. Stylisme

- 7.1. Introduction au stylisme
  - 7.1.1. Esthétique, style et stylisme
  - 7.1.2. Analyse et connaissance des domaines du stylisme
  - 7.1.3. Le rôle du styliste
  - 7.1.4. La communication dans la mode
  - 7.1.5. Communication digitale
    - 7.1.5.1. Les réseaux sociaux
    - 7.1.5.2. *Influencers*
    - 7.1.5.3. *Blogueurs*
  - 7.1.6. Méthodes d'organisation et de production du stylisme
- 7.2. Stylisme de défilé
  - 7.2.1. Qu'est-ce qu'un défilé de mode
  - 7.2.2. Objectifs d'un défilé de mode
  - 7.2.3. Les principaux podiums mondiaux
  - 7.2.4. Les préparatifs préliminaires
  - 7.2.5. L'équipe
  - 7.2.6. *Mise en place du site*
  - 7.2.7. Les modèles
  - 7.2.8. Les apparences
  - 7.2.9. Musique
  - 7.2.10. L'espace
  - 7.2.11. Après l'événement
- 7.3. Style audiovisuel
  - 7.3.1. Cinéma
  - 7.3.2. *Le Fashion film*
  - 7.3.3. *Showroom et showrooming*
  - 7.3.4. Le e-commerce
- 7.4. Étiquette vestimentaire
  - 7.4.1. Tenue formelle
  - 7.4.2. Tenue informelle
  - 7.4.4. Tenue de sport
  - 7.4.5. Types d'étiquette

- 7.5. Morphologie corporelle et colorimétrie
  - 7.5.1. Typologies corporelles
  - 7.5.2. Les silhouettes corporelles
  - 7.5.3. La théorie des couleurs appliquée au conseil
  - 7.5.4. Théorie des saisons de l'année
  - 7.5.5. Classification des couleurs
- 7.6. Maquillage
  - 7.6.1. Introduction au maquillage
  - 7.6.2. Matériel de maquillage
  - 7.6.3. Application du maquillage
  - 7.6.4. Styles de maquillage
- 7.7. *Personal shopper*
  - 7.7.1. Qu'est-ce que le *Personal shopper*?
  - 7.7.2. Processus de conseil en matière de vêtements et d'accessoires
  - 7.7.3. Caractéristiques du conseiller en image
  - 7.7.4. Comment aborder le processus de conseil en image
  - 7.7.5. Développement du processus: la documentation technique
  - 7.7.6. Etude et évaluation de l'image du client
  - 7.7.7. Proposition au client sur l'adoption de nouveaux modèles esthétiques dans l'habillement
  - 7.7.8. Méthodes pour l'adoption de modèles esthétiques vestimentaires
  - 7.7.9. Méthodes de formation du client
  - 7.7.10. Conseils pour l'achat de vêtements et d'accessoires
- 7.8. Préhistoire et antiquité
  - 7.8.1. Préhistoire et antiquité
    - 7.8.1.1. Préhistoire
    - 7.8.1.2. Mésopotamie: Sumériens, Babyloniens et Assyriens, Perses et Mèdes
    - 7.8.1.3. Égypte
    - 7.8.1.4. Crète: civilisation minoenne
    - 7.8.1.5. Grèce
    - 7.8.1.6. Étrurie
    - 7.8.1.7. Rome
    - 7.8.1.8. Empire byzantin
- 7.8.2. Histoire du vêtement: Moyen Âge et Renaissance
  - 7.8.2.1. Âge moyen
  - 7.8.2.2. Renaissance
- 7.8.3. Histoire du vêtement: Baroque et Rococo
  - 7.8.3.1. Baroque: 17ème siècle
  - 7.8.3.2. Rococo: 18ème siècle
- 7.8.4. Histoire du vêtement: 19ème siècle
  - 7.8.4.1. Contexte historique
  - 7.8.4.2. Les vêtements des femmes
  - 7.8.4.3. Vêtements pour hommes
- 7.8.5. Histoire de l'habillement: 20ème siècle
  - 7.8.5.1. Contexte historique
  - 7.8.5.2. Les vêtements de 1900 à 1950
  - 7.8.5.3. Vêtements de 1950 à 2000
- 7.9. Lexique du vêtement
  - 7.9.1. Chapeaux, casquettes et bonnets
  - 7.9.2. Manteaux et vestes
  - 7.9.3. Costumes pour hommes
  - 7.9.4. Nœuds de cravate
  - 7.9.5. Chemises
  - 7.9.6. T-shirts
  - 7.9.7. Cols, encolures et cols
  - 7.9.8. Manches
  - 7.9.9. Pantalon
  - 7.9.10. Robes
  - 7.9.11. Chaussures
  - 7.9.12. Jupes
  - 7.9.13. Accessoires

- 7.10. Styles de base des vêtements
  - 7.10.1. Tendances
  - 7.10.2. Le *Coolhunter*
  - 7.10.3. Le style classique
  - 7.10.4. Le style avant-gardiste
  - 7.10.5. Style informel ou décontracté
  - 7.10.6. Style bohème
  - 7.10.7. Style minimaliste
  - 7.10.8. Style rétro ou *Vintage*
  - 7.10.9. Style *Oversized*
  - 7.10.10. Style félin ou *Lingerie*
  - 7.10.11. Style *Grunge*
  - 7.10.12. Style ethnique
  - 7.10.13. Style *hippie*
  - 7.10.14. Style punk
  - 7.10.15. Style exécutif
  - 7.10.16. Style gothique
  - 7.10.17. Style safari
  - 7.10.18. Style militaire
  - 7.10.19. Style folklorique
  - 7.10.20. Style *Underground*
  - 7.10.21. Autres styles

## Module 8. Marketing de la mode

- 8.1. Commercialisation de la mode
  - 8.1.1. Introduction à la commercialisation de la mode
  - 8.1.2. Définition de la commercialisation
  - 8.1.3. Marketing et variables
- 8.2. L'étude de marché dans la mode
  - 8.2.1. Environnement du marché de la mode
  - 8.2.2. Structure du marché
  - 8.2.3. Acteurs du processus industriel
  - 8.2.4. Le marché international
- 8.3. Stratégies sur les marchés de la mode
  - 8.3.1. La segmentation du marché
  - 8.3.2. Positionnement du produit
  - 8.3.3. L'étude de marché
- 8.4. Le consommateur de mode
  - 8.4.1. Le consommateur de mode
  - 8.4.2. Le comportement d'achat
  - 8.4.3. Processus de décision d'achat
- 8.5. Le produit de mode
  - 8.5.1. Le produit de mode
  - 8.5.2. Le cycle de vie du produit
  - 8.5.3. Identité de la marque
- 8.6. Politique de tarification de la mode
  - 8.6.1. Prix
  - 8.6.2. Les coûts
  - 8.6.3. Fixation des prix
- 8.7. Communication de la mode
  - 8.7.1. Communication et promotion du produit
  - 8.7.2. Le podium
  - 8.7.3. Tendances
  - 8.7.4. Le contrôle de la qualité dans le processus
- 8.8. Distribution de la mode
  - 8.8.1. Distribution
  - 8.8.2. Logistique
  - 8.8.3. Espace de vente
  - 8.8.4. *Merchandising*
- 8.9. Marketing de la mode
  - 8.9.1. Marketing stratégique
  - 8.9.2. Planification de la commercialisation
  - 8.9.3. Marketing en ligne
- 8.10. Responsabilité des entreprises de mode
  - 8.10.1. Responsabilité Sociale des entreprises
  - 8.10.2. Facteurs sociaux
  - 8.10.3. Profil professionnel du marketing

## Module 9. Magazines

- 9.1. Qu'est-ce qu'un magazine
  - 9.1.1. Introduction
  - 9.1.2. Qu'est-ce qu'un magazine. Leurs spécificités et le marché de l'édition
  - 9.1.3. Spécificités de la revue
  - 9.1.4. Le marché des magazines: questions générales
  - 9.1.5. Principaux groupes d'édition de revues
- 9.2. Le lecteur de magazines
  - 9.2.1. Introduction
  - 9.2.2. Le lecteur de magazines
  - 9.2.3. Trouver et fidéliser les lecteurs
  - 9.2.4. Le lecteur de magazines imprimés
  - 9.2.5. Le lecteur de magazines numériques
  - 9.2.6. Lectorat et publicité
- 9.3. Création et vie d'un magazine
  - 9.3.1. Introduction
  - 9.3.2. La création d'un journal
  - 9.3.3. Le nom
  - 9.3.4. Le cycle de vie d'une revue
- 9.4. Segmentation et spécialisation des revues
  - 9.4.1. Introduction
  - 9.4.2. Segmentation et spécialisation des revues
  - 9.4.3. Types de revues
    - 9.4.3.1. Magazines culturels
    - 9.4.3.2. Magazines du cœur
    - 9.4.3.3. Suppléments
- 9.5. Structure et contenu des magazines
  - 9.5.1. Introduction
  - 9.5.2. La manchette
  - 9.5.3. La structure
  - 9.5.4. Le contenu
- 9.6. Naissance et développement des revues en Europe et aux États-Unis
  - 9.6.1. Introduction
  - 9.6.2. Les débuts: du XVIe au XVIIIe siècle. Des relations aux gazettes
  - 9.6.3. Le XIXe siècle en Europe
  - 9.6.4. Le XIXe siècle en Europe
- 9.7. Le 20e siècle: la consolidation du magazine moderne
  - 9.7.1. Introduction
  - 9.7.2. Les premières décennies du vingtième siècle dans les magazines européens
  - 9.7.3. Les États-Unis entre les années 1920 et 1960: le deuxième boom des magazines
  - 9.7.4. L'Europe après la Seconde Guerre mondiale: les magazines à partir des années 1940
  - 9.7.5. A partir des années 1960: le renouveau du magazine
- 9.8. Jalons de l'histoire des magazines américains
  - 9.8.1. Introduction
  - 9.8.2. National Geographic, une étape importante dans l'histoire des magazines populaires
  - 9.8.3. Time, un jalon pour les *Newsmagazines* hebdomadaires
  - 9.8.4. Reader's Digest, un point de repère dans la presse magazine
  - 9.8.5. Le New Yorker, une référence en matière de magazines d'opinion et de culture
- 9.9. Magazines en Europe
  - 9.9.1. Introduction
  - 9.9.2. Diffusion
  - 9.9.3. Les meilleures revues par pays
- 9.10. Les magazines en Amérique latine
  - 9.10.1. Introduction
  - 9.10.2. Origine
  - 9.10.3. Les meilleures revues par pays

**Module 10. Les canaux de communication dans la mode**

- 10.1. Stratégies d'influence et autres stratégies de pouvoir dans les nouveaux canaux numériques
  - 10.1.1. Stratégies de pouvoir liées à la communication de la mode
  - 10.1.2. Influence dans le domaine des réseaux sociaux
  - 10.1.3. Gérer les nouveaux leaders numériques: *influencers* de mode
- 10.2. Le choix du canal de communication: théorie de Forrester Research
  - 10.2.1. La nouvelle opinion publique: cibler les masses une par une
  - 10.2.2. Qu'est-ce que la théorie de Forrester?
  - 10.2.3. Application de la théorie de Forrester Research au secteur de la mode
- 10.3. Le pouvoir du langage audiovisuel et de la communication non verbale
  - 10.3.1. La part de marché croissante de la communication non verbale
  - 10.3.2. L'impact du message audiovisuel sur la mode
  - 10.3.3. Composition du discours photographique sur les réseaux sociaux
- 10.4. Évolution et fonctionnement des réseaux sociaux dans le secteur de la mode
  - 10.4.1. Les étapes de l'émergence et de l'évolution de l'internet
  - 10.4.2. La stratégie multicanal dans les réseaux sociaux de la mode
  - 10.4.3. Qu'est-ce qu'un réseau social? Différences avec les canaux traditionnels
- 10.5. Facebook, la grande base de données
  - 10.5.1. Communication transversale
  - 10.5.2. Intérêt communautaire
  - 10.5.3. Modèles de présence sur Facebook
- 10.6. Instagram, bien plus que des photos de mode
  - 10.6.1. Messages émotionnels et gestion de l'empathie
  - 10.6.2. L'intimité de la vie quotidienne en images
  - 10.6.3. Se démarquer sur le réseau social le plus important de la mode
- 10.7. Contenu professionnel sur LinkedIn
  - 10.7.1. Créer une marque personnelle
  - 10.7.2. Les messages cognitifs dans l'image de marque de la mode
  - 10.7.3. Gestion des relations avec les concurrents

- 10.8. La politisation de Twitter
  - 10.8.1. Communication impulsive et omnidirectionnelle
  - 10.8.2. Le message direct et la création de contenu en 20 caractères
  - 10.8.3. L'impact des titres: de la profondeur à la légèreté
- 10.9. TikTok, au-delà de la génération Z
  - 10.9.1. La révolution audiovisuelle et l'accélération du changement de look dans un contexte *de slow fashion*
  - 10.9.2. Démocratisation de la création de contenus audiovisuels
  - 10.9.3. La mode, un événement digne d'intérêt et d'actualité
- 10.10. YouTube en tant que représentant du contenu audiovisuel
  - 10.10.1. Gestion des attentes dans la création de contenu audiovisuel
  - 10.10.2. Carte du contenu sur YouTube concernant la mode, la beauté et le luxe
  - 10.10.3. Nouvelles tendances de l'opinion publique: les *micro-influenceurs*



*Un programme unique qui vous donnera les clés pour évoluer avec succès dans le secteur de la mode*

# 05

# 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.



# 06 Diplôme

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





“

*Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie”*

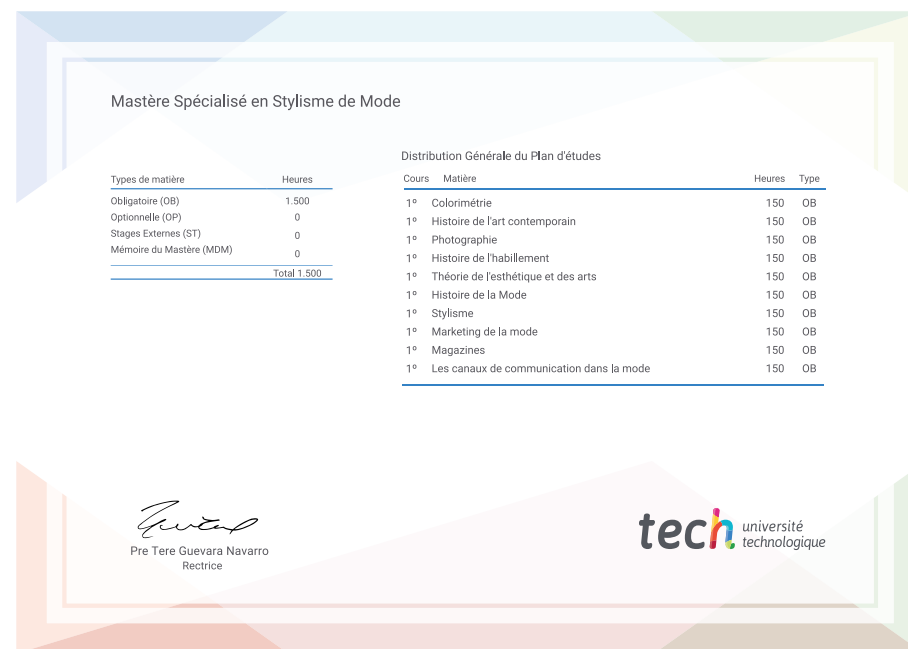
Ce **Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

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

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Stylisme de Mode**

N.° d'Heures Officielles: **1.500 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

## Mastère Spécialisé Stylisme de Mode

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Mastère Spécialisé Stylisme de Mode

