

专科文凭

时尚、美容和奢侈品的
商业策略和沟通计划





专科文凭

时尚、美容和奢侈品 的商业策略和沟通计划

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

网络访问: www.techitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-business-strategies-communication-plan-fashion-beauty-luxury

目录

01

介绍

4

02

目标

8

03

课程管理

12

04

结构和内容

16

05

方法

22

06

学位

30

01 介绍

时尚、美容和奢侈品行业的公司需要不断调整他们的沟通策略,以便在这个不断改变其模式的行业中跟上时代。从这个意义上说,该课程将向传播和新闻专业人员传授制定成功传播计划的正确方法,以促进该部门的业务成果。因此,作为专门的记者或新闻部门的合作者,专业人员将重估自己的形象,并成为该领域公司的一项非常重要的资产。





“

通过这所专科文凭, 你将获得必要的知识, 以产生成功的沟通计划和商业战略, 促进该行业公司的业绩”

时尚、美容和奢侈品的商业策略和沟通计划专科文凭, 因此, 其在传播和新闻领域的正确处理需要该行业的专业人士不断更新。出于这个原因, 本专科文凭将提供一个可以实施的商业战略的方法, 目的是促进该部门的公司的增长。因此, 该专业人员将获得必要的技能, 使自己成为该领域的成功沟通管理者。

同样, 它也将从全球角度深入研究沟通管理, 这将有助于公司在该领域获得更好的定位。它还将专注于时尚、美容和奢侈品领域的公司的危机管理。这样一来, 当公司的声誉因某一事件被公开曝光而受到威胁时, 传播专家将准备好进行全面管理。

本着同样的精神, 并理解声誉对这些行业的公司的重要性, 专科文凭课程还将解决提高公司在线和离线形象的正确方法。为此, 他将向学生传授有助于在公众中建立良好声誉的不同技巧, 这将扩大公司的影响力并提高业绩。

最后, 这位专科文凭将深入探讨战略沟通在美容和时尚领域的重要性。为此, 专业人员将被教导如何设计和实施一个完整的沟通计划, 其中对公司发展的背景进行彻底调查, 并实施相关行动, 使其获得成功。值得注意的是, 该课程是100%在线的, 这使得专业人士更容易开发, 允许他们管理自己的时间和日程。

这个**时尚、美容和奢侈品的商业策略和沟通计划专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是:

- ◆ 由时尚、美容和奢侈品新闻界的专家介绍案例研究的发展
- ◆ 其图形化、示意图和突出的实用性内容, 以其为构思, 为看重专业实践的学科提供科学并贴近实践的信息
- ◆ 在时尚、美容和奢侈品新闻方面有什么新动向
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践, 以推进学习
- ◆ 其特别强调时尚、美容和奢侈品新闻和传播的创新方法
- ◆ 基于算法的互动学习系统, 对新闻和数字通信中提出的情况进行决策
- ◆ 理论讲座、向专家提问、关于有争议问题的讨论论坛和个人反思工作
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容



TECH为您提供市场上最好的时尚、美容和奢侈品新闻和传播的专业课程。你只需要愿意学习"

“

深入了解在时尚界管理公司时最有效的沟通策略, 并成为一个更有能力的专业人员”

该课程的教学人员包括来自新闻和传播领域的专业人士, 他们将自己的工作经验带入到这一专业化中, 以及来自领先公司和著名大学的公认专家。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的, 将允许专业人员进行情景式学习, 即一个模拟的环境, 提供一个沉浸式的学习程序, 为真实情况进行培训。

要做到这一点, 专业人员将得到一个创新的互动视频系统的帮助, 该系统由全球现象方面公认的专家创建, 具有丰富的经验。为此, 专业人士将得到由时尚、美容和奢侈品新闻领域的知名和经验丰富的专家创建的创新互动视频系统的协助。

用于表示一件事或一个人非常接近于结束或不再存在。

通过TECH为你提供的这个专科文凭位, 学习如何创建沟通计划。



02

目标

该课程旨在加强技能,并帮助你在沟通领域发展新的能力和技能,这对你在时尚、美容和奢侈品领域的职业发展至关重要。完成培训后,你将能够在专业媒体、新闻办公室和营销部门高度胜任工作,了解在传播无能方面能产生最佳效果的手段。通过这种方式,你将能够成功地将自己定位为时尚、美容和奢侈品领域的通信专业人员,实现伟大的技能,并使你能够与该行业的最佳人员竞争。



“

该培训的目的是帮助学生了解最新的配方,为时尚、美容和奢侈品领域的公司带来最佳效果”



总体目标

- ◆ 对时尚、奢侈品和美容领域的传播环境有一个全面和专业的看法, 确定该行业的特点, 以及它对整个商业结构的影响和反响
- ◆ 掌握基本的和先进的知识, 以便你能够产生与时尚有关的新的交流生态系统
- ◆ 加强你的管理、分析、创造和领导能力, 作为在行业内发展的主要能力
- ◆ 培养优秀的写作、口头和书面、语言和非语言沟通能力
- ◆ 获得必要的道德责任
- ◆ 态, 时尚业务和决定性因素
- ◆ 通过审视自己的工作, 发现机会并能有所发展
产生社会影响, 以道德和职业责任引领舆论
- ◆ 通过审视自己的工作, 发现机会并能有所发展
产生社会影响, 以道德和职业责任引领舆论
- ◆ 通过对专业标准的观察、分析、解释和行动, 通过批判性报告提高决策的敏捷性
- ◆ 理解并以有效的方式再现沟通过程, 使其适应每个渠道、公司情况和目标受众





具体目标

模块1.内部沟通、公司主义和危机管理

- ◆ 了解一个时尚和美容行业的通信公司的组织结构图
- ◆ 减少员工的不确定性, 包括面对内部变化和组织外部变化时的不确定性
- ◆ 统一并建立一支忠于品牌目标、使命和价值观的团队
- ◆ 理解危机解决过程和沟通经理在困难时期的作用
- ◆ 为社会网络和大众媒体组织你自己的话语, 并与之保持一致
- ◆ 将可持续发展纳入传播战略, 同时不失特色
- ◆ 识别你的品牌在未来将面临的潜在逆境
- ◆ 制定一个战略计划和一个可回收的应急计划

模块2.时尚、美容和奢侈品生态系统中的沟通技巧

- ◆ 识别时尚和美容公司形成和维持的动力
- ◆ 使传播战略适应每个品牌最适合的商业模式
- ◆ 了解并应用时尚和美容行业特有的战略和战术
- ◆ 建立一个 "可沟通的" 价值主张
- ◆ 在环境中通过产品销售进行沟通 Phygital
- ◆ 沟通创新, 在变化发生时重新调整目标受众, 并 变化并计算其对产品定价的影响

模块3.沟通计划

- ◆ 运用到目前为止所获得的知识, 制定一个有竞争力的沟通计划
- ◆ 理解并适应我们在时尚行业的沟通策略
- ◆ 了解沟通计划的结构及其存在的理由, 以及我们在每个阶段使用的主要技术
- ◆ 培养评价传播战略的批判性思维
- ◆ 为时尚和美容部门建立具体的沟通行动
- ◆ 要实施长期的传播战略, 对其进行评估并重新调整



TECH为您提供该领域最创新的内容, 目的只有一个: 推动您实现所有的职业目标"

03

课程管理

这个教育课程的设计是由一个具有多年专业和教学经验的新闻、时尚和通信专业人员组成的团队创建的。所有这些都意识到当前对高质量专业的需求，希望结合他们的知识，为您提供市场上最完整的专业，这将使您在时尚、美容和奢侈品新闻领域成功发展，获得顶级的专业技能，成为该行业中更有声誉的专业人士。





“

从该行业最好的专业人士那里
了解商业战略和沟通计划的最新
发展, 并提高你的工作技能”

管理人员



García Barriga, María 女士

- 毕业于中国人民大学信息科学专业
- 时尚和奢侈品公司的营销和沟通的研究生学位
- ISEM时尚商学院的MBA
- 在不同类型的内容生成方面有超过15年的经验:物流和分销,时尚和文学或艺术遗产保护
- 她还曾在RTVE和Telemadrid等主要媒体工作

教师

Gárgoles Saes, Paula 博士

- ◆ 医生、记者和研究员, 专门研究时尚和通讯
- ◆ 墨西哥城泛美大学传播学院的研究教授和企业传播学院的负责人
- ◆ 知名高等教育机构传播系的讲师
- ◆ 墨西哥城道德时尚空间的沟通和可持续性顾问
- ◆ 马德里COINTEGRA公司的可持续性顾问
- ◆ 在萨格勒布大学纺织技术系的研究逗留
- ◆ 马德里ISEM时尚商学院传播系
- ◆ Europa新闻社和Asmoda数字杂志的时尚记者
- ◆ 应用创造学博士。纳瓦拉大学
- ◆ 马德里ISEM时尚商学院博士生(成绩优异)
- ◆ 新闻学学位。马德里康普鲁坦斯大学
- ◆ ISEM时尚商学院的高级时尚MBA
- ◆ 在纽约的时尚技术学院和米兰的未来概念实验室学习时尚专业

Vela Covisa, Susana 女士

- ◆ 高级时装技术员, 接受过可持续时装的额外培训, 专门从事生态设计、时装和沟通
- ◆ Polka Press Comunicación机构的主任, Atelier Couture Twalk的创始人和主任
- ◆ 在不同的大学、商学院和培训中心担任教授和导师, 如IED、Francisco de Vitoria大学、马德里营销学院和ELLE时尚学院

Macías, Lola 女士

- ◆ 营销部门的顾问和研究人員
- ◆ 自2014年以来被IVACE批准的外部顾问。瓦伦西亚社区对外促进协会, 为出口公司提供国际化咨询方案
- ◆ 纺织市场观察站的协调员。Aitex
- ◆ 在国际化领域有超过20年的经验, 曾在不同行业的公司担任出口经理的职位
- ◆ 巴伦西亚欧洲大学的讲师
- ◆ 巴塞罗那自治大学的讲师
- ◆ CEU-Cardenal大学时尚、设计管理和运营硕士课程的讲师
- ◆ 市场营销学博士生。巴伦西亚大学
- ◆ 巴伦西亚大学的企业管理和经营学位。在英国诺丁汉大学商学院完成最后一年的学习
- ◆ 商业公司管理和行政硕士。巴黎第一大学企业管理学院。先贤祠-索邦大学
- ◆ 时尚、设计管理和运营硕士。Aitex, 纺织工业研究协会
- ◆ 在瓦伦西亚天主教大学获得中学、高中和职业培训的教师培训硕士学位

04

结构和内容

时尚、美容和奢侈品的商业策略和沟通计划专科文凭以100%的在线形式授课,这样你就可以选择最适合你的时间和地点,日程安排和兴趣。该课程为期6个月,由该行业最著名的专业人士设计,他们将自己工作的艰辛经验倾注在这个专业上,以便你能够成长并将自己定位为顶级的沟通者和新闻工作者



“

通过一个非常有效的教学大纲,专业人员将学习如何正确处理时尚、美容和奢侈品领域的问题,无论他们是想作为专业记者还是作为新闻和通信经理工作”

模块1.内部沟通、公司主义和危机管理

- 1.1. 利益相关者:生态系统:谁是我的利益相关者?
 - 1.1.1. 什么是利益相关者??
 - 1.1.2. 时尚界的主要利益相关者:消费者、雇员。
 - 1.1.3. 社会责任的概念:组成部分和原则
- 1.2 内部交流I:雇主品牌建设
 - 1.2.1. 内部沟通的管理:概念和工具
 - 1.2.2. 建设的演变和原则雇主品牌
 - 1.2.3. 人力资源作为时尚行业的沟通工具
- 1.3. 内部交流二.雇员宣传
 - 1.3.1. 员工宣传员工宣传:概念和演变
 - 1.3.2. 员工作为奢侈品行业的品牌大使
 - 1.3.3. 工具。Buffer 和 Hootsuite
- 1.4. 建立声誉I:MBL的品牌识别
 - 1.4.1. 品牌识别的概念:企业识别
 - 1.4.2. 品牌识别作为企业声誉的一个要素
 - 1.4.3. MBL的视觉识别
- 1.5. 建立声誉II:MBL的品牌形象
 - 1.5.1. 品牌形象的概念
 - 1.5.2. 品牌形象是企业声誉的一个要素
 - 1.5.3. MBL中的品牌内容
- 1.6. 建立声誉III:MBL的企业声誉
 - 1.6.1. 信誉:概念、特点和影响
 - 1.6.2. 用于分析全球声誉的衡量标准
 - 1.6.3. 企业行动主义的兴起
- 1.7. 危机管理一:战略规划
 - 1.7.1. 危机的类型
 - 1.7.2. 应急计划
 - 1.7.3. 战略计划

- 1.8. 危机管理II:危机沟通
 - 1.8.1. 发言人和传播领袖的话语权
 - 1.8.2. 危机对损益表的影响
 - 1.8.3. 危机后的行动:恢复正常状态
- 1.9. MBL的可持续性和企业声誉
 - 1.9.1. 可持续发展的三个方面:MBL的社会、环境和企业可持续性
 - 1.9.2. 时尚价值链
 - 1.9.3. 可持续发展交流:报告
- 1.10. MBL危机管理的可持续性
 - 1.10.1. 可持续性各领域的危机类型
 - 1.10.2. 在公众眼中的真实性和透明度
 - 1.10.3. 可持续性为解决危机的一部分

模块2.时尚、美容和奢侈品生态系统中的沟通技巧

- 2.1. 时尚系统的战略和竞争框架
 - 2.1.1. 全球时尚产业部门。全球范围内的部门结构和演变
 - 2.1.2. 时尚价值链的概念。
 - 2.1.3. 价值链中各环节的合作。
- 2.2. 时尚行业的商业模式
 - 2.2.1. 商业模式的演变:从设计师到连锁店快时尚
 - 2.2.2. 时尚商业模式的竞争力:法国模式、美国模式、意大利模式、亚洲模式
 - 2.2.3. 时尚商业模式:设计师、奢侈品牌、高端品牌、大规模零售优质的
- 2.3. 奢侈品行业的分布和空间的利润率
 - 2.3.1. 奢侈品行业的分销及其盈利能力
 - 2.3.2. 新的奢侈品客户,千禧一代,亚洲人,等等。
 - 2.3.3. 奢侈品行业中的供应链整合
- 2.4. 主要时尚品牌的主要商业战略
 - 2.4.1. 时尚业的主要参与者
 - 2.4.2. 大型时尚零售商领导人的商业战略
 - 2.4.3. 化妆品和香水行业的商业战略
- 2.5. 创业和创建时尚领域的新公司



- 2.5.1. 什么是企业家精神?创业生态系统
- 2.5.2. 时尚公司的 " 创业"模式
- 2.5.3. 时尚、奢侈品和美容行业的企业家;成功和失败的案例
- 2.6. 美容品牌的价值主张
 - 2.6.1. 化妆品特许经营领域
 - 2.6.2. 什么是品牌许可?
 - 2.6.3. 化妆品行业的许可
- 2.7. 传统模式下的盈利能力
 - 2.7.1. 多品牌渠道和百货商店的演变
 - 2.7.2. 多品牌渠道的未来关键
 - 2.7.3. 百货公司的差异化价值和购物体验
- 2.8. 时尚、美容和奢侈品的 电子商务 :趋势、用户和未来
 - 2.8.1. 全球电子商务 的增长
 - 2.8.2. 电子商务购物者的概况
 - 2.8.3. 电子商务领域的趋势
- 2.9. 规划时装公司的国际化进程
 - 2.9.1. 国际化规划
 - 2.9.2. 研究和选择外国市场
 - 2.9.3. 进入国际市场的战略
- 2.10. 在时尚动态中引入创新
 - 2.10.1. 什么是创新?
 - 2.10.2. 如何在我的公司实现创新?
 - 2.10.3. 创新公司的模式

模块3.沟通计划

- 3.1. 时尚日历和行业的时代动态
 - 3.1.1. 时装周和高级时装的起源和演变
 - 3.1.2. 行业的一般日历
 - 3.1.3. Covid-19是如何影响既定动态的?
- 3.2. 内部沟通对MBL品牌的影响
 - 3.2.1. 内部交流
 - 3.2.2. 目标和工具
 - 3.2.3. 战略性内部沟通计划
- 3.3. 沟通可持续发展和生态奢侈品牌
 - 3.3.1. 慢时尚慢时尚 y和生态奢侈品
 - 3.3.2. 时尚界消费趋势的演变
 - 3.3.3. 如何传播可持续品牌和使用术语
- 3.4. 沟通计划的功能和可用资源
 - 3.4.1. 什么是沟通计划,它是为了什么?
 - 3.4.2. 线以上-线以下
 - 3.4.3. 时尚品牌的沟通渠道和现有资源的分析
- 3.5. SWOT 分析和水稻矩阵
 - 3.5.1. 时尚市场和它的竞争对手
 - 3.5.2. SWOT分析的发展和应用
 - 3.5.3. 作为蓝海中心的大米矩阵
- 3.6. 形势分析和目标设定
 - 3.6.1. 公司背景和对市场的品牌情况的诊断。
 - 3.6.2. 确定与目标的关系
 - 3.6.3. 对一家时装公司的目标进行分析和重组
- 3.7. 受众和信息
 - 3.7.1. 这个客户资料是否适合我的活动?
 - 3.7.2. 这些信息是为我的竞选活动准备的吗?按客户类型划分的关键信息
 - 3.7.3. 时尚品牌的传播策略



- 3.8. 渠道:线下和线上
 - 3.8.1. 在线运动
 - 3.8.2. 线下渠道的选择
 - 3.8.3. 在线渠道的优势
- 3.9. 行动计划和时间表
 - 3.9.1. 时尚界传播行动的类型
 - 3.9.2. 行动计划的结构和方法
 - 3.9.3. 将行动计划纳入总体战略
- 3.10. 对传播计划和战略的评估
 - 3.10.1. 评估传播计划的主要指标
 - 3.10.2. 沟通计划的高级分析
 - 3.10.3. 重新制定传播战略

“一个全面的培训,将带你了解你所需要的知识,以便与行业中最好的人竞争”



05 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的：再学习。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用，并被新英格兰医学杂志等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。



“

发现再学习, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

案例研究, 了解所有内容的背景

我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇
世界各地传统大学基础的学习方式”



你将进入一个以重复为基础的学习系, 在
整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。



学生将通过合作活动和真实案例，学习如何解决真实商业环境中的复杂情况。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划，从零开始，提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。由于这种方法，个人和职业成长得到了促进，向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的技术基础，确保遵循当前经济，社会和职业现实。



我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战，并取得事业上的成功”

在世界顶级商学院存在的时间里，案例法一直是最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律，案例法向他们展示真实的复杂情况，让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年，它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下，专业人士应该怎么做？这就是我们在案例法中面临的问题，这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中，学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识，研究，论证和捍卫他们的想法和决定。

再学习方法

TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合,在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究:再学习。

在2019年,我们取得了世界上所有西班牙语在线大学中最好的学习成绩。

在TECH,你将采用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为再学习。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。2019年,我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量,材料质量,课程结构,目标.....),与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

再学习将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



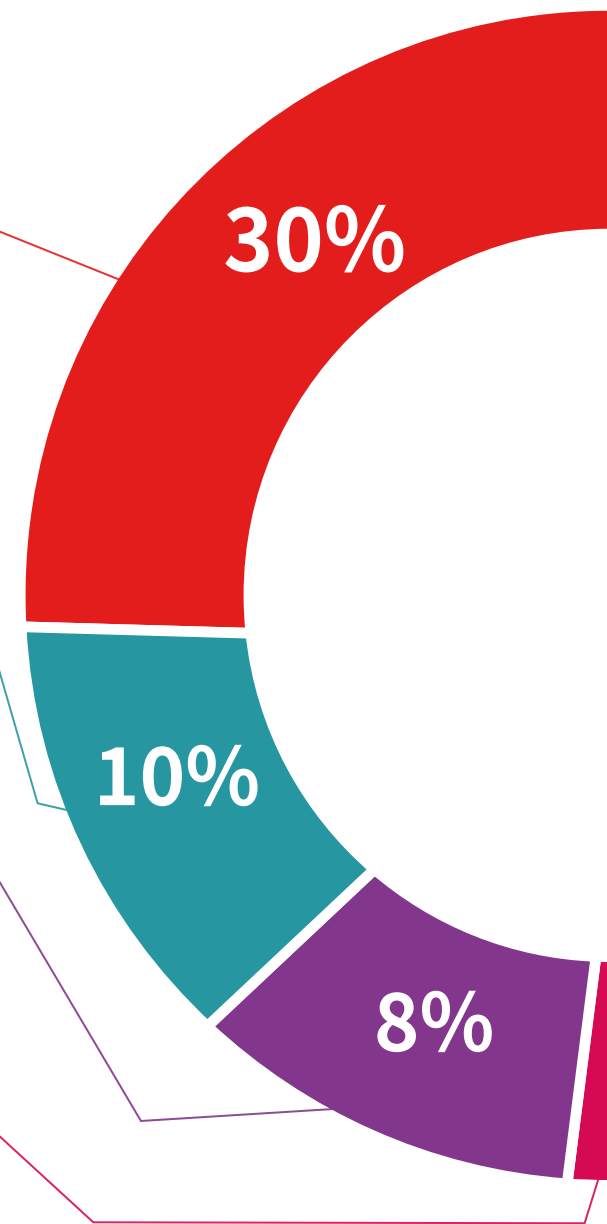
技能和能力的实践

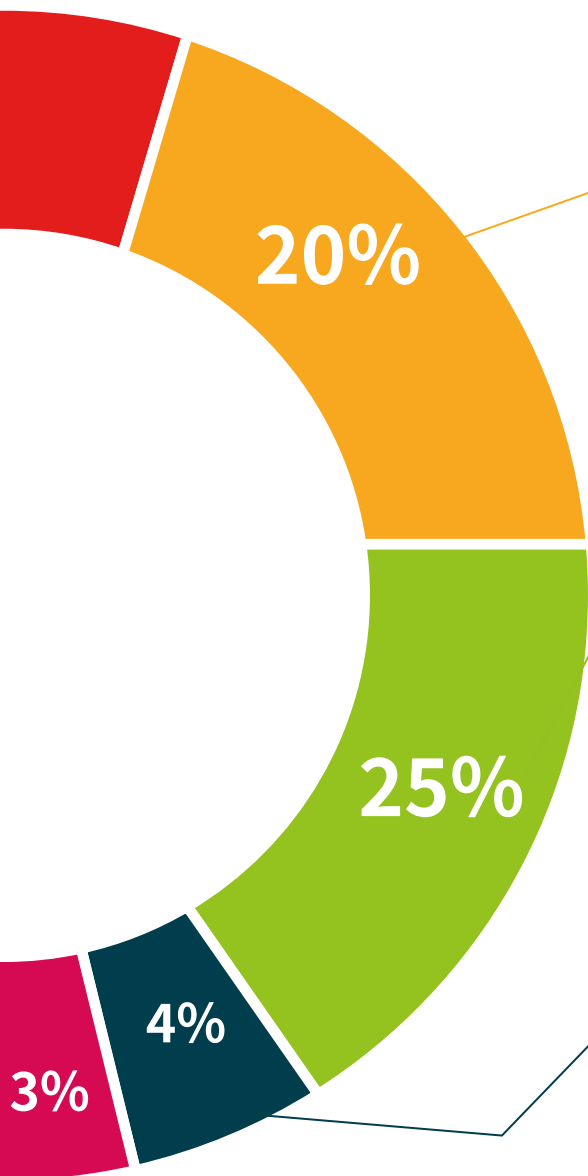
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的专家介绍,分析和辅导案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

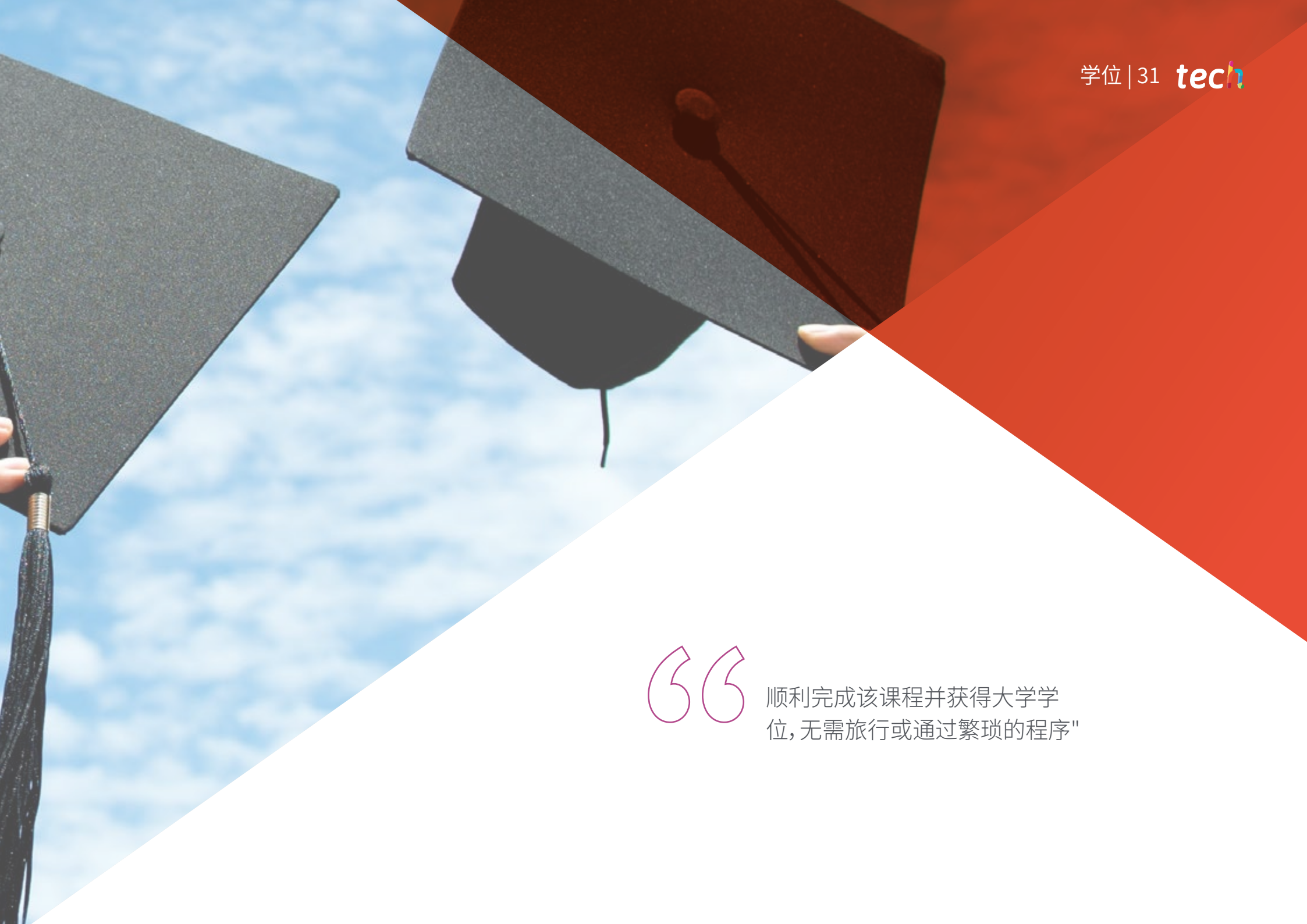
在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



06 学位

时尚、美容和奢侈品的商业策略和沟通计划专科文凭除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。





“

顺利完成该课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个时尚、美容和奢侈品的商业策略和沟通计划**专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**专科文凭**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在**专科文凭**获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位: **时尚、美容和奢侈品的商业策略和沟通计划专科文凭**

官方学时: **450小时**



健康 信心 未来 人 导师
教育 信息 教学
保证 资格认证 学习
机构 社区 科技 承诺
个性化的关注 现在
知识 网页 培 质量
网上教室 发展 语言 机构

tech 科学技术大学

专科文凭
时尚、美容和奢侈品的
商业策略和沟通计划

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

专科文凭

时尚、美容和奢侈品的
商业策略和沟通计划