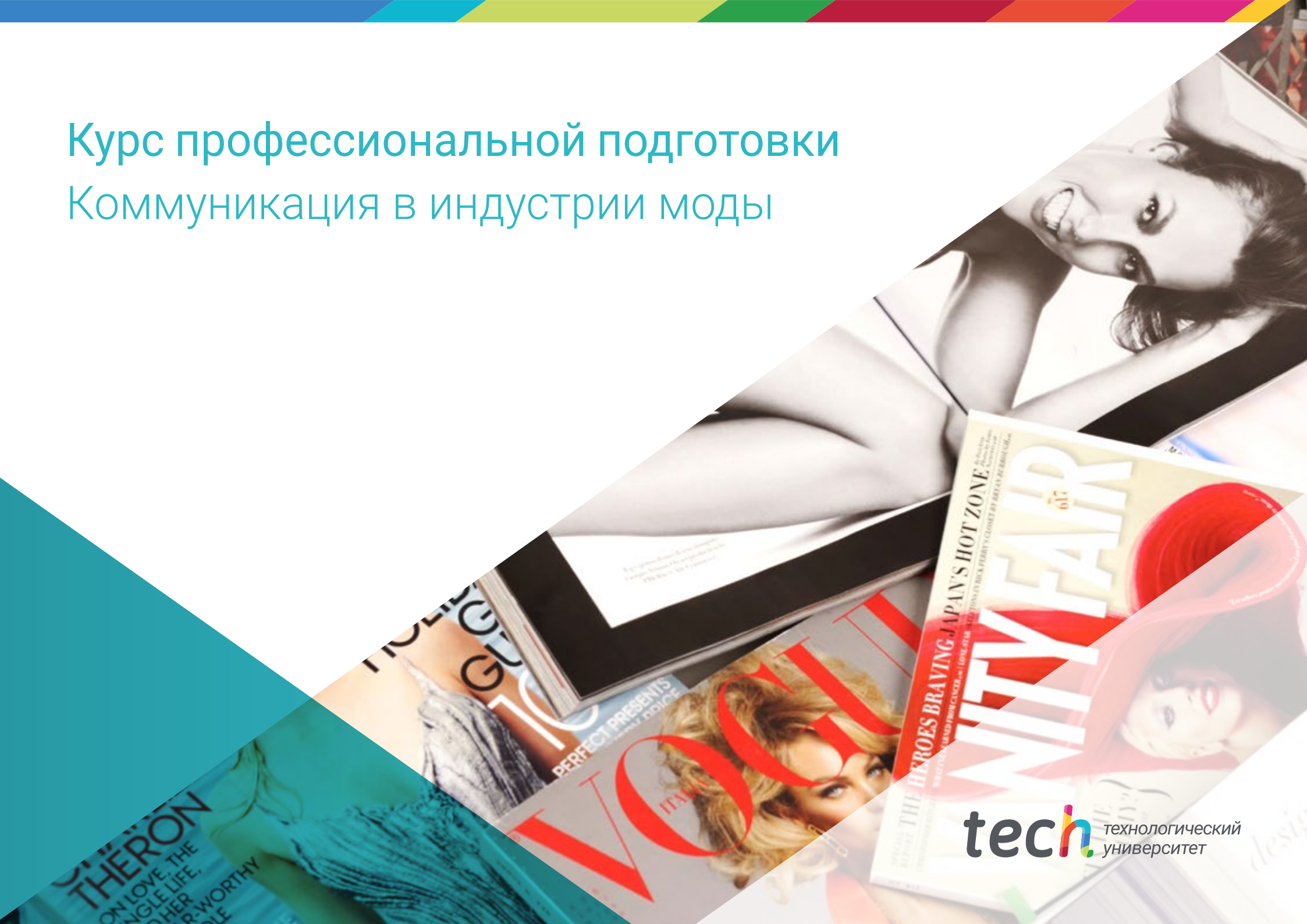


Курс профессиональной подготовки Коммуникация в индустрии моды





Курс профессиональной подготовки Коммуникация в индустрии моды

- » Формат: **онлайн**
- » Продолжительность: **6 месяцев**
- » Учебное заведение: **TECH Технологический университет**
- » Режим обучения: **16ч./неделя**
- » Расписание: **по своему усмотрению**
- » Экзамены: **онлайн**

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/design/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-fashion-communication

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Структура и содержание

стр. 12

04

Методология

стр. 18

05

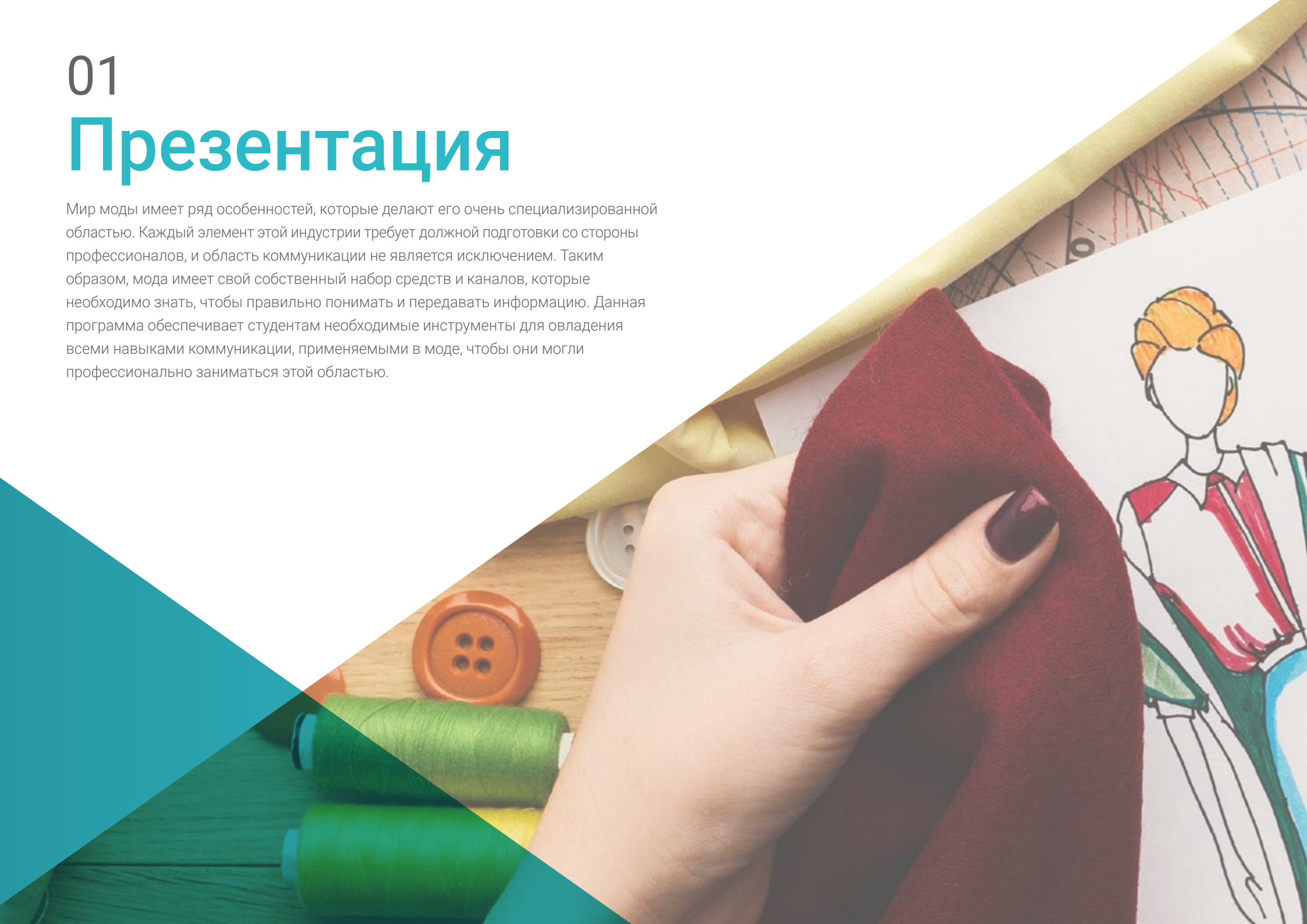
Квалификация

стр. 26

01

Презентация

Мир моды имеет ряд особенностей, которые делают его очень специализированной областью. Каждый элемент этой индустрии требует должной подготовки со стороны профессионалов, и область коммуникации не является исключением. Таким образом, мода имеет свой собственный набор средств и каналов, которые необходимо знать, чтобы правильно понимать и передавать информацию. Данная программа обеспечивает студентам необходимые инструменты для овладения всеми навыками коммуникации, применяемыми в моде, чтобы они могли профессионально заниматься этой областью.



“

Станьте следующей Анной Винтур.
Узнайте, как публиковать и
распространять специализированную
информацию о моде благодаря данному
Курсу профессиональной подготовки”

Мода — одна из тех отраслей, которая способна создать наибольшее количество знаменитостей. Каждый год появляются десятки многообещающих моделей, которые быстро достигают славы. В то же время модели разных поколений сосуществуют в индустрии под медийным зонтиком, который окружает ее.

Но в моде есть и другие типы звезд: журналисты, коммуникаторы и *инфлюенсеры*, которые улавливают суть того, что имеет эстетическую ценность и что нет, и становятся авторитетными фигурами благодаря своим знаниям. Таким образом, они становятся законодателями моды, которые способны передавать через различные каналы, какие сочетания одежды являются актуальными или что станет модным в ближайшем будущем, превращаясь в настоящих знаменитостей.

Но чтобы достичь такого статуса, необходимо обладать специализированными знаниями об истории одежды и о медийной коммуникации. Таким образом, данный Курс профессиональной подготовки в области коммуникации в сфере моды предлагает своим студентам все инструменты и навыки, необходимые для становления специалистами в области коммуникации в этой сфере, позволяя им стать будущими звездами модной журналистики.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области коммуникации в сфере моды** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ◆ Разработка практических кейсов, представленных экспертами в области коммуникации в сфере моды
- ◆ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной практики
- ◆ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ◆ Особое внимание уделяется инновационным методологиям в области коммуникации в сфере моды
- ◆ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ◆ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет

“

Данная программа
обучения открывает вам
двери в мир моды”

“

Всегда мечтали создать свой собственный журнал моды? Вот ваш шанс”

В преподавательский состав входят профессионалы отрасли, которые вносят свой опыт работы в эту программу, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

В центре внимания этой программы – проблемно-ориентированное обучение, с помощью которого специалисты должны попытаться решить различные ситуации профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалисту поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Познай те тайны моды с медийной точки зрения с помощью данного Курса профессиональной подготовки.

Каждый год появляются новые звезды в области коммуникации моды, и вы можете стать одной из них.



02 Цели

Главная цель данного Курса профессиональной подготовки в области коммуникации в сфере моды — предоставить студентам необходимые знания, чтобы научиться передавать информацию в этой области через различные каналы, и стать великими фигурами в сфере коммуникации моды. Для этого программа предлагает лучшие материалы, сосредоточенные на медийных аспектах, таких как журналы и социальные сети, которые играют важную роль в этой сфере сегодня.



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



being your
se.

“

Вскоре вы сможете наблюдать лучшие модные показы в мире”



Общие цели

- ♦ Обладать комплексным и профессиональным видением коммуникационной среды в индустрии моды, роскоши и красоты, выявляя особенности данного сектора, а также его влияние и воздействие на бизнес в целом
- ♦ Приобрести базовые и передовые знания, чтобы иметь возможность создавать новые коммуникационные экосистемы в моде
- ♦ Развивать управленческие, аналитические, творческие и лидерские навыки как основные компетенции для роста в индустрии
- ♦ Развивать отличные устные и письменные, вербальные и невербальные навыки письменной и устной коммуникации
- ♦ Приобрести необходимую этическую ответственность
- ♦ Достичь необходимых знаний для написания и передачи информации посредством различных журналистских жанров в журналах





Конкретные цели

Модуль 1. История одежды

- ♦ Определить языковые и выразительные ресурсы в соотношении с содержанием
- ♦ Выбирать исследовательские и инновационные ресурсы для решения вопросов, поставленных в рамках функций, потребностей и материалов одежды
- ♦ Объединить методологические и эстетические стратегии, которые помогают основывать и развивать творческие процессы
- ♦ Различать психологические процессы в эволюции предметов в истории одежды
- ♦ Связывать формальный и символический язык с функциональностью в области одежды
- ♦ Продемонстрировать взаимосвязь между элементами костюма и гуманистическими областями
- ♦ Обосновать противоречия между одеждой класса люкс и этическими ценностями
- ♦ Осмыслить влияние инноваций и качества в производстве одежды на качество жизни и окружающую среду

Модуль 2. Журналы

- ♦ Знать особенности, определяющие журнал как средство письменной журналистики, его типологию и сегментацию рынка
- ♦ Выпускать печатные и цифровые периодические издания
- ♦ Знать традиции и исторические предпосылки технологии письменной коммуникации и журналистского дизайна
- ♦ Проанализировать и определить различные компоненты журнала
- ♦ Знать особенности журнала, его специфику и издательский рынок

Модуль 3. Каналы коммуникации в индустрии моды

- ♦ Предлагать прямую, личную и уместную коммуникацию, способную удовлетворить конкретные цели для каждой социальной сети
- ♦ Обладать конкретным видением каждого из существующих в настоящее время цифровых каналов коммуникации
- ♦ Понять, как оказывать влияние с помощью каналов коммуникации и новых стратегий, которые реализуются с помощью цифровой среды
- ♦ Повторять упражнения по оказанию влияния из вашего канала в социальных сетях
- ♦ Определить развитие аудиовизуального канала как ведущего средства выражения общественного мнения

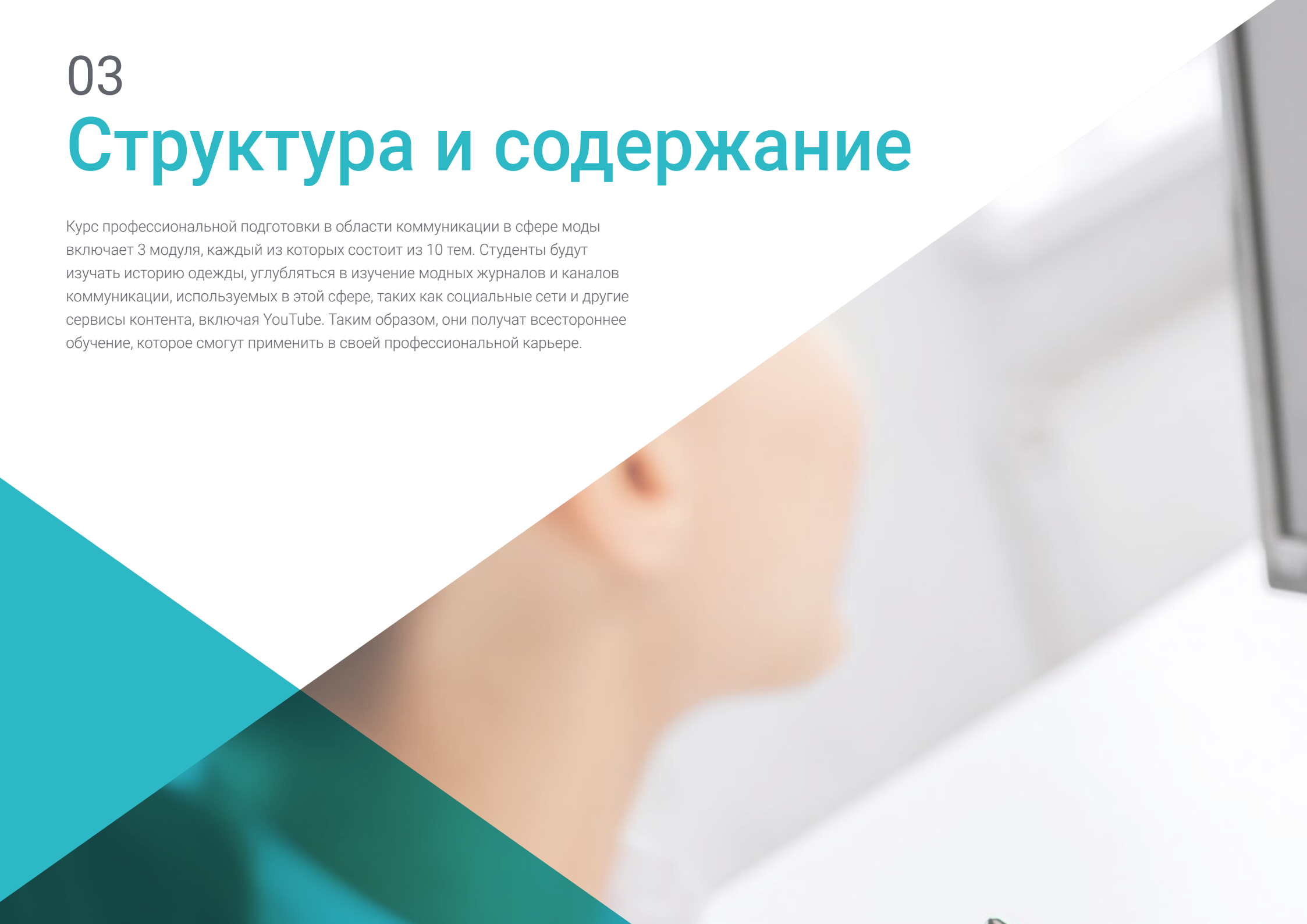


Вы достигнете своих целей благодаря данному Курсу профессиональной подготовки в области коммуникации в сфере моды”

03

Структура и содержание

Курс профессиональной подготовки в области коммуникации в сфере моды включает 3 модуля, каждый из которых состоит из 10 тем. Студенты будут изучать историю одежды, углубляться в изучение модных журналов и каналов коммуникации, используемых в этой сфере, таких как социальные сети и другие сервисы контента, включая YouTube. Таким образом, они получат всестороннее обучение, которое смогут применить в своей профессиональной карьере.





“

*Лучшие материалы, чтобы стать
успешным в мире моды”*

Модуль 1. История одежды

- 1.1. Доисторический период
 - 1.1.1. Введение
 - 1.1.2. Доисторические цивилизации
 - 1.1.3. Торговля в доисторические времена
 - 1.1.4. Доисторический костюм
 - 1.1.5. Меха и меховые мастерские
 - 1.1.6. Полотна и техники
 - 1.1.7. Хронологическое соответствие и сходство в доисторическом костюме
- 1.2. Древность: Египет и Месопотамия
 - 1.2.1. Египет
 - 1.2.2. Ассирийский народ
 - 1.2.3. Персидский народ
- 1.3. Древность: Классическая Греция
 - 1.3.1. Критский костюм
 - 1.3.2. Полотна, используемые в Древней Греции
 - 1.3.3. Древнегреческая одежда
 - 1.3.4. Древнегреческая нижняя одежда
 - 1.3.5. Древнегреческая обувь
 - 1.3.6. Древнегреческие шапки и головные уборы
 - 1.3.7. Древнегреческие цвета и орнаменты
 - 1.3.8. Древнегреческие аксессуары
- 1.4. Древность: Римская империя
 - 1.4.1. Полотна Древнего Рима
 - 1.4.2. Древнеримские предметы одежды
 - 1.4.3. Древнеримская нижняя одежда
 - 1.4.4. Древнеримская обувь
 - 1.4.5. Древнеримские шляпы и головные уборы
 - 1.4.6. Взаимосвязь социального статуса и одежды в Древнем Риме
 - 1.4.7. Византийский стиль
- 1.5. Раннее Средневековье и Позднее Средневековье
 - 1.5.1. Общие исторические особенности средневекового периода
 - 1.5.2. Костюм в период раннего средневековья
 - 1.5.3. Костюм в период Каролингов
 - 1.5.4. Костюм в романский период
 - 1.5.5. Готический костюм
- 1.6. Современная эпоха: Ренессанс, барокко и рококо
 - 1.6.1. XV и XVI века: Ренессанс
 - 1.6.2. XVII век: Барокко
 - 1.6.3. XVIII век: Рококо
- 1.7. Современная эпоха: Неоклассицизм и романтизм
 - 1.7.1. Индустрия одежды
 - 1.7.2. Чарльз Фредерик Уорт
 - 1.7.3. Жак Дусе
 - 1.7.4. Женская одежда
 - 1.7.5. Жозефина Бонапарт: стиль ампир
- 1.8. Современная эпоха: викторианская эпоха и *Belle Époque*
 - 1.8.1. Королева Виктория
 - 1.8.2. Мужская одежда
 - 1.8.3. Денди
 - 1.8.4. Поль Пуаре
 - 1.8.5. Мадлен Вионне
- 1.9. Современная эпоха: от одежды к моде
 - 1.9.1. Новый контекст и социальные изменения
 - 1.9.2. Дизайнеры одежды
 - 1.9.3. Коко Шанель
 - 1.9.4. *Нью Лук*
- 1.10. Современный век: век дизайнеров и моды
 - 1.10.1. Современная одежда
 - 1.10.2. Восхождение американских дизайнеров
 - 1.10.3. Лондонская сцена

Модуль 2. Журналы

- 2.1. Что такое журнал
 - 2.1.1. Введение
 - 2.1.2. Что такое журнал? Его особенности и издательский рынок
 - 2.1.3. Специфика журнала
 - 2.1.4. Рынок журналов: общие вопросы
 - 2.1.5. Крупнейшие издательские группы журналов
- 2.2. Читатели журнала
 - 2.2.1. Введение
 - 2.2.2. Читатели журнала
 - 2.2.3. Поиск и формирование лояльности читателей
 - 2.2.4. Читатель печатных журналов
 - 2.2.5. Читатель цифровых журналов
 - 2.2.6. Читательская аудитория и реклама
- 2.3. Создание и жизнь журнала
 - 2.3.1. Введение
 - 2.3.2. Создание журнала
 - 2.3.3. Название
 - 2.3.4. Жизненный цикл журнала
- 2.4. Сегментация и специализация журналов
 - 2.4.1. Введение
 - 2.4.2. Сегментация и специализация журналов
 - 2.4.3. Типы журналов
 - 2.4.3.1. Культурные журналы
 - 2.4.3.2. Бульварные журналы
 - 2.4.3.3. Сборник
- 2.5. Структура и содержание журналов
 - 2.5.1. Введение
 - 2.5.2. Заголовок
 - 2.5.3. Структура
 - 2.5.4. Содержание
- 2.6. Рождение и развитие журналов в Европе и США
 - 2.6.1. Введение
 - 2.6.2. Зарождение: с 16 по 18 век. От отношений до газет
 - 2.6.3. 19 век в Европе
 - 2.6.4. 19 век
- 2.7. 20 век: становление современного журнала
 - 2.7.1. Введение
 - 2.7.2. Первые десятилетия двадцатого века в европейских журналах
 - 2.7.3. Соединенные Штаты между 1920-ми и 1960-ми годами: второй стремительный рост журналов
 - 2.7.4. Европа после Второй мировой войны: журналы с 1940-х годов и далее.
 - 2.7.5. Начиная с 1960-х годов: обновленный журнал
- 2.8. Этапы истории американских журналов
 - 2.8.1. Введение
 - 2.8.2. National Geographic - этап в истории популярных журналов
 - 2.8.3. Time - важная ступень в развитии еженедельных *новостных журналов*
 - 2.8.4. Reader's Digest - веха в журнальном деле
 - 2.8.5. The New Yorker, веха в журнале мнений и культуры
- 2.9. Журналы в Европе
 - 2.9.1. Введение
 - 2.9.2. Распространение
 - 2.9.3. Лучшие журналы по странам
- 2.10. Журналы в Латинской Америке
 - 2.10.1. Введение
 - 2.10.2. Происхождение
 - 2.10.3. Лучшие журналы по странам

Модуль 3. Каналы коммуникации в индустрии моды

- 3.1. Влияние и другие стратегии воздействия в новых цифровых каналах
 - 3.1.1. Стратегии воздействия, связанные с коммуникацией в индустрии моды
 - 3.1.2. Влияние в сфере социальных сетей
 - 3.1.3. Управление новыми цифровыми лидерами: *Инфлюенсеры* моды
- 3.2. Выбор канала коммуникации: теория Форрестера
 - 3.2.1. Новое общественное мнение: руководство массами, каждым по очереди
 - 3.2.2. Что такое теория Форрестера?
 - 3.2.3. Применение теории Форрестера к индустрии моды
- 3.3. Сила аудиовизуального языка и невербальной коммуникации
 - 3.3.1. Рост доли рынка невербальной коммуникации
 - 3.3.2. Влияние аудиовизуального послания на моду
 - 3.3.3. Композиция фотографического дискурса в социальных сетях
- 3.4. Эволюция и функционирование социальных медиа в индустрии моды
 - 3.4.1. Этапы возникновения и развития сети Интернет
 - 3.4.2. Многоканальная стратегия в социальных сетях в индустрии моды
 - 3.4.3. Что такое социальная сеть? Отличия от традиционных каналов коммуникации
- 3.5. Facebook, большая база данных
 - 3.5.1. Сквозная коммуникация
 - 3.5.2. Общественный интерес
 - 3.5.3. Модели присутствия в Facebook
- 3.6. Instagram — гораздо больше, чем модные фотографии
 - 3.6.1. Эмоциональные послания и управление эмпатией
 - 3.6.2. Интимность повседневной жизни в фотографиях
 - 3.6.3. Выделиться в самой важной социальной сети в индустрии моды
- 3.7. Профессиональное содержание в LinkedIn
 - 3.7.1. Создание личного бренда
 - 3.7.2. Когнитивные сообщения в модном брендинге
 - 3.7.3. Управление отношениями с конкурентами
- 3.8. Политизация Twitter
 - 3.8.1. Импульсивная и омниканальная коммуникация
 - 3.8.2. Прямые сообщения и создание содержания в 20 символах
 - 3.8.3. Влияние заголовков: от глубины к легкости
- 3.9. TikTok за пределами поколения Z
 - 3.9.1. Аудиовизуальная революция и ускорение изменений в моде в контексте *Slow fashion*
 - 3.9.2. Демократизация в создании аудиовизуального содержания
 - 3.9.3. Мода как новостное и информационное событие
- 3.10. YouTube как способ выражения аудиовизуального содержания
 - 3.10.1. Управление ожиданиями при создании аудиовизуального содержания
 - 3.10.2. Карта контента YouTube о моде, красоте и роскоши
 - 3.10.3. Новые тенденции в общественном мнении: *микроинфлюенсеры*



Вы узнаете все о коммуникации в мире моды”

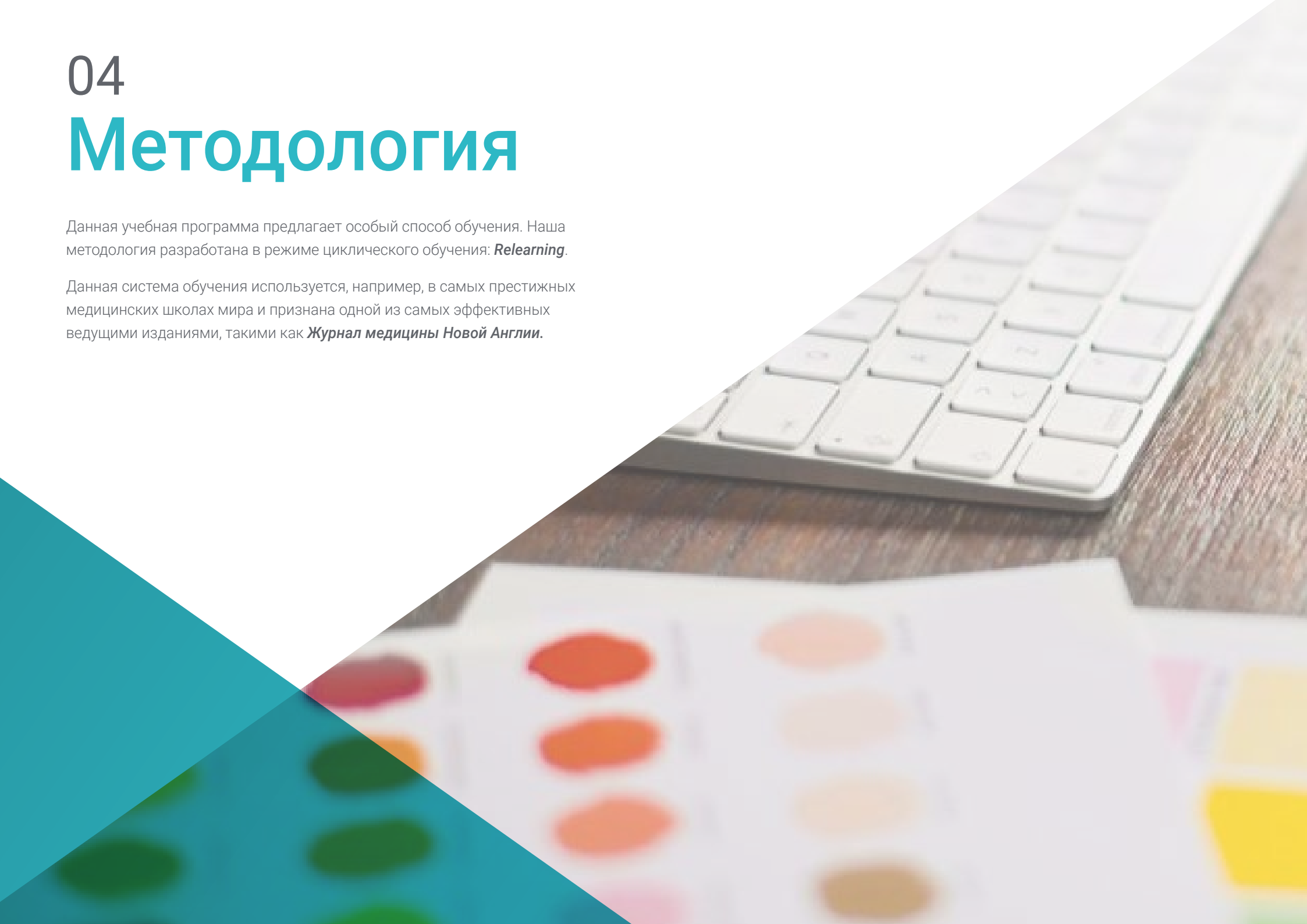


04

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



““

*Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания"*

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“

Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения лучшими преподавателями в мире. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



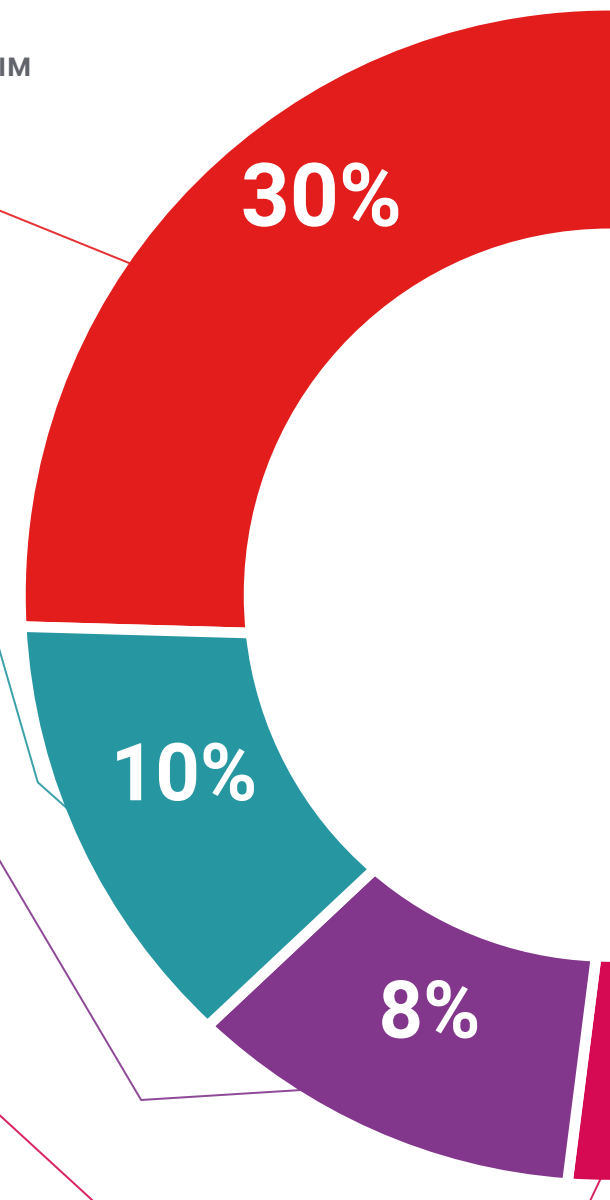
Практика навыков и компетенций

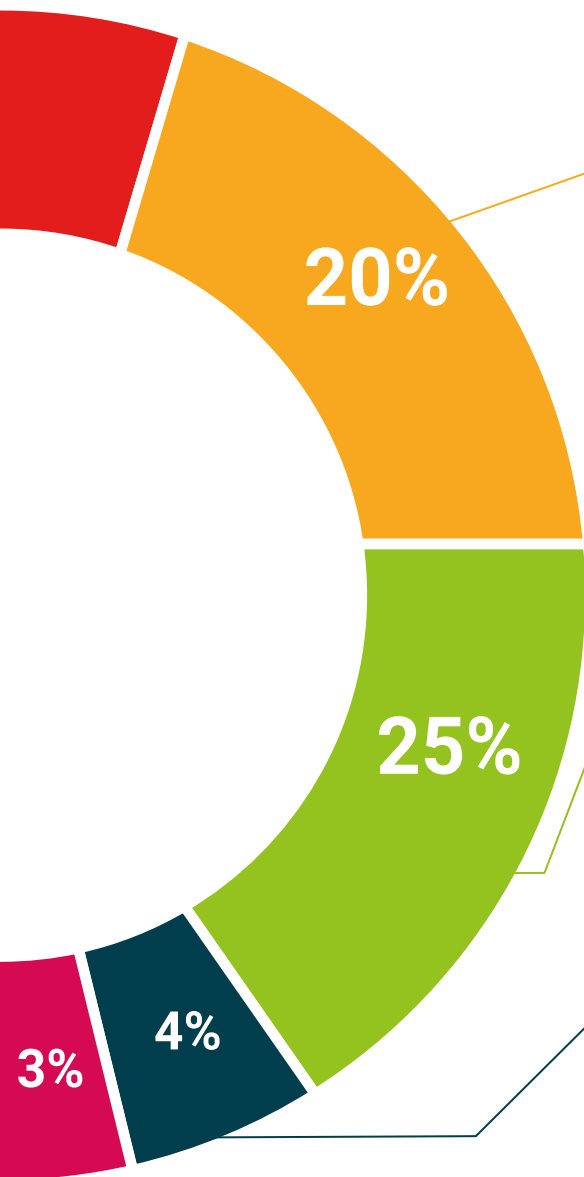
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



05

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области Коммуникация в индустрии моды гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области Коммуникация в индустрии моды** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом о прохождении **Курса профессиональной подготовки**, выданный **TECH Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **TECH Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную на Курсе профессиональной подготовки, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Курс профессиональной подготовки в области Коммуникация в индустрии моды**

Количество учебных часов: **450 часов**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки
Коммуникация в
индустрии моды

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки

Коммуникация в индустрии моды

