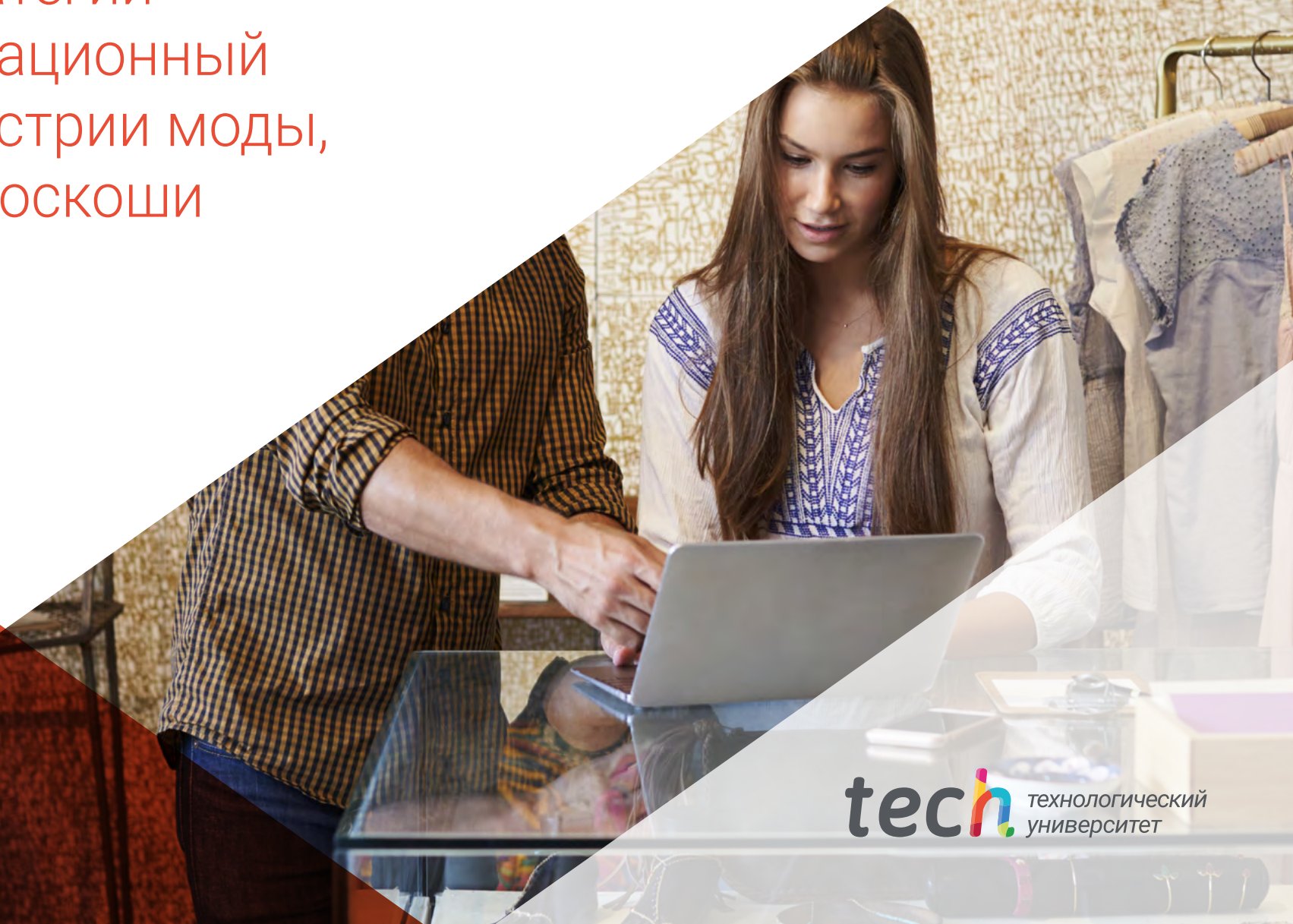


Курс профессиональной подготовки  
Бизнес-стратегии  
и коммуникационный  
план в индустрии моды,  
красоты и роскоши





## Курс профессиональной подготовки

Бизнес-стратегии  
и коммуникационный  
план в индустрии моды,  
красоты и роскоши

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: [www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-business-strategies-communication-plan-fashion-beauty-luxury](http://www.techitute.com/ru/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-business-strategies-communication-plan-fashion-beauty-luxury)

# Оглавление

01

Презентация

---

стр. 4

02

Цели

---

стр. 8

03

Руководство курса

---

стр. 12

04

Структура и содержание

---

стр. 18

05

Методология

---

стр. 24

06

Квалификация

---

стр. 32

# 01

# Презентация

Компаниям, работающим в сфере моды, красоты и роскоши, необходимо постоянно адаптировать свои коммуникационные стратегии, чтобы идти в ногу со временем в секторе, который постоянно меняет свои парадигмы. В этом смысле данная программа научит специалистов в области коммуникации и журналистики правильно составлять успешные коммуникационные планы, которые способствуют повышению бизнес-результатов в этом секторе. Таким образом, став специализированными журналистами или сотрудниками пресс-службы, профессионалы повысят свой профессиональный уровень и станут очень важным активом для компаний в этой области.



“

*С помощью Курса профессиональной подготовки вы получите необходимые знания для создания успешных коммуникационных планов и бизнес-стратегий, которые повышают результаты компаний в этом секторе”*

Сектор моды, красоты и роскоши постоянно колеблется, и, следовательно, его правильная трактовка в сфере коммуникации требует постоянного усовершенствования со стороны профессионалов в этом секторе. По этой причине данный Курс профессиональной подготовки предлагает подход к бизнес-стратегиям, которые могут быть реализованы с целью ускорения роста компаний в этом секторе. Таким образом, профессионал приобретет необходимые навыки, чтобы позиционировать себя в качестве успешного директора по коммуникациям в этой области.

Кроме того, будет углубленно изучаться управление коммуникациями в глобальной перспективе, что поможет компании занять более выгодное положение в секторе. Аналогичным образом, в этом аспекте будет углубленно рассмотрен антикризисный менеджмент для компаний в секторе моды, красоты и роскоши. Благодаря этому специалист в области коммуникаций будет готов к комплексному управлению в тех случаях, когда репутация компании оказывается под угрозой из-за события, ставшего достоянием общественности.

В этом же смысле, понимая важность репутации для компаний в этих секторах, программа Курса профессиональной подготовки также будет рассматривать правильные способы повышения имиджа компании как онлайн, так и офлайн. С этой целью студенты изучат различные методы, помогающие создать положительную репутацию для общественности, что позволит увеличить охват компании и улучшить результаты.

Наконец, в рамках этого курса эксперты подробно изучат важность стратегической коммуникации в секторе красоты и моды. Для этого профессионалов научат разрабатывать и реализовывать полный коммуникационный план, в котором тщательно исследуется контекст, в котором развивается компания, и реализуются соответствующие действия для ее успеха. Стоит отметить, что программа на 100% проходит в режиме онлайн, что облегчает ее освоение, позволяя специалистам самостоятельно распоряжаться своим временем и графиком. Помимо этого, студенты получают доступ к серии мастер-классов, которые позволят оптимизировать процесс обучения и будут проводиться международным экспертом.

Данный Курс профессиональной подготовки в области бизнес-стратегий и коммуникационного плана в индустрии моды, красоты и роскоши содержит самую полную и современную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разбор практических кейсов, представленных экспертами в области журналистики в сфере моды, красоты и роскоши
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практическое содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для профессиональной практики
- ♦ Новости в журналистике о моде, красоте и роскоши
- ♦ Практические упражнения для самопроверки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методикам в области журналистики и коммуникации в сфере моды, красоты и роскоши
- ♦ Интерактивная система обучения на основе алгоритмов для принятия решений в области журналистики и цифровых коммуникаций
- ♦ 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



*Станьте известным профессионалом в области бизнес-стратегий благодаря мастер-классам, предлагаемыми этим Курсом профессиональной подготовки*

“

*Познакомьтесь с наиболее эффективными стратегиями коммуникации при управлении компаниями в секторе моды и станьте более компетентным специалистом”*

В преподавательский состав входят профессионалы в области журналистики и коммуникаций, которые привносят в обучение свой жизненный опыт, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

Мультимедийное содержание, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит профессионалам проходить обучение в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, основанный на обучении в реальных ситуациях.

Данная программа основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого студент должен попытаться решить различные возникающие в ходе профессиональной практики ситуации. В этом профессионалу будет помогать инновационная интерактивная видеосистема, разработанная известными и опытными экспертами в области журналистики в сфере моды, роскоши и красоты.

*Изучите все аспекты, которыми должен владеть успешный профессионал в области политической коммуникации.*

*Научитесь создавать коммуникационные планы с помощью Курса профессиональной подготовки, который предлагает вам TECH.*



# 02

## Цели

Эта программа призвана укрепить ваши навыки и помочь вам развить новые компетенции и умения в области коммуникации, которые будут необходимы для вашего профессионального развития в секторе моды, красоты и роскоши. После завершения обучения вы сможете с высокой степенью компетентности работать в специализированных СМИ, пресс-службах и маркетинговых отделах, зная, какие средства массовой информации дают наилучшие результаты в распространении информации. Таким образом, вы сможете с успехом позиционировать себя как профессионала в области коммуникации в сфере моды, красоты и роскоши, добившись высоких навыков и сумев конкурировать с лучшими в этом секторе.





“

Цель этого обучения заключается в том, чтобы помочь студентам понять новейшие стратегии, которые приносят наилучшие результаты компаниям в секторе моды, красоты и роскоши”



## 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
- ♦ Развивать критическое мышление
- ♦ Сформировать конкурентоспособную коммуникационную стратегию в рамках индустрии с глубоким пониманием динамики коммуникации, модного бизнеса и определяющих компонентов
- ♦ Определять возможности и уметь развиваться, глядя на собственную работу
- ♦ Генерировать социальное воздействие и вести за собой общественное мнение с этической и профессиональной ответственностью
- ♦ Повышать гибкость в принятии решений путем наблюдения, анализа, интерпретации и действий в отношении профессиональных критериев с помощью критической отчетности
- ♦ Понимать и эффективно воспроизводить процесс коммуникации, адаптируя его к каждому каналу, профилю компании и целевой аудитории





## Конкретные цели

---

### Модуль 1. Внутренняя коммуникация, корпоративизм и кризисное управление

- ♦ Знать организационную структуру коммуникационной компании в индустрии моды и красоты
- ♦ Снижать неуверенность сотрудников, как перед лицом внутренних, так и внешних изменений в организации
- ♦ Согласовывать и формировать команду, верную целям, миссии и ценностям бренда
- ♦ Понимать процесс разрешения кризиса и роль менеджера в области коммуникаций в трудные времена
- ♦ Организовывать собственный дискурс для социальных сетей и СМИ в соответствии с ценностями компании
- ♦ Вписать устойчивое развитие в коммуникационную стратегию без потери индивидуальности
- ♦ Определять потенциальные трудности, с которыми ваш бренд может столкнуться в будущем
- ♦ Разработать стратегический план и экстренный план по переработке вторсырья

### Модуль 2. Методы коммуникации в экосистеме моды, красоты и роскоши

- ♦ Определить динамику, характеризующую формирование и поддержание бизнеса в сфере моды и красоты
- ♦ Адаптировать коммуникационную стратегию к наиболее подходящей бизнес-модели для каждого бренда
- ♦ Понимать и применять стратегии и тактики, характерные для индустрии моды и красоты
- ♦ Создавать «коммуникабельное» ценностное предложение
- ♦ Коммуникация через продажу продукции в *фигитальной* среде
- ♦ Сообщать о нововведениях и перестраивать целевую аудиторию в случае изменений, а также рассчитывать влияние изменений на цену продукта

### Модуль 3. Коммуникационный план

- ♦ Применять полученные знания для разработки плана конкурентной коммуникации
- ♦ Понимать и внедрять коммуникационную стратегию в индустрию моды
- ♦ Понимать структуру коммуникационного плана и смысл его существования, а также основные методы, которые используются на каждом из его этапов
- ♦ Развивать критическое мышление для оценки коммуникационной стратегии
- ♦ Разработать конкретные коммуникационные мероприятия для индустрии моды и красоты
- ♦ Внедрять долгосрочную коммуникационную стратегию, оценивать и адаптировать ее



*TECH предоставляет вам самое инновационное содержание в секторе с единственной целью: подтолкнуть вас к достижению всех ваших профессиональных целей”*

# 03

## Руководство курса

Разработкой этой образовательной программы занималась команда профессионалов в области журналистики, моды и коммуникаций с многолетним профессиональным и преподавательским опытом. Все они, осознавая современную потребность в качественном обучении, хотели объединить свои знания, чтобы предоставить вам наиболее полную специализацию на рынке, которая позволит вам успешно развиваться в области журналистики моды, красоты и роскоши, достигая высокого уровня профессиональных навыков и становясь гораздо более авторитетным специалистом в этом секторе.



“

*Узнайте от лучших профессионалов отрасли о последних разработках в области бизнес-стратегий и коммуникационных планов и повысьте свои профессиональные навыки”*

## Приглашенный руководитель международного уровня

Обладая обширной карьерой в сфере моды и роскоши, д-р Элеонора Каттанео выделяется на международном уровне благодаря своему вкладу в качестве консультанта всемирно известных брендов. Эта известная специалистка сотрудничала с самыми влиятельными компаниями из списка Fortune 500, такими как Fiat, CNH Industrial, Renault, Nestlé и др.

На протяжении многих лет исследовательница изучает социокультурные контексты, связанные с роскошью, и способы, с помощью которых самые престижные компании в этой области создают смыслы и продвигают свои продукты или услуги. Ее последняя книга "Управление брендами класса люкс" также отражает ее интерес к анализу экологического и социального влияния этой отрасли, а также возможностей, которые открывают перед ней современные технологические инновации.

В то же время д-р Каттанео сотрудничала в качестве внутреннего консультанта с несколькими директорами по маркетингу в различных корпорациях. Таким образом, она предоставляла информацию и оказывала поддержку в разработке новых стратегий выхода на рынок, репозиционировании бренда и запуске продуктов. С другой стороны, международные коммуникации – еще одна из наиболее опытных сфер ее деятельности

На основе своей обширной подготовки специалист была выбрана для руководства программой "Управление роскошью и гостевым опытом" в известном институте Glion в Швейцарии. В этом эталонном для всего европейского делового сообщества учебном заведении она способствовала развитию межличностных и профессиональных навыков у корпоративных лидеров со всего мира. До этого она занимала должность директора программ для руководителей в Swiss Education Group и в Regent's University в Лондоне.

Каттанео получила степень доктора маркетинга в Университете Павии (Италия) и степень MBA в Школе менеджмента SDA Bocconi.



## Д-р Каттанео, Элеонора

---

- ♦ Директор программы "Управление роскошью и гостевой опыт" в Институте Глион, Швейцария
- ♦ Директор программ для руководителей в Швейцарской образовательной группе
- ♦ Руководитель программы управления брендами класса люкс в Риджентс-Университете, Лондон
- ♦ Профессор международного маркетинга в Университетском институте Карло Каттанео
- ♦ Консультант таких брендов, как Fiat, CNH Industrial, Renault и Nestlé, а также других брендов из списка Fortune 500
- ♦ Степень доктора в области маркетинга Университета Павии, Италия
- ♦ Степень MBA Школы менеджмента SDA Bocconi, Италия
- ♦ Степень бакалавра Бристольского университета, Великобритания
- ♦ Член: Чартерного института менеджмента, Великобритания и Швейцарского центра исследований роскоши

“

*Благодаря TECH вы сможете учиться у лучших мировых профессионалов”*

## Руководство



### Д-р Гарсия Баррига, Мария

- ♦ Доктор в области дизайна и маркетинговых данных
- ♦ Коммуникатор в телевизионной сети RTVE
- ♦ Коммуникатор в Telemadrid
- ♦ Преподаватель университета
- ♦ Автор книги «Узор вечности, создание спиральной идентичности для автоматизации модных тенденций»
- ♦ Коммуникации, маркетинг и социальные кампании, художественное наследие и цифровой маркетинг
- ♦ Главный редактор издательства Chroma Press
- ♦ Исполнительный директор по маркетингу и социальным сетям в компании Servicecom
- ♦ Редактор веб-контента в Premium Difusión, Diario Siglo XXI и Managers Magazine
- ♦ Степень доктора в области дизайна и маркетинга в Мадридском политехническом университете
- ♦ Степень бакалавра в области информационных наук, коммуникаций, маркетинга и рекламы в Мадридском университете Комплутенсе
- ♦ Последипломный курс в области маркетинга и коммуникаций в компаниях индустрии моды и роскоши в Мадридском университете Комплутенсе
- ♦ Специалист по анализу данных и творчеству в Python, Китай
- ♦ MBA Fashion Business School в Школе бизнеса моды в Университете Наварры



## Преподаватели

### Д-р Гарголес Саэс, Паула

- ♦ Докторская степень, журналист и исследователь, специализирующийся на моде и коммуникации
- ♦ Преподаватель-исследователь в школе коммуникаций и руководитель Академии корпоративных коммуникаций в Панамериканском университете, Мехико
- ♦ Преподаватель известных высших учебных заведений в школе коммуникаций
- ♦ Консультант по вопросам коммуникации и устойчивого развития в Ethical Fashion Space, Мехико
- ♦ Консультант по вопросам устойчивого развития в компании COINTEGRA, Мадрид, Испания
- ♦ Проведение исследований на факультете текстильных технологий - Загребский университет
- ♦ Факультет коммуникаций в ISEM Fashion Business School, Мадрид
- ♦ Модный журналист в агентстве Europa Press и цифровом журнале Asmoda
- ♦ Докторская степень в области прикладного креатива. Университет г. Наварры
- ♦ Кандидат наук (с отличием), ISEM Fashion Business School, Мадрид
- ♦ Степень бакалавра журналистики. Мадридский университет Комплутенсе
- ♦ Магистр делового администрирования в ISEM Fashion Business School
- ♦ Специализация в области моды в Технологическом институте моды (Fashion Institute of Tecnology) в Нью-Йорке и на выставке Future Concept Lab в Милане.

### Г-жа Вела Ковиса, Сусана

- ♦ Старший специалист в области моды с дополнительной подготовкой в области устойчивой моды, специализирующийся на экодизайне, моде и коммуникации
- ♦ Директор агентства Polka Press, Основатель и директор показа Atelier Couture
- ♦ Лектор и преподаватель в различных университетах, бизнес-школах и учебных центрах, таких как IED, Университет Франсиско де Витория, Мадридская школа маркетинга и Школа моды ELLE

### Г-жа Масиас, Лола

- ♦ Консультант и исследователь в секторе маркетинга
- ♦ Внешний консультант, утвержденный IVACE с 2014 Институт внешнего сотрудничества Валенсийского Сообщества, в программе консультаций по интернационализации для компаний-экспортеров
- ♦ Координатор Обсерватории текстильного рынка. Aitex
- ♦ Более 20 лет опыта работы в области интернационализации, занимая должность менеджера по экспорту в компаниях различных отраслей
- ♦ Преподаватель Европейского университета Валенсии
- ♦ Преподаватель Автономного университета Барселоны
- ♦ Преподаватель в магистратуре по специальности "Мода, управление дизайном и операционная деятельность" в университете Карденаль Эррера
- ♦ Кандидат наук в области маркетинга. Университет Валенсии
- ♦ Степень бакалавра в области делового администрирования и менеджмента Университета Валенсии. Закончила последний курс в школе бизнеса Ноттингемского университета, Великобритания
- ♦ Степень магистра в области менеджмента и управления коммерческими компаниями. Институт управления предприятиями, Университет Париж I. Пантеон - Сорбонна
- ♦ Степень магистра в области моды, управления дизайном и операционной деятельности. Aitex, Ассоциация исследований текстильной промышленности
- ♦ Степень магистра в области подготовки учителей для средней школы, бакалавриата и профессионального обучения в Католическом университете Валенсии

# 04

## Структура и содержание

Курс профессиональной подготовки в области бизнес-стратегии и коммуникационный план в сфере моды, красоты и роскоши от ТЕСН – это индивидуальная программа, которая преподается в 100% онлайн-формате, чтобы вы могли выбрать время и место, наиболее подходящие для вашей занятости, графика и интересов. Программа рассчитана на 6 месяцев и разработана самыми авторитетными профессионалами в этой сфере, которые вложили в это обучение весь свой опыт работы, чтобы вы могли расти и позиционировать себя как коммуникатора и журналиста высокого уровня.

“

Благодаря очень эффективному учебному плану профессионалы научатся правильно работать с сектором моды, красоты и роскоши, независимо от того, хотят ли они работать специализированными журналистами или менеджерами по прессе и коммуникациям”

## Модуль 1. Внутренняя коммуникация, корпоративизм и кризисное управление

- 1.1. Экосистема стейкхолдеров: кто является моей целевой аудиторией
  - 1.1.1. Кто такой стейкхолдер?
  - 1.1.2. Стейкхолдеры в индустрии моды: потребитель, работник,
  - 1.1.3. Концепция социальной ответственности: компоненты и принципы
- 1.2. Внутренняя коммуникация I: *Брендинг работодателя*
  - 1.2.1. Управление внутренними коммуникациями: концепция и инструменты
  - 1.2.2. Эволюция и принципы *брендинга работодателей*
  - 1.2.3. Человеческие ресурсы как инструмент коммуникации в индустрии моды
- 1.3. Внутренняя коммуникация II: *Адвокация сотрудников*
  - 1.3.1. *Адвокация сотрудников*: концепция и эволюция
  - 1.3.2. Сотрудники как послы бренда в индустрии роскоши
  - 1.3.3. Инструменты: *Buffer* и *Hootsuite*
- 1.4. Создание репутации I: идентичность в индустрии моды, красоты и роскоши
  - 1.4.1. Концепция идентичности бренда: идентичность
  - 1.4.2. Идентичность как элемент корпоративной репутации
  - 1.4.3. Визуальная идентичность в индустрии моды, красоты и роскоши
- 1.5. Создание репутации II: визуальный образ в индустрии моды, красоты и роскоши
  - 1.5.1. Концепция визуального образа
  - 1.5.2. Визуальный образ бренда как элемент корпоративной репутации
  - 1.5.3. *Брендированное содержание* в индустрии моды, красоты и роскоши
- 1.6. Создание репутации III: корпоративная репутация в индустрии моды, красоты и роскоши
  - 1.6.1. Репутация: понятие, характеристики и влияние
  - 1.6.2. Метрики для анализа глобальной репутации
  - 1.6.3. Рост корпоративного активизма
- 1.7. Антикризисное управление I: стратегическое планирование
  - 1.7.1. Виды кризиса
  - 1.7.2. План действий в чрезвычайных ситуациях
  - 1.7.3. Стратегическое планирование

- 1.8. Антикризисное управление II: кризисная коммуникация
  - 1.8.1. Пресс-секретари и дискурс лидеров коммуникации
  - 1.8.2. Влияние кризиса на отчет о прибылях и убытках
  - 1.8.3. Посткризисные действия: возвращение к нормальной жизни
- 1.9. Устойчивое развитие и корпоративная репутация в индустрии моды, красоты и роскоши
  - 1.9.1. Три составляющие устойчивого развития: социальная, экологическая и корпоративная устойчивость в индустрии моды, красоты и роскоши
  - 1.9.2. Цепочка создания стоимости в индустрии моды
  - 1.9.3. Коммуникация в условиях устойчивого развития: отчетность
- 1.10. Устойчивость в антикризисном управлении в индустрии моды, красоты и роскоши
  - 1.10.1. Виды кризиса в каждой области устойчивости
  - 1.10.2. Аутентичность и прозрачность в глазах общественности
  - 1.10.3. Устойчивое развитие как часть антикризисного решения

## Модуль 2. Методы коммуникации в экосистеме моды, красоты и роскоши

- 2.1. Стратегические и конкурентные рамки системы моды
  - 2.1.1. Глобальный сектор индустрии моды. Структура и эволюция: от сектора до мирового уровня
  - 2.1.2. Концепция цепочки создания стоимости в индустрии моды
  - 2.1.3. Взаимодействие между звеньями в цепочке создания стоимости
- 2.2. Бизнес-модели в индустрии моды
  - 2.2.1. Эволюционирующие бизнес-модели: от дизайнеров до сетей *быстрой моды*
  - 2.2.2. Конкурентоспособность различных бизнес-моделей в индустрии моды: французская модель, американская модель, итальянская модель и азиатская модель
  - 2.2.3. Бизнес-модели в индустрии моды: дизайнеры, люксовые бренды, *премиум-бренды*, крупномасштабная розничная торговля
- 2.3. Дистрибуция в индустрии роскоши и рентабельность пространств
  - 2.3.1. Дистрибуция в индустрии роскоши и ее рентабельность
  - 2.3.2. Новые клиенты роскоши, миллениалы, представители азиатских стран и т. д.
  - 2.3.3. Интеграция цепочки поставок в индустрии роскоши



- 2.4. Основные бизнес-стратегии крупных модных брендов
  - 2.4.1. Основные игроки в модном бизнесе
  - 2.4.2. Бизнес-стратегии ведущих дистрибьютеров в индустрии моды
  - 2.4.3. Бизнес-стратегии в индустрии косметики и парфюмерии
- 2.5. Предпринимательство и создание стартапов в индустрии моды
  - 2.5.1. Что такое предпринимательство? Предпринимательская экосистема
  - 2.5.2. Модель "Стартап" в модном бизнесе
  - 2.5.3. Предприниматели в индустрии моды, роскоши и красоты; истории успеха и неудач
- 2.6. Ценностное предложение косметических брендов
  - 2.6.1. Сектор франчайзинга косметики
  - 2.6.2. Что такое лицензия на товарный знак?
  - 2.6.3. Лицензирование в индустрии косметики
- 2.7. Рентабельность в традиционных моделях
  - 2.7.1. Эволюция мультибрендового канала и универмагов
  - 2.7.2. Ключи к будущему мультибрендового канала
  - 2.7.3. Дифференциальная стоимость и опыт покупок в универмагах
- 2.8. *Электронная коммерция в индустрии моды, красоты и роскоши: тенденции, пользователи и будущее*
  - 2.8.1. Глобальный рост *электронной коммерции*
  - 2.8.2. Профиль покупателя в области *электронной коммерции*
  - 2.8.3. Тенденции в области *электронной коммерции*
- 2.9. Планирование интернационализации компаний в индустрии моды
  - 2.9.1. Планирование интернационализации
  - 2.9.2. Исследование и выбор зарубежных рынков
  - 2.9.3. Стратегии выхода на международные рынки
- 2.10. Внедрение инноваций в динамику развития моды
  - 2.10.1. Что такое инновация?
  - 2.10.2. Как реализовать инновации в моей компании?
  - 2.10.3. Инновационные бизнес-модели

### Модуль 3. Коммуникационный план

- 3.1. Календарь моды и динамика сезонов в индустрии
  - 3.1.1. Происхождение и эволюция *недель моды* и высокой моды
  - 3.1.2. Общий календарь индустрии
  - 3.1.3. Как COVID повлиял на сложившуюся динамику?
- 3.2. Влияние внутренней коммуникации на бренд в индустрии моды, красоты и роскоши
  - 3.2.1. Внутренняя коммуникация
  - 3.2.2. Цели и инструменты
  - 3.2.3. Стратегический план внутренней коммуникации
- 3.3. Коммуникация устойчивых и эко-брендов в индустрии роскоши
  - 3.3.1. *Медленная мода* и эко-роскошь
  - 3.3.2. Эволюция потребительских тенденций в мире моды
  - 3.3.3. Как донести информацию об устойчивых брендах и какую терминологию использовать?
- 3.4. Функциональность коммуникационного плана и доступные ресурсы
  - 3.4.1. Что такое коммуникационный план и для чего он нужен?
  - 3.4.2. *Above the line – Below the line*
  - 3.4.3. Коммуникационные каналы в модных брендах и анализ доступных ресурсов
- 3.5. SWOT-анализ и матрица распределения ответственности
  - 3.5.1. Рынок моды и его конкуренты
  - 3.5.2. Разработка и применение SWOT-анализа
  - 3.5.3. Матрица распределения ответственности как эпицентр "голубого океана"
- 3.6. Анализ ситуации и постановка целей
  - 3.6.1. История компании и диагностика положения бренда на рынке
  - 3.6.2. Определение задач по отношению к целям
  - 3.6.3. Анализ и реорганизация целей в модной компании
- 3.7. Аудитория и послание
  - 3.7.1. Подходит ли этот профиль клиента для моей кампании?
  - 3.7.2. Подходят ли эти послания для моей кампании? Ключевые послания в зависимости от вида клиента
  - 3.7.3. Коммуникационная стратегия модных брендов



- 3.8. Каналы: офлайн и онлайн
  - 3.8.1. Омниканальная кампания
  - 3.8.2. Выбор офлайн-канала
  - 3.8.3. Преимущества онлайн-канала
- 3.9. План действий и расписание
  - 3.9.1. Типология коммуникативных действий в индустрии моды
  - 3.9.2. Структура и подход к разработке плана действий
  - 3.9.3. Интеграция плана действий в стратегию в целом
- 3.10. Оценка плана и стратегии коммуникации
  - 3.10.1. Ключевые показатели для оценки плана коммуникации
  - 3.10.2. Расширенный анализ коммуникационного плана
  - 3.10.3. Переформулировка коммуникационной стратегии

“Комплексное обучение, в ходе которого вы получите знания, необходимые для того, чтобы конкурировать с лучшими в отрасли”



05

# 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.*



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

## 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 в лучших бизнес-школах мира на протяжении всего времени их существования. 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.

## 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:



#### Учебный материал

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.



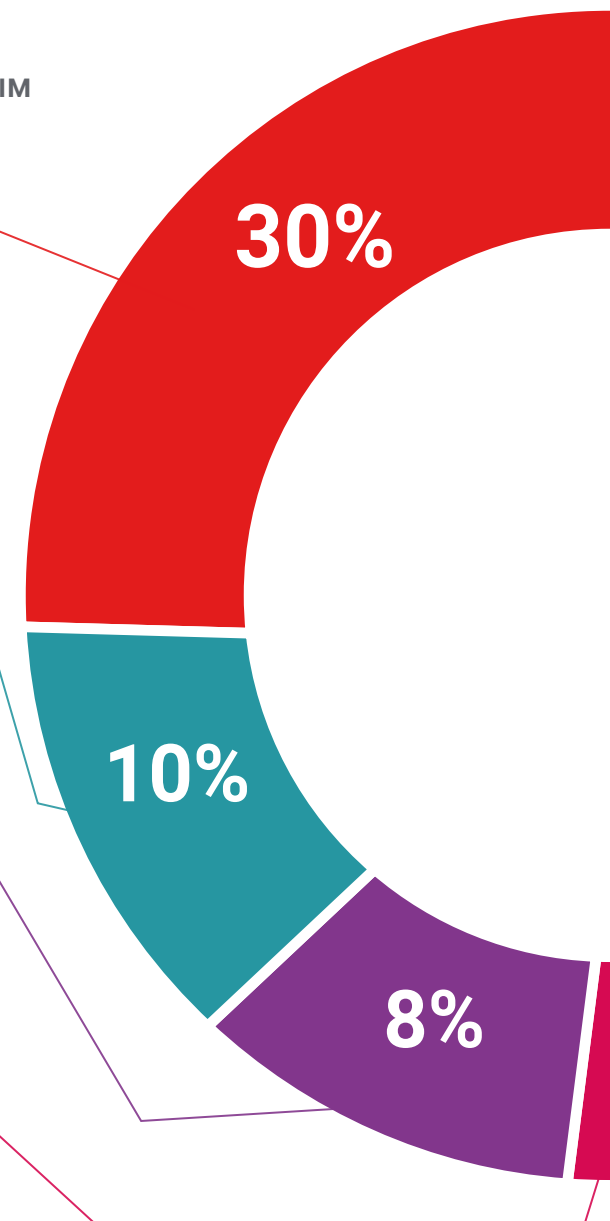
#### Практика навыков и компетенций

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.



06

# Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области бизнес-стратегий и коммуникационного плана в индустрии моды, красоты и роскоши гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TESH Технологическим университетом.





“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и бумажной волокитой”

Данный **Курс профессиональной подготовки в области бизнес-стратегий и коммуникационного плана в индустрии моды, красоты и роскоши** 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 бизнес-стратегий и коммуникационного плана в индустрии моды, красоты и роскоши**

Формат **онлайн**

Продолжительность: **6 месяцев**



\*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

Бизнес-стратегии  
и коммуникационный  
план в индустрии моды,  
красоты и роскоши

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 6 месяцев
- » Учебное заведение: TESH Технологический университет
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Курс профессиональной подготовки  
Бизнес-стратегии  
и коммуникационный  
план в индустрии моды,  
красоты и роскоши