

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.*

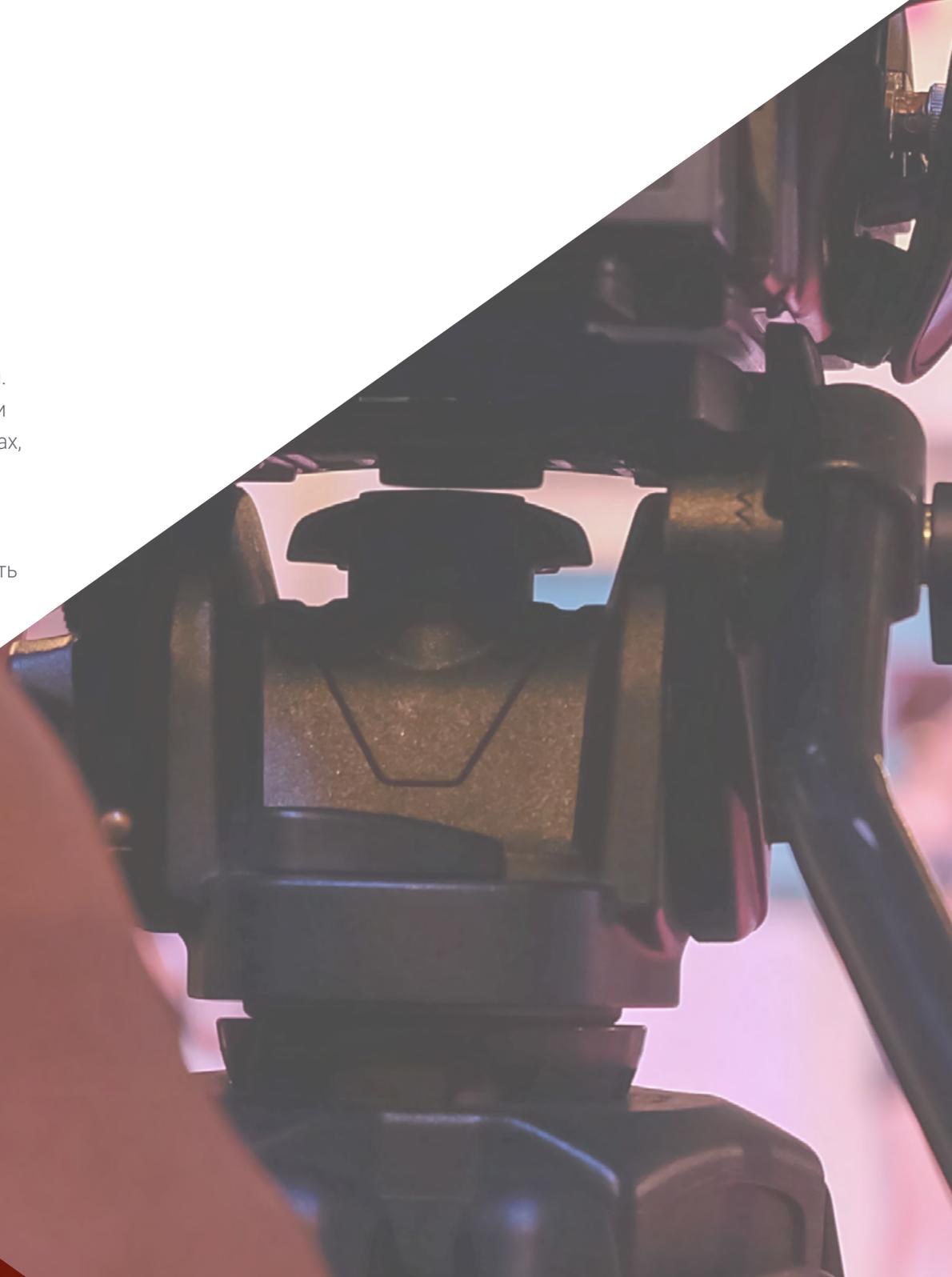
*Научитесь создавать коммуникационные планы с помощью Курса профессиональной подготовки, который предлагает вам TECH.*



# 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

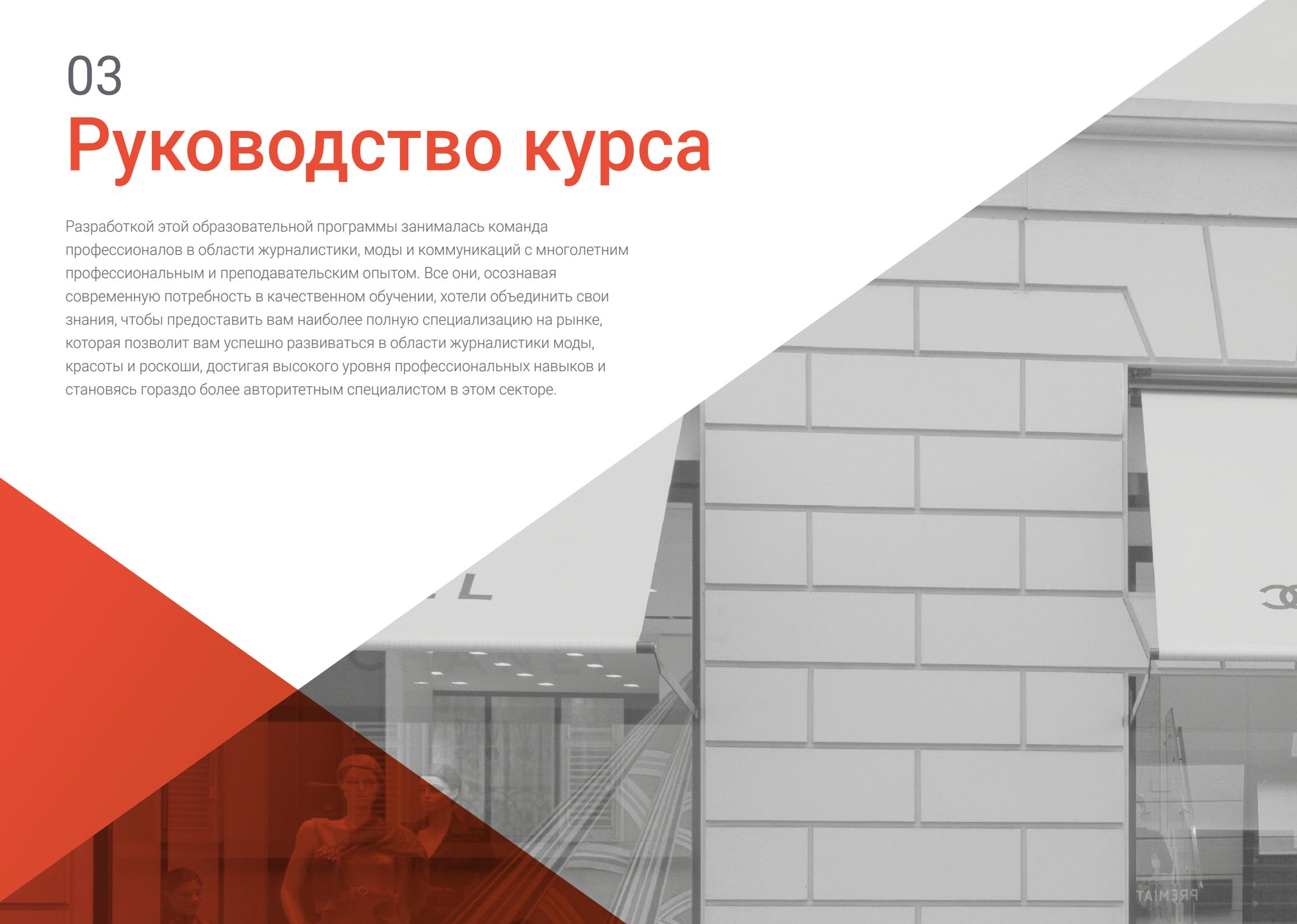


*TECH предоставляет вам самое инновационное содержание в секторе с единственной целью: подтолкнуть вас к достижению всех ваших профессиональных целей”*

# 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

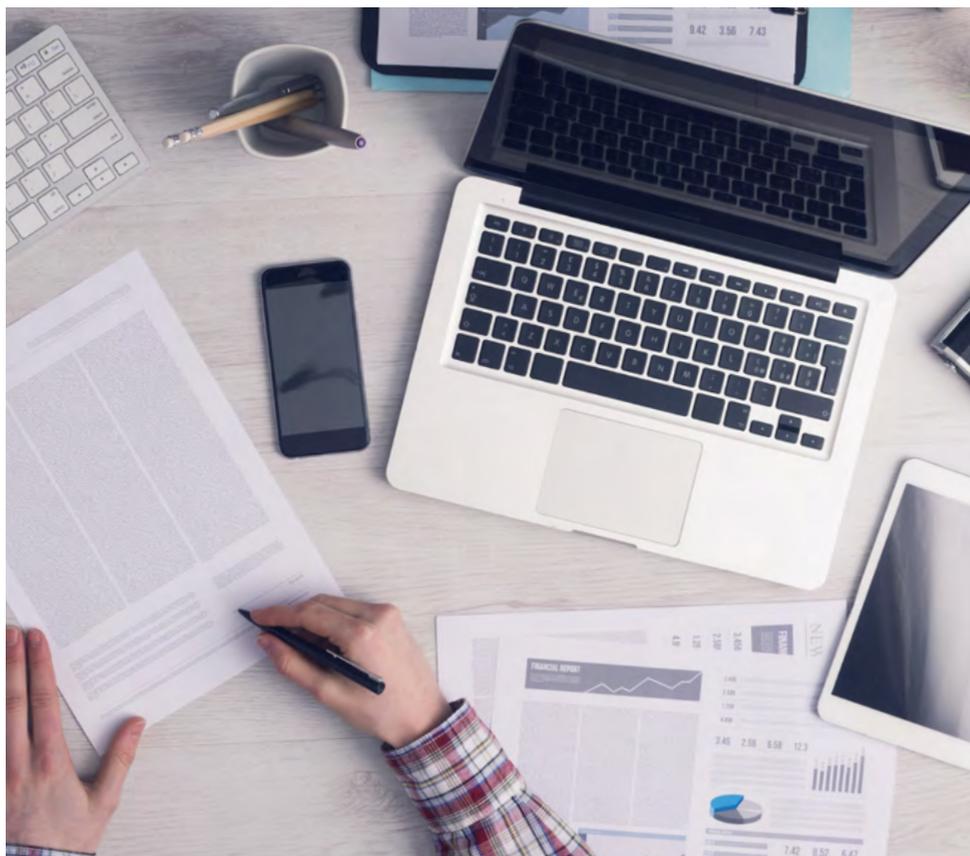
Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

*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.



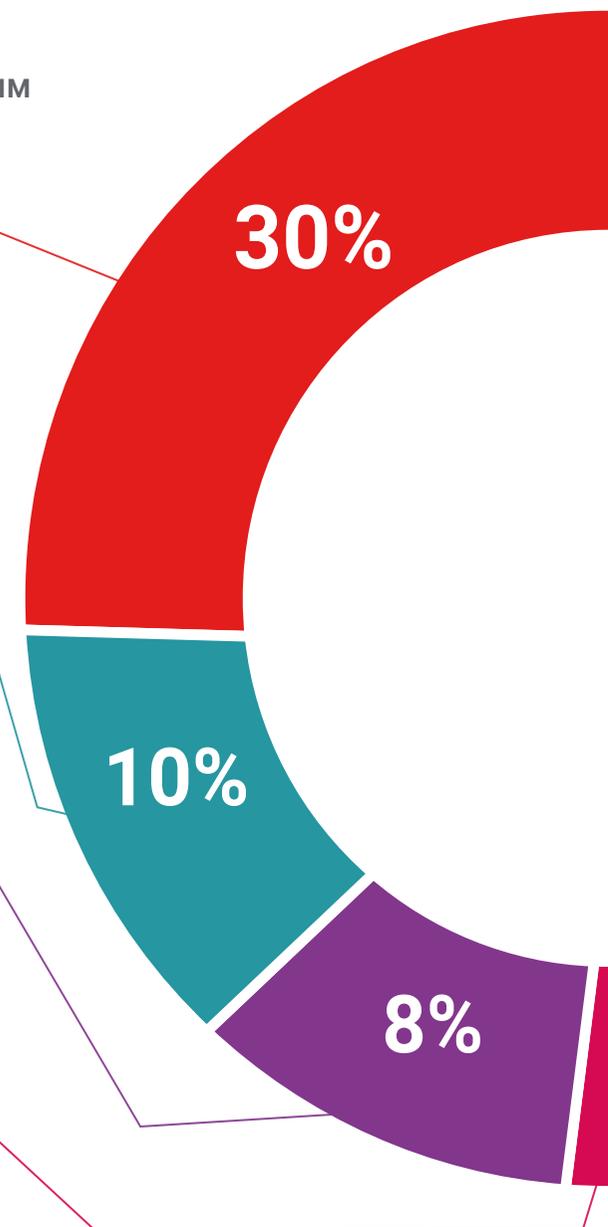
#### Практика навыков и компетенций

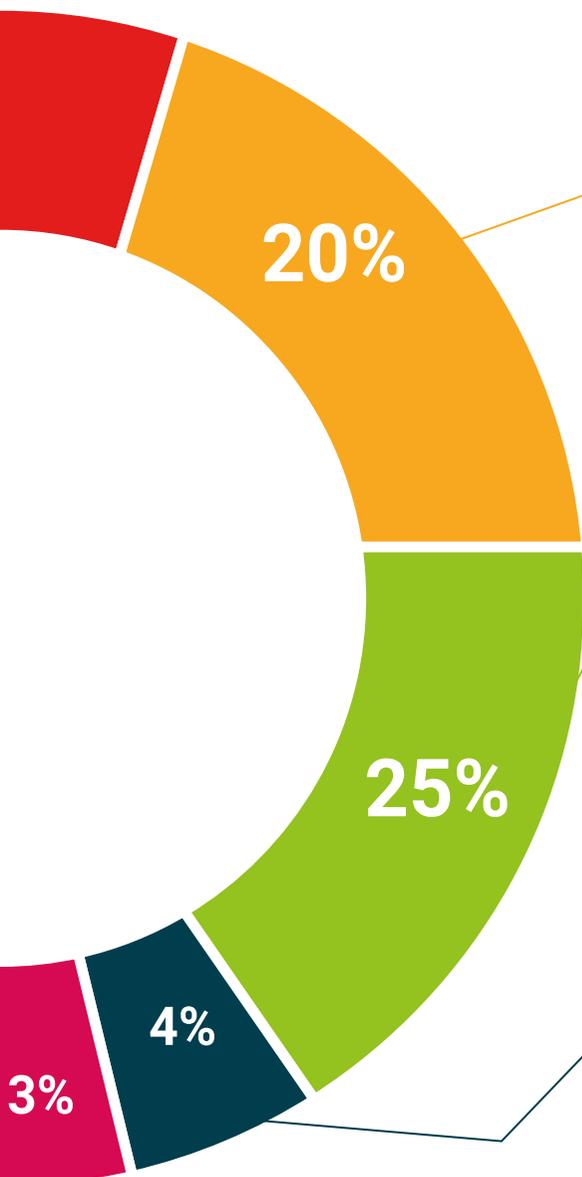
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



#### 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**



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