

专科文凭

时尚、美容和奢侈品传播





tech 科学技术大学

专科文凭

时尚、美容和奢侈品传播

- » 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-fashion-beauty-luxury-communication

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

学历

30

01 介绍

时尚、美容和奢侈品行业不断波动,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。因此,本课程将从时尚的概念及其与传播的关系,以及行业的演变和21世纪的主要变化入手,考虑到该行业的新趋势。通过这种方式,专业人员将能够更新他们在这领域的知识,并获得新的技能,使他们能够在该部门的公司、专门的媒体和新闻办公室成功工作。





通过这所专科文凭, 你将获得必要的知识, 从全球角度了解时尚、美容和奢侈品的世界, 并以最佳方式在这些部门从事专业记者的工作"

该培训项目特别针对在时尚和美容领域日常工作的传播和新闻领域的专业人士。考虑到这一点，TECH的教学团队有意识地、主动地将其经验带入这个专业，因此，它对职业现实的看法是现实的和密切的。

在整个教学大纲中，将对时尚、美容和奢侈品行业的公司沟通管理的所有方面进行分析，使学生深入了解这些部门的工作方式，并学习如何对其进行最佳管理。这也将帮助你从新闻的角度了解如何以正确的方式与这些公司接触。

这段旅程将引导学生认识到促进这些部门的公司业绩的战略，并使他们能够使用最有效的手段来实施成功的行动计划。

所有这些发展，都是在全世界公认和重视的专业人士的指导下进行的，目的是为了向最好的人学习，拥有最好的学习系统和一个刺激和有吸引力的培训过程。

这个专业成功的另一个关键是可以自己决定如何组织学习：从时间、地点到学习强度。这确保了这一努力与他们的个人和职业生活完全兼容。这样，你就永远不会失去动力。

从这个意义上说，培训是100%在线的，尽管你可以下载内容，如果你愿意，可以继续离线。

此外，还有说明性视频、复习音频、包含补充材料的在线图书馆以及导师在整个过程中的帮助和支持。

这个**时尚、美容和奢侈品传播专科文凭**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
- ◆ 它们所构思的图形化、示意图和突出的实用性内容为专业实践所必需的那些学科提供了科学和实用的培训。
- ◆ 在时尚、美容和奢侈品新闻方面有什么新动向
- ◆ 关于如何开展自我评估过程以改善学习的实际练习
- ◆ 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"

“

这个课程不仅是为在职记者设计的,也是为那些在该行业公司的新闻办公室工作的人设计的,他们希望更新和提高自己的知识”

这个课程将使你提高你的技能,成为一名成功的记者。

成为一名优秀的记者,并学习如何成功地移动,增强你与时尚、美容和奢侈品领域的公司的关系。

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。



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。完成专业学习后,你将能够在专业媒体、新闻办公室和营销部门工作,并具有高度的能力。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。

“

这个专业的目的是让学生了解时尚、美容和奢侈品领域的公司如何进行沟通”



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.MBL行业的沟通介绍

- ◆ 时尚和美容传播的主要领域的方法
- ◆ 问题和介绍一些感兴趣的话题, 这些话题将在整个方案中得到发展
- ◆ 奠定了时尚、美容和珠宝领域的知识基础
- ◆ 分析每个专业人员在时尚界所扮演的角色
- ◆ 了解并学习使用该部门的术语

模块2.内容创作:信息

- ◆ 使学生能够深入了解信息的性质及其基本组成部分
- ◆ 了解目前在时尚环境中使用的主要自动化通信工具
- ◆ 懂得如何识别行业中所阐述的信息、图像和内容的风格, 使学生有可能及时地复制和组织它们

模块3.时尚、美容和奢侈品生态系统中的沟通技巧

- ◆ 建立一个能够为你的时尚品牌吸引流量/受众的数字环境
不管是离线还是在线, 都有一个理想的定位
- ◆ 产生一个内容树和整个生物的连贯性内容
- ◆ 写一篇新闻稿、博客或讲一个故事, 确定你的品牌的生态系统
- ◆ 调整结果, 产生新的生态系统
- ◆ 识别并复制时尚和美容环境的沟通风格



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到时尚、美容和奢侈品新闻和传播的最新发展”

管理人员



García Barriga, María博士

- ◆ 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

Campos Bravo, Ignacio先生

- ◆ 在Loyola Andalucía大学获得传播学学位, 拥有信息媒体和企业传播的双重专业
- ◆ 在ISEM获得时尚商业管理的行政硕士学位
- ◆ 曾在小型媒体和通讯机构工作, 最近还在Loewe香水的多品牌渠道中从事销售点管理

Villamil Navarro, Camila女士

- ◆ 社会传播者和记者, 毕业于拉萨巴纳大学
- ◆ 目前为《EL TIEMPO》报撰写关于时尚和趋势的文章
- ◆ 拉萨巴纳大学传播系时尚新闻和个人品牌教授, 时尚传播和新闻学文凭的协调人



macy's

SAUVAGE
THE NEW FRAGRANCE
Dior

macy's

Caracake
Factory

Estimote

ONLY ONE
BRINGS THE
TO
THE
SO

ARCHITECT: LORENZO
BONASUSI
DESIGNED BY
FRANCESCO
SANTORI
CONSTRUCTION
BY
MCCORMICK
ON MAY FOURTEENTH
MOMENT THIS MONU-
MENT WAS DEDICAT-
ED BY PRESIDENT
THEODORE ROOSEVELT

04

结构和内容

时尚、美容和奢侈品传播是一个量身定制的课程，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.MBL行业的沟通介绍

- 1.1. 时尚产业的发展和演变
 - 1.1.1. 穿越历史的时尚
 - 1.1.2. 纺织业的演变
 - 1.1.3. 快时尚模式和当今的消费行业
- 1.2. 美容和香水行业的主要里程碑和特点
 - 1.2.1. 香水的历史
 - 1.2.2. 作为与奢侈品市场的主要联系点的香水业
 - 1.2.3. 在主要的美容和香水零售连锁店进行交流
- 1.3. 时尚社会学简介
 - 1.3.1. 作为社会中介的时尚
 - 1.3.2. 趋势社会学
 - 1.3.3. 作为艺术概念的时尚
- 1.4. 21世纪的奢侈品和数字体验
 - 1.4.1. 了解奢侈品的新方法
 - 1.4.2. 数字环境中的时尚和奢侈品
 - 1.4.3. 数字工具如何丰富奢侈品体验
- 1.5. 使品牌话语适应每个传播渠道的需要
 - 1.5.1. 时尚、美容和奢侈品行业的主要沟通渠道
 - 1.5.2. 绘制传播战略图。渠道和信息的选择
 - 1.5.3. 公关传播者的形象。SS
- 1.6. 奢侈品行业品牌遗产的演变
 - 1.6.1. 以历史为背景。建立一个来自过去的品牌话语权
 - 1.6.2. 创意方向在品牌话语中的作用
 - 1.6.3. 21世纪品牌遗产的开始
- 1.7. 数字环境中的时尚传播。全球化和单一市场
 - 1.7.1. 在数字环境中进行交流
 - 1.7.2. 品牌的国际化
 - 1.7.3. 全球化对时尚和美容传播的影响
- 1.8. 建设原则品牌
 - 1.8.1. 品牌是占优势的。无形资产的管理
 - 1.8.2. 吨和礼仪。品牌话语的构建
 - 1.8.3. 在全球市场上建立一个品牌

- 1.9. MBL市场的可持续性方法
 - 1.9.1. 时尚系统中的可持续性和环境。行为者和过程
 - 1.9.2. 时尚和美容行业的多样性和包容性
 - 1.9.3. 奢侈品市场的可持续性
- 1.10. 时尚界的沟通专家
 - 1.10.1. 传播部门在时尚公司中的作用
 - 1.10.2. 将通信部门外包。机构的作用
 - 1.10.3. 时尚、美容和奢侈品行业的主要沟通渠道

模块2.内容创作:信息

- 2.1. 沟通的要素:发送者、接受者和信息-口号
 - 2.1.1. 沟通的过程和所涉及的组成部分
 - 2.1.2. 时尚生态系统中的认知、情感和社会信息
 - 2.1.3. 美容市场中广告语的演变
- 2.2. 时尚界传达信息的传统方法:广告
 - 2.2.1. 广告作为价值传播的来源
 - 2.2.2. 从原型形成的定型
 - 2.2.3. 广告连环画的结构和构成
- 2.3. 创建数字内容的新工具。广告
 - 2.3.1. 谷歌广告的计算
 - 2.3.2. 匹配水平和基本指标
 - 2.3.3. 为数字环境创建广告
- 2.4. 传播时尚、奢侈品和美容内容的渠道
 - 2.4.1. 时尚消费者的偏好
 - 2.4.2. 户外和网络媒体及其互补性
 - 2.4.3. 奢侈品市场的信息传播趋势
- 2.5. 奢侈品行业内容的个性化
 - 2.5.1. 时尚语言的风格和它的技术特点
 - 2.5.2. 幸福、质量和功能与廉价、免费和紧急的对比
 - 2.5.3. 品牌与用户之间的全方位沟通
- 2.6. 在CRM中实施内容自动化
 - 2.6.1. 什么是CRM,它的作用是什么?
 - 2.6.2. 根据客户细分,信息的类型化
 - 2.6.3. 结构和实用性销售人员



- 2.7. 时尚、美容和奢侈品通讯的设计和布局
 - 2.7.1. 信息的组织和结构
 - 2.7.2. 新闻稿、通讯和广告之间的区别
 - 2.7.3. 通知的频率和影响的衡量
- 2.8. 语言的风格和形象在时尚界的影响
 - 2.8.1. 时尚“色”:将潘通色融入你的沟通策略
 - 2.8.2. 时尚专家都在谈论什么?
 - 2.8.3. 信息设计
- 2.9. CMS的结构和实施
 - 2.9.1. 内容管理系统的目的
 - 2.9.2. 时尚网站的内容类型
 - 2.9.3. 淘宝网
- 2.10. 内容计划
 - 2.10.1. 时尚和美容领域内容规划的关键点
 - 2.10.2. 时尚行业的季节性活动
 - 2.10.3. 发起闪光运动

模块3时尚、美容和奢侈品生态系统中的沟通技巧

- 3.1. 时尚生态系统及其构成
 - 3.1.1. 构建和维护一个 Phygital生态系统
 - 3.1.2. 搜索资源和 SERP 的发展
 - 3.1.3. 生态系统监测和再适应
- 3.2. 创建一个品牌生态系统。SEO、SEM和SMO
 - 3.2.1. 数字内容的定位。搜索引擎优化
 - 3.2.2. SEM活动的创意
 - 3.2.3. SMO在时尚行业中的现实意义
- 3.3. MBL品牌传播的差异和相似性
 - 3.3.1. 内容网站和电子商务网站之间的区别
 - 3.3.2. 传播目标的演变
 - 3.3.3. 内容创作中的互动
- 3.4. 传统的线下传播技术:新闻稿、新闻和广告报道
 - 3.4.1. 客观沟通:新闻稿和相关信息
 - 3.4.2. 社会传播:新闻是新信息的驱动力
 - 3.4.3. 商业传播:作为销售的一个要素的广告

- 3.5. 博客和数字杂志的创建
 - 3.5.1. 静态工具中的双向交流
 - 3.5.2. 博客的结构和组成
 - 3.5.3. 数字时尚杂志的内容创作
- 3.6. 跨媒体叙事和讲故事
 - 3.6.1. 时尚传播中的空间和时间构成
 - 3.6.2. 跨媒体叙事中的虚拟现实主义
 - 3.6.3. 讲故事建设的各个阶段
- 3.7. 时尚环境中的视听语言
 - 3.7.1. 形象对于美容行业的力量
 - 3.7.2. 品牌故事中的故事情节
 - 3.7.3. 时尚偶像和神话的创造
- 3.8. 基于谷歌趋势领域的内容创建
 - 3.8.1. 谷歌趋势的工作原理和搜索动态
 - 3.8.2. 与关键词和时尚标签有关的故事描述
 - 3.8.3. 竞争与病毒的融合
- 3.9. 一个生态系统在整个宇宙中的功能
 - 3.9.1. 内容和趋势调整
 - 3.9.2. 视听交流中的音乐氛围
 - 3.9.3. 时尚电影
- 3.10. 重新定义和调整品牌生态系统
 - 3.10.1. 创造力、创新和发明是增长的动力
 - 3.10.2. 时尚行业的灵感和愿望
 - 3.10.3. 重整时尚界的秩序:为整个社会提供内容





“

一个完整的专业, 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。



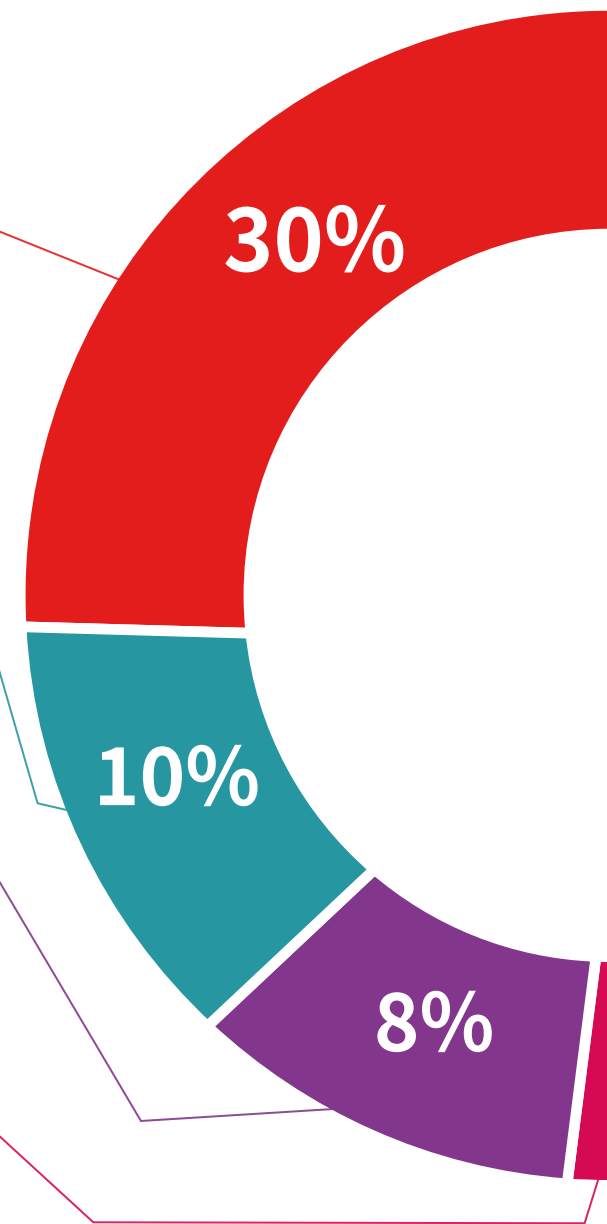
技能和能力的实践

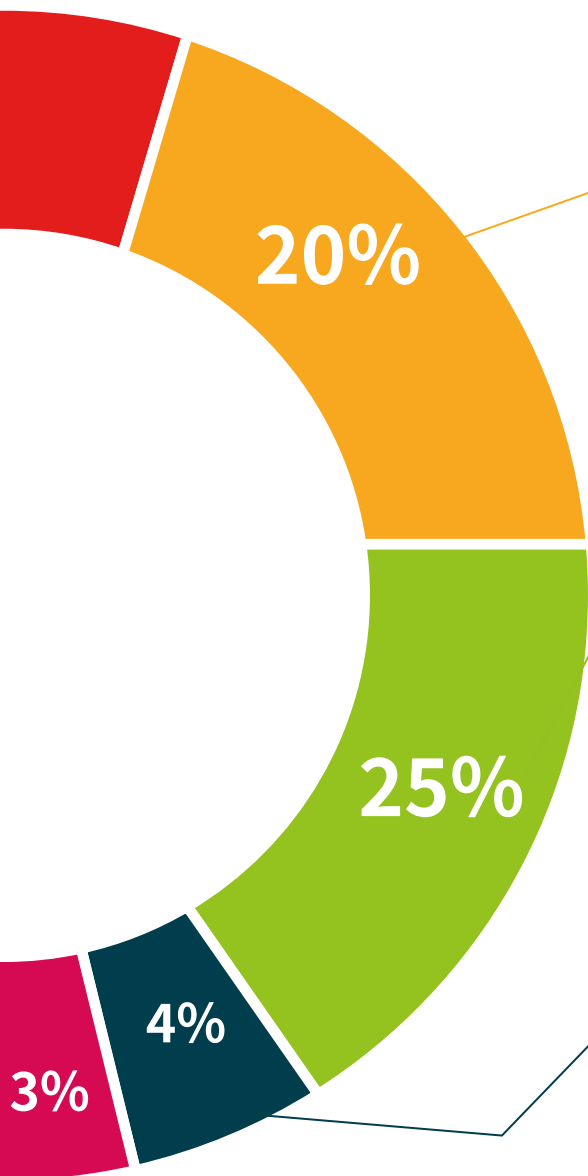
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



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 学历

时尚、美容和奢侈品传播 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专科文凭, 无需旅行
或通过繁琐的程序”

这个**时尚、美容和奢侈品传播** 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、美容和奢侈品传播 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 创新
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、美容和奢侈品传播

- » 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、美容和奢侈品传播

