

Esperto Universitario Comunicazione di Moda





tech università
tecnologica

Esperto Universitario Comunicazione di Moda

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/design/specializzazione/specializzazione-comunicazione-moda

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Struttura e contenuti

pag. 12

04

Metodologia

pag. 18

05

Titolo

pag. 26

01

Presentazione

Il mondo della moda presenta una serie di caratteristiche particolari che lo rendono una disciplina altamente specializzata. Ogni elemento di questa industria richiede una preparazione adeguata da parte dei suoi professionisti, e il campo della comunicazione non è diverso. La moda ha quindi un proprio insieme di media e canali che devono essere conosciuti per poter comprendere e trasmettere le informazioni in modo appropriato. Questo percorso di studi offre agli studenti gli strumenti necessari per padroneggiare tutte le competenze della comunicazione applicate alla moda, in modo da poter lavorare in questo settore in modo professionale.



“

Sarai la prossima Anna Wintour. Impara a pubblicare e diffondere informazioni specializzate sulla moda grazie a questo Esperto Universitario”

La moda è uno dei settori cui appartengono il maggior numero di celebrità. Ogni anno ci sono decine di modelle promettenti che raggiungono la fama molto rapidamente. Allo stesso tempo, altre modelle di diverse generazioni convivono nel settore sotto l'ombrello mediatico che lo circonda.

Ma nella moda esistono anche altri tipi di ruoli: giornalisti, comunicatori e *influencers* che colgono l'essenza di ciò che ha valore estetico e di ciò che non lo ha, diventando così figure da seguire per la loro conoscenza. In questo modo, diventano dei precursori di moda, capaci di trasmettere attraverso vari canali quali sono gli abbinamenti che funzionano o quelli che andranno di moda nel prossimo futuro, diventando delle vere e proprie celebrità.

Ma per raggiungere questo status è necessaria una conoscenza specifica della storia della moda e della comunicazione mediatica. In questo modo, l'Esperto Universitario in Comunicazione di Moda offre agli studenti tutti gli strumenti e le competenze necessarie per diventare specialisti della comunicazione di moda, facendo di loro le prossime stelle del giornalismo di moda.

Puesto **Esperto Universitario in Comunicazione di Moda** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in Comunicazione applicati alla moda
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni pratiche riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Speciale enfasi sulle metodologie innovative per la comunicazione nella moda
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



Questa specializzazione mi aprirà le porte del mondo della moda”

“

*Hai sempre desiderato
lanciare la tua rivista di moda?
Questa è la tua occasione”*

*Conosci i dettagli della moda
dal punto di vista dei media con
questo Esperto Universitario.*

*Ogni anno emergono nuove stelle
della comunicazione della moda
e tu potresti essere una di loro.*

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti e riconosciuti specialisti appartenenti a prestigiose società e università, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso accademico. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.



02 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo Esperto Universitario in Comunicazione di Moda è quello di fornire agli studenti le conoscenze essenziali per imparare a trasmettere informazioni in questo settore in diversi canali, in modo che possano diventare grandi figure nella comunicazione della moda. A tal fine, questo corso offre i migliori contenuti incentrati su aspetti mediatici come le riviste e i social network, che oggi svolgono un ruolo fondamentale in questo campo.



erika

THE BLACK IS BACK

I'll rephrase the famous saying because it perfectly applies to clothing as well - you can wear whatever color you want as long as it's black.

11th MAR by Mia

SHOP LIKE THERE'S NO TOP

It's not easy. It's not simple. It takes practice. Today everything you need to know about black belt i

10th MAR by Eri

BE TRUE TO YOURS

One of the greatest challenges in life is that's trying to make you like everyone e

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, never. 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.

“

Presto potrai assistere alle migliori sfilate di moda del mondo”



Obiettivi generali

- ◆ Avere una visione completa e professionale dell'ambiente della comunicazione nei settori della moda, del lusso e della bellezza, individuando le peculiarità del settore, nonché il suo impatto e la sua ripercussione sul tessuto imprenditoriale nel suo complesso
- ◆ Acquisire conoscenze di base e avanzate affinché lo studente sia in grado di generare nuovi ecosistemi di comunicazione in relazione alla moda
- ◆ Potenziare le capacità di gestione, analisi, creatività e leadership come competenze principali per crescere nel settore
- ◆ Sviluppare eccellenti capacità di scrittura e di comunicazione orale e scritta, verbale e non verbale
- ◆ Ottenere la necessaria responsabilità etica
- ◆ Acquisire le conoscenze necessarie per scrivere e trasmettere informazioni, attraverso i diversi generi giornalistici, nelle riviste





Obiettivi specifici

Modulo 1. Storia dell'abbigliamento

- ◆ Identificare le risorse linguistiche ed espressive in relazione al contenuto
- ◆ Scegliere le risorse per la ricerca e l'innovazione per risolvere le questioni sollevate nell'ambito delle funzioni, delle esigenze e dei materiali dell'abbigliamento
- ◆ Riunire strategie metodologiche ed estetiche che aiutino a fondare e sviluppare i processi creativi
- ◆ Distinguere i processi psicologici nell'evoluzione dei capi nella storia dell'abbigliamento
- ◆ Associare il linguaggio formale e simbolico alla funzionalità nel campo dell'abbigliamento
- ◆ Dimostrare la correlazione tra gli elementi dell'abbigliamento e i campi umanistici
- ◆ Giustificare le contraddizioni tra abbigliamento di lusso e valori etici
- ◆ Riflettere sull'impatto dell'innovazione e della qualità nella produzione di abbigliamento rispetto alla qualità della vita e all'ambiente

Modulo 2. Riviste

- ◆ Conoscere le particolarità che definiscono la rivista come mezzo di giornalismo scritto, la sua tipologia e la segmentazione del suo mercato
- ◆ Realizzare pubblicazioni periodiche sia su carta che in formato digitale
- ◆ Conoscere la tradizione e il contesto storico della tecnologia della comunicazione scritta e della progettazione giornalistica
- ◆ Analizzare e identificare le diverse componenti di una rivista
- ◆ Conoscere la rivista, le sue specificità e il mercato editoriale

Modulo 3. Canali di comunicazione nella moda

- ◆ Fornire una comunicazione diretta, personale e appropriata in grado di soddisfare gli obiettivi specifici di ciascun social network
- ◆ Avere una visione specifica di ciascuno dei canali di comunicazione digitale attualmente esistenti
- ◆ Capire come l'influenza viene esercitata dal canale di comunicazione e le nuove strategie di potere che vengono esercitate dall'ambiente digitale
- ◆ Replicare un esercizio di influencing dai tuoi social network
- ◆ Identificare l'ascesa del canale audiovisivo come mezzo di comunicazione di punta presso l'opinione pubblica



Potrai raggiungere i tuoi obiettivi grazie a questo Esperto Universitario in Comunicazione di Moda”

03

Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Comunicazione di Moda si compone di 3 moduli, di 10 materie ciascuno, attraverso i quali gli studenti conosceranno la storia della moda, studieranno le riviste di moda e i canali di comunicazione utilizzati in questo campo, come i social network e altri servizi di contenuti come YouTube. In questo modo, riceveranno una specializzazione completa e trasversale che potranno poi mettere in pratica nella loro carriera professionale.





“

*I migliori contenuti ti faranno diventare
un professionista di successo nel mondo
della moda”*

Modulo 1. Storia dell'abbigliamento

- 1.1. Preistoria
 - 1.1.1. Introduzione
 - 1.1.2. Civiltà preistoriche
 - 1.1.3. Il commercio nella preistoria
 - 1.1.4. Il vestito preistorico
 - 1.1.5. Pellicce e pelliccerie
 - 1.1.6. Tessuti e tecniche
 - 1.1.7. Concordanza cronologica e similitudini nel vestiario preistorico
- 1.2. Età Antica: Egitto e Mesopotamia
 - 1.2.1. Egitto
 - 1.2.2. Il popolo assiro
 - 1.2.3. Il popolo persiano
- 1.3. Età Antica: La Grecia classica
 - 1.3.1. Vestiario cretese
 - 1.3.2. I tessuti utilizzati nell'Antica Grecia
 - 1.3.3. Abiti dell'Antica Grecia
 - 1.3.4. Biancheria intima dell'Antica Grecia
 - 1.3.5. Calzature dell'Antica Grecia
 - 1.3.6. Cappelli e copricapi dell'Antica Grecia
 - 1.3.7. Colori e gadget dell'Antica Grecia
 - 1.3.8. Accessori dell'Antica Grecia
- 1.4. Età Antica: L'Impero Romano
 - 1.4.1. Tessuti dell'Antica Roma
 - 1.4.2. Abiti dell'Antica Roma
 - 1.4.3. Biancheria intima dell'Antica Roma
 - 1.4.4. Calzature dell'Antica Roma
 - 1.4.5. Cappelli e copricapi dell'Antica Roma
 - 1.4.6. Rapporto tra status sociale e abbigliamento dell'Antica Roma
 - 1.4.7. Stile bizantino
- 1.5. Alto Medioevo e Tardo Medioevo
 - 1.5.1. Caratteristiche storiche generali del periodo medievale
 - 1.5.2. Il vestiario nell'Alto Medioevo
 - 1.5.3. Il vestiario in epoca carolingia
 - 1.5.4. Il vestiario nel periodo romanico
 - 1.5.5. Vestiario gotico
- 1.6. L'Età Moderna: Rinascimento, Barocco e Rococò
 - 1.6.1. XV e XVI secolo: Rinascimento
 - 1.6.2. Secolo XVII: Barocco
 - 1.6.3. Secolo XVIII: Rococò
- 1.7. Età Contemporanea: Neoclassicismo e Romanticismo
 - 1.7.1. L'industria d'abbigliamento
 - 1.7.2. Charles Fréderick Worht
 - 1.7.3. Jacquet Doucet
 - 1.7.4. Abbigliamento da donna
 - 1.7.5. Giuseppina Bonaparte: lo stile impero
- 1.8. Età Contemporanea: Epoca vittoriana e *Belle Époque*
 - 1.8.1. La Regina Vittoria
 - 1.8.2. Abbigliamento da uomo
 - 1.8.3. Dandy
 - 1.8.4. Paul Poiret
 - 1.8.5. Madeleine Vionnet
- 1.9. Età Contemporanea: dall'abbigliamento alla moda
 - 1.9.1. Nuovo contesto e cambiamento sociale
 - 1.9.2. Design della moda
 - 1.9.3. Coco Chanel
 - 1.9.4. Il *New look*
- 1.10. Età contemporanea: il secolo degli stilisti e della moda
 - 1.10.1. Abbigliamento moderno
 - 1.10.2. L'ascesa dei designer americani
 - 1.10.3. La scena di Londra

Modulo 2. Riviste

- 2.1. Che cos'è una rivista?
 - 2.1.1. Introduzione
 - 2.1.2. Che cos'è una rivista? Le sue specificità e il mercato editoriale
 - 2.1.3. Specificità della rivista
 - 2.1.4. Il mercato delle riviste: questioni generali
 - 2.1.5. I principali gruppi editoriali di riviste
- 2.2. Il lettore di riviste
 - 2.2.1. Introduzione
 - 2.2.2. Il lettore di riviste
 - 2.2.3. Trovare e fidelizzare i lettori
 - 2.2.4. Il lettore di riviste cartacee
 - 2.2.5. Il lettore di riviste digitali
 - 2.2.6. Lettori e pubblicità
- 2.3. Creazione e vita di una rivista
 - 2.3.1. Introduzione
 - 2.3.2. La creazione di una rivista
 - 2.3.3. Il nome
 - 2.3.4. Il ciclo di vita di un giornale
- 2.4. Segmentazione e specializzazione delle riviste
 - 2.4.1. Introduzione
 - 2.4.2. Segmentazione e specializzazione delle riviste
 - 2.4.3. Tipi di riviste
 - 2.4.3.1. Riviste culturali
 - 2.4.3.2. Riviste del cuore
 - 2.4.3.3. Integrazione
- 2.5. Struttura e contenuto delle riviste
 - 2.5.1. Introduzione
 - 2.5.2. La manchette
 - 2.5.3. La struttura
 - 2.5.4. I contenuti
- 2.6. Nascita e sviluppo delle riviste in Europa e negli Stati Uniti
 - 2.6.1. Introduzione
 - 2.6.2. Gli inizi: dal XVI al XVIII secolo. Dalle relazioni alle gazzette
 - 2.6.3. Il XIX secolo in Europa
 - 2.6.4. Il bilancio del XIX secolo
- 2.7. Il XX secolo: il consolidamento della rivista moderna
 - 2.7.1. Introduzione
 - 2.7.2. I primi decenni del XX secolo nelle riviste europee
 - 2.7.3. Gli Stati Uniti tra gli anni Venti e gli anni Sessanta: il secondo boom delle riviste
 - 2.7.4. L'Europa del secondo dopoguerra: le riviste dagli anni '40 in poi
 - 2.7.5. Dagli anni Sessanta in poi: la rivista rinnovata
- 2.8. Pietre miliari nella storia delle riviste americane
 - 2.8.1. Introduzione
 - 2.8.2. National Geographic, una pietra miliare delle riviste popolari
 - 2.8.3. Time, una pietra miliare tra le riviste settimanali di attualità o *Newsmagazines*
 - 2.8.4. Reader's Digest, una pietra miliare tra le riviste di attualità
 - 2.8.5. The New Yorker, una pietra miliare tra le riviste di opinione e cultura
- 2.9. Riviste in Europa
 - 2.9.1. Introduzione
 - 2.9.2. Diffusione
 - 2.9.3. Le migliori riviste per Paese
- 2.10. Riviste in America Latina
 - 2.10.1. Introduzione
 - 2.10.2. Origine
 - 2.10.3. Le migliori riviste per Paese

Modulo 3. Canali di comunicazione nella moda

- 3.1. Influenza e altre strategie di potere nei nuovi canali digitali
 - 3.1.1. Strategie di potere legate alla comunicazione della moda
 - 3.1.2. Influenza nel campo delle reti sociali
 - 3.1.3. Gestire i nuovi leader digitali: gli *Influencers* della moda
- 3.2. La scelta del canale di comunicazione: la teoria di Forrester Research
 - 3.2.1. La nuova opinione pubblica: rivolgersi alle masse uno ad uno
 - 3.2.2. Che cos'è la teoria Forrester?
 - 3.2.3. Applicare la teoria Forrester Research al settore della moda
- 3.3. Il potere del linguaggio audiovisivo e della comunicazione non verbale
 - 3.3.1. La crescente quota di mercato della comunicazione non verbale
 - 3.3.2. L'impatto del messaggio audiovisivo sulla moda
 - 3.3.3. Composizione del discorso fotografico sui social media
- 3.4. Evoluzione e funzionamento dei social media nel settore della moda
 - 3.4.1. Fasi di nascita ed evoluzione di Internet
 - 3.4.2. La strategia multicanale nei social network della moda
 - 3.4.3. Che cos'è un social network? Differenze con i canali tradizionali
- 3.5. Facebook, il grande database
 - 3.5.1. Comunicazione trasversale
 - 3.5.2. Interesse della comunità
 - 3.5.3. Modelli di presenza su Facebook
- 3.6. Instagram, molto più che foto di moda
 - 3.6.1. Messaggi emotivi e gestione dell'empatia
 - 3.6.2. L'intimità della vita quotidiana in immagini
 - 3.6.3. Distingersi sul social network più importante della moda
- 3.7. Contenuti professionali su LinkedIn
 - 3.7.1. Creazione di una marca personale
 - 3.7.2. Messaggi cognitivi in una marca di moda
 - 3.7.3. Gestione dei rapporti con i concorrenti
- 3.8. La politicizzazione di Twitter
 - 3.8.1. Comunicazione impulsiva e omnidirezionale
 - 3.8.2. Il messaggio diretto e la creazione di contenuti in 20 caratteri
 - 3.8.3. L'impatto dei titoli: dalla profondità alla leggerezza
- 3.9. TikTok, oltre la Generazione Z
 - 3.9.1. La rivoluzione audiovisiva e l'accelerazione del cambio di look nel contesto *Slow fashion*
 - 3.9.2. Democratizzazione nella creazione di contenuti audiovisivi
 - 3.9.3. La moda come evento degno di nota e di cronaca
- 3.10. YouTube come esponente dei contenuti audiovisivi
 - 3.10.1. Gestione delle aspettative nella creazione di contenuti audiovisivi
 - 3.10.2. Mappa dei contenuti di YouTube su moda e lusso
 - 3.10.3. Nuove tendenze nell'opinione pubblica: i *Microinfluencers*



Saprai tutto sulla comunicazione applicata alla moda”



04

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“

Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.





Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



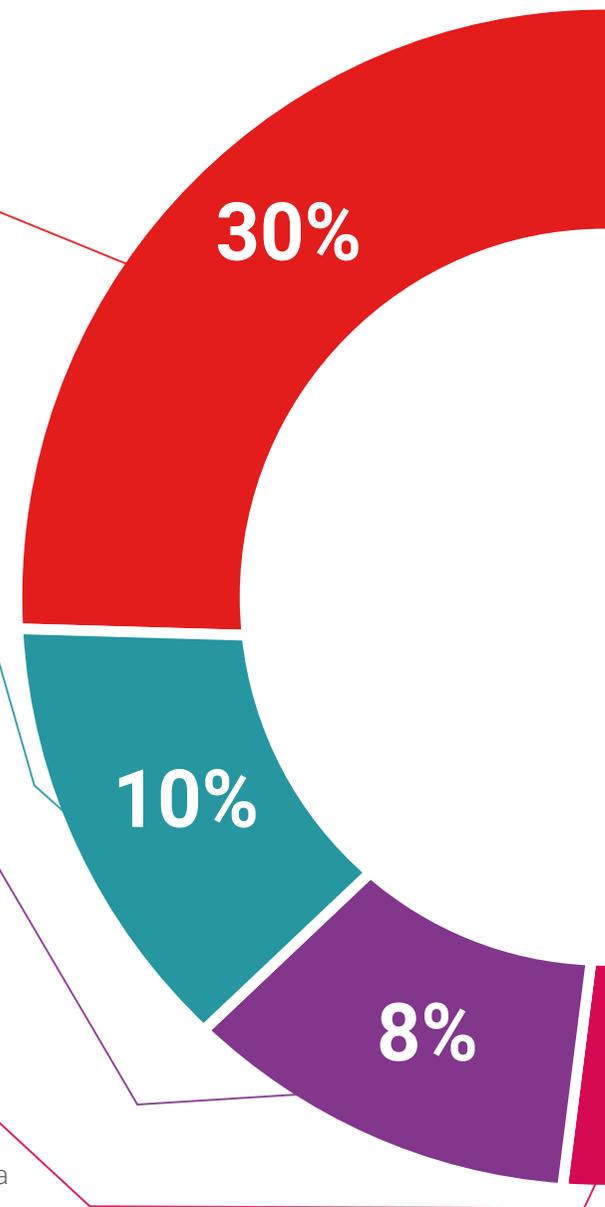
Pratiche di competenze e competenze

Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



05 Titolo

L'Esperto Universitario in Comunicazione di Moda garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Esperto Universitario in Comunicazione di Moda** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Comunicazione di Moda**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech università
tecnologica

Esperto Universitario
Comunicazione di Moda

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Esperto Universitario

Comunicazione di Moda

