

Курс профессиональной подготовки

Коммуникация в индустрии моды, красоты и роскоши





Курс профессиональной подготовки

Коммуникация 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-fashion-beauty-luxury-communication

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

Сектор моды, красоты и роскоши постоянно меняется, и, следовательно, его правильная трактовка в области коммуникации и журналистики требует постоянного совершенствования со стороны профессионалов в этой сфере. По этой причине данная программа рассматривает концепцию моды и ее связь с коммуникацией, а также эволюцию индустрии и ее основные изменения в 21 веке, принимая во внимание новые тенденции в секторе. Таким образом, профессионалы смогут повысить уровень своих знаний в этой области и приобрести новые навыки, которые позволят им успешно работать в компаниях сектора, специализированных СМИ и пресс-службах.



“

Благодаря этому Курсу профессиональной подготовки вы получите необходимые знания, чтобы понять мир моды, красоты и роскоши с глобальной точки зрения и оптимально работать в этих секторах в качестве специализированного журналиста”

Этот курс предназначен, прежде всего, для профессионалов в области коммуникации и журналистики, которые ежедневно работают в сфере моды и красоты. Учитывая это, преподавательский состав TESH вложил в эту специализацию свой опыт и, следовательно, реалистичное и близкое видение профессиональной реальности, сознательно и проактивно.

На протяжении всей программы обучения будут проанализированы все аспекты управления коммуникациями в компаниях, работающих в сфере моды, красоты и роскоши, чтобы студенты получили глубокие знания о том, как работают эти отделы, и научились оптимально управлять ими. Это также поможет им понять, как правильно относиться к этим компаниям с точки зрения журналистики.

Путь, который приведет студентов к распознаванию стратегий, повышающих результаты компаний в этих секторах, и позволит им использовать наиболее эффективные средства, когда речь идет о реализации успешных планов действий.

Все это разрабатывается под руководством профессионалов, признанных и ценимых во всем мире, чтобы учиться у лучших, с лучшей системой обучения, а также стимулирующим и интересным форматом обучения.

Еще один залог успеха этой специализации – возможность самостоятельно решать, как организовать свое обучение: от времени и места до интенсивности занятий. Это гарантирует полную совместимость этих усилий с их личной и профессиональной жизнью. Чтобы студент никогда не терял мотивацию.

В этом смысле обучение на 100% проходит в режиме онлайн, хотя при желании вы сможете скачать его содержание, чтобы продолжить обучение в автономном режиме.

Вы также получите доступ к наглядным видеоматериалам, аудиозаписям, онлайн-библиотеке с дополнительными материалами, а также помощь и поддержку вашего наставника на протяжении всего процесса обучения. Вы также получите доступ к эксклюзивному содержанию и серии *мастер-классов* под руководством всемирно известного преподавателя.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области коммуникации в индустрии моды, красоты и роскоши** содержит самую полную и современную академическую программу на университетской панораме. Основными особенностями специализации 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 специализации имеет приоритет по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Нововведения в журналистике о моде, красоте и роскоши
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методикам в области журналистики и коммуникации в индустрии 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



Эта программа позволит вам усовершенствовать свои навыки и стать успешным журналистом, пройдя эксклюзивные мастер-классы"

“

Эта программа предназначена не только для работающих журналистов, но и для тех, кто трудится в пресс-службах компаний отрасли и хочет пополнить и улучшить свои знания”

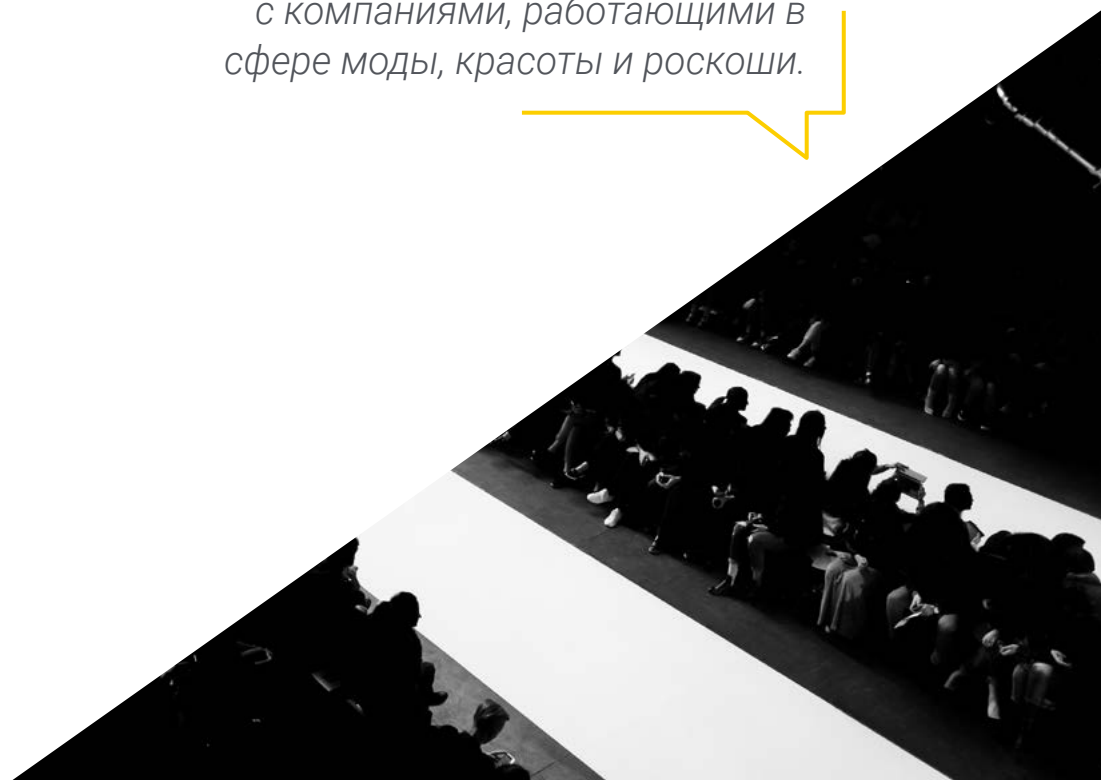
В преподавательский состав входят профессионалы в области журналистики и коммуникаций, которые привносят в программу свой профессиональный опыт, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

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.

Эта программа позволит вам развить свои навыки и стать успешным журналистом.

Станьте отличным журналистом и научитесь успешно продвигаться по службе, укрепляя свои отношения с компаниями, работающими в сфере моды, красоты и роскоши.



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 окончания специализации вы сможете с высокой степенью компетентности работать в специализированных СМИ, пресс-службах и отделах маркетинга. 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.

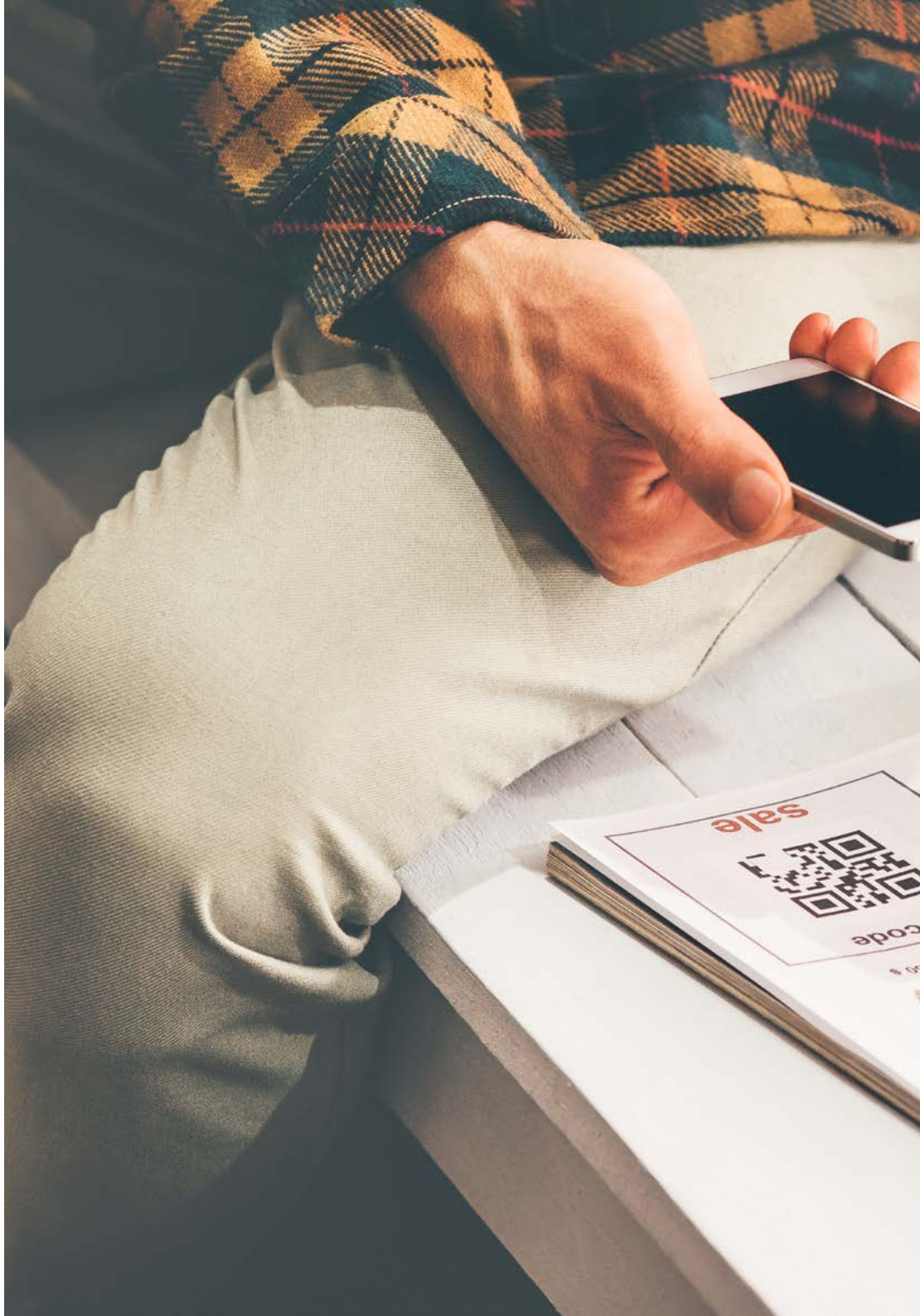
“

Цель этой специализации заключается в том, чтобы дать студентам возможность понять, как работает коммуникация в компаниях, работающих в сфере 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
- ♦ Развить 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. Введение в коммуникацию в индустрии моды, красоты и роскоши

- ♦ Подход к основным сферам общения, связанным с модой и красотой
- ♦ Обсудить представляющие интерес темы, которые будут развиваться на протяжении всей программы
- ♦ Сформировать основы знаний в области моды, красоты и роскоши
- ♦ Проанализировать роль каждого специалиста в индустрии моды
- ♦ Знать и научиться использовать терминологию сектора

Модуль 2. Создание содержания: сообщение

- ♦ Дать возможность учащимся глубже понять природу послания и его основные компоненты
- ♦ Знать основные автоматизированные средства коммуникации, которые в настоящее время используются в индустрии моды
- ♦ Знать, как определять стиль сообщений, изображений и содержания, которые производятся в индустрии, как воспроизвести их и организовать во времени

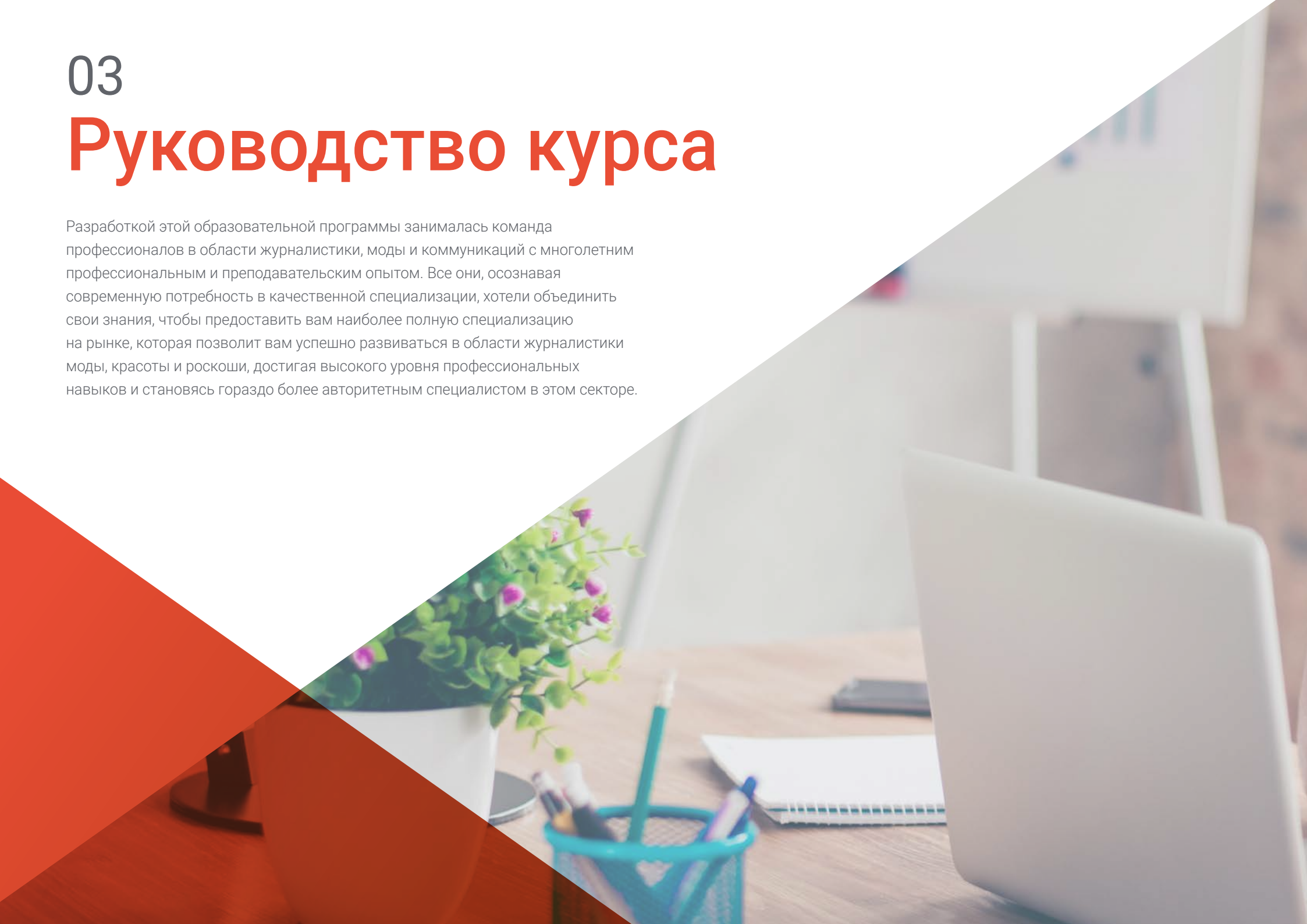
Модуль 3. Методы коммуникации в экосистеме моды, красоты и роскоши

- ♦ Создать цифровую среду, способную привлечь трафик/аудиторию к вашему модному бренду, как в офлайне, так и в онлайн, с желаемым позиционированием
- ♦ Создание структуры контента и последовательного контента в описании
- ♦ Писать пресс-релизы, блоги или рассказывать истории, которые определяют экосистему вашего бренда
- ♦ Адаптировать результаты и создать новую экосистему
- ♦ Распознавать и воспроизводить стиль общения в среде моды и красоты

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 качественной специализации, 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 достижениях в области журналистики и коммуникации моды, красоты и роскоши”

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

- ♦ Докторская степень 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

Гн Кампос Браво, Игнасио

- ♦ Степень бакалавров в области коммуникаций с двойной специализацией "СМИ для специалистов" и "Корпоративные коммуникации" в Университете Лойолы Андалусии
- ♦ Магистр делового администрирования в области управления бизнесом в индустрии моды в Бизнес-школе моды ISEM
- ♦ Работал в небольших медиа- и коммуникационных агентствах, в последнее время занимался управлением точками продаж в мультибрендовом канале для Loewe Perfumes

Гжа Вильями Наварро, Камила

- ♦ Социальный коммуникатор и журналист, окончила Университет Ла-Сабана
- ♦ Редактор моды и тенденций в газете EL TIEMPO
- ♦ Преподаватель модной журналистики и персонального брендинга на факультете коммуникации в Университете Ла-Сабана, координатор программы по модной коммуникации и журналистике

04

Структура и содержание

Программа в области коммуникации в сфере моды, красоты и роскоши от ТЕСН – это индивидуальная программа, которая проводится в 100% онлайн-формате, так что вы можете выбрать время и место, которые лучше всего соответствуют вашим возможностям, расписанию и интересам. 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. Введение в коммуникацию в индустрии моды, красоты и роскоши

- 1.1. Развитие и эволюция индустрии моды
 - 1.1.1. Мода сквозь призму истории
 - 1.1.2. Эволюция текстильной промышленности
 - 1.1.3. Модель "быстрой моды" и современная потребительская индустрия
- 1.2. Основные вехи и характеристики индустрии красоты и парфюмерии
 - 1.2.1. История парфюмерии
 - 1.2.2. Парфюмерия как основная точка контакта с рынком роскоши
 - 1.2.3. Коммуникация в крупных сетях розничной торговли косметикой и парфюмерией
- 1.3. Введение в социологию моды
 - 1.3.1. Мода как социальный агент
 - 1.3.2. Социология тенденций
 - 1.3.3. Мода как художественная концепция
- 1.4. Роскошь в XXI веке и цифровой опыт
 - 1.4.1. Новые способы понимания роскоши
 - 1.4.2. Мода и роскошь в цифровой среде
 - 1.4.3. Как цифровые инструменты могут обогатить впечатления от роскоши
- 1.5. Адаптация дискурса бренда к каждому каналу коммуникации
 - 1.5.1. Основные каналы коммуникации в индустрии моды, красоты и роскоши
 - 1.5.2. Разработка стратегии коммуникации. Выбор канала и послания
 - 1.5.3. Профиль коммуникатора в социальных сетях
- 1.6. Эволюция наследия бренда в индустрии роскоши
 - 1.6.1. История как фон. Построение дискурса бренда на основе прошлого
 - 1.6.2. Роль креативного направления в дискурсе бренда
 - 1.6.3. Начало пути к наследию бренда в XXI веке
- 1.7. Коммуникация моды в цифровой среде. Глобализация и единый рынок
 - 1.7.1. Коммуникация в цифровой среде
 - 1.7.2. Интернационализация брендов
 - 1.7.3. Влияние глобализации на коммуникацию в индустрии моды и красоты

- 1.8. Принципы брендинга
 - 1.8.1. Бренд – это именно то, что преобладает. Управление нематериальными активами
 - 1.8.2. *Tons and Manners*. Построение дискурса бренда
 - 1.8.3. Создание бренда на глобальном рынке
- 1.9. Подход к устойчивому развитию на рынках моды, красоты и роскоши
 - 1.9.1. Устойчивое развитие и окружающая среда в системе моды. Актеры и процессы
 - 1.9.2. Многообразие и инклюзия в индустрии моды и красоты
 - 1.9.3. Устойчивое развитие на рынке роскоши
- 1.10. Специалист по коммуникации в индустрии моды
 - 1.10.1. Роль отдела коммуникаций в модной компании
 - 1.10.2. Аутсорсинг отдела коммуникаций. Роль агентств
 - 1.10.3. Профили специалистов по коммуникации в индустрии моды, красоты и роскоши

Модуль 2. Создание содержания: сообщение

- 2.1. Элементы коммуникации: отправитель, получатель и сообщение — слоган
 - 2.1.1. Процесс коммуникации и задействованные в нем компоненты
 - 2.1.2. Когнитивные, эмоциональные и социальные сообщения в экосистеме моды
 - 2.1.3. Эволюция рекламного слогана на рынке красоты
- 2.2. Традиционные методы передачи специализации имеют приоритет в индустрии моды: реклама
 - 2.2.1. Реклама как источник передачи ценностей
 - 2.2.2. Выделение стереотипа из прототипа
 - 2.2.3. Структура и композиция рекламного комикса
- 2.3. Новые инструменты для создания цифрового содержания: Объявления
 - 2.3.1. Алгоритм Google Ads
 - 2.3.2. Уровни соответствия и основные метрики
 - 2.3.3. Создание рекламы для цифровой среды



- 2.4. Каналы для распространения материалов о моде, роскоши и красоте
 - 2.4.1. Предпочтения потребителей в индустрии моды
 - 2.4.2. Офлайн- и онлайн-медиа и их взаимодополняемость
 - 2.4.3. Тенденции в распространении приоритетов на рынке роскоши
- 2.5. Персонализация содержания в индустрии роскоши
 - 2.5.1. Стиль языка моды и его технические особенности
 - 2.5.2. Счастье, качество и функциональность против дешевого, бесплатного и срочного
 - 2.5.3. Омниканальная коммуникация между брендом и пользователем
- 2.6. Внедрение автоматизации размещения материалов в систему CRM
 - 2.6.1. Что это такое система CRM и для чего она нужна?
 - 2.6.2. Типология сообщений в соответствии с сегментацией потребителей
 - 2.6.3. Структура и удобство использования *Salesforce*
- 2.7. Дизайн и верстка *рассылки* в индустрии моды и роскоши
 - 2.7.1. Организация и структура информации
 - 2.7.2. Различия между пресс-релизами, рассылками и рекламными объявлениями
 - 2.7.3. Частота уведомлений и измерение воздействия
- 2.8. Стиль языка и влияние изображения в индустрии моды
 - 2.8.1. "Модные" цвета: интеграция *rantone* в вашу коммуникационную стратегию
 - 2.8.2. О чем говорят специалисты в области моды?
 - 2.8.3. Дизайн информации
- 2.9. Структура и внедрение системы управления содержимым (CMS)
 - 2.9.1. Назначение системы управления содержимым
 - 2.9.2. Типология содержания для сайта о моде
 - 2.9.3. *PrestaShop*
- 2.10. Коммуникационный план
 - 2.10.1. Ключевые моменты в планировании материалов в индустрии моды и красоты
 - 2.10.2. Сезонные кампании в индустрии моды
 - 2.10.3. Запуск флэш-кампаний

Модуль 3. Методы коммуникации в экосистеме моды, красоты и роскоши

- 3.1. Экосистема моды и ее структура
 - 3.1.1. Создание и поддержание *Phygital*-экосистемы
 - 3.1.2. Поисковые ресурсы и развитие поисковых выдач
 - 3.1.3. Мониторинг и модернизация экосистем
- 3.2. Создание экосистемы бренда: SEO, SEM и SMO
 - 3.2.1. Позиционирование цифрового содержимого: SEO
 - 3.2.2. Креативность кампаний SEM
 - 3.2.3. Актуальность SMO в индустрии моды
- 3.3. Различия и сходства в коммуникации бренда в индустрии моды, красоты и роскоши
 - 3.3.1. Различия между контентным сайтом и сайтом электронной коммерции
 - 3.3.2. Эволюция целей коммуникации
 - 3.3.3. Взаимодействие при создании материалов
- 3.4. Традиционные методы коммуникации вне сети: пресс-релизы, новости и рекламные материалы
 - 3.4.1. Объективная коммуникация: пресс-релиз и соответствующая неспециализация
 - 3.4.2. Социальная коммуникация: новости как фактор новой неспециализации
 - 3.4.3. Коммерческая коммуникация: рекламный материал как элемент продаж
- 3.5. Создание блогов и цифровых журналов для распространения информации
 - 3.5.1. Двусторонняя связь в статических инструментах
 - 3.5.2. Структура и состав блогов
 - 3.5.3. Создание содержания для цифровых журналов в индустрии моды
- 3.6. Трансмедийное повествование и *сторителлинг*
 - 3.6.1. Композиция пространства и времени в модной коммуникации
 - 3.6.2. Виртуальный реализм в трансмедийном нарративе
 - 3.6.3. Этапы создания *сторителлинга*





- 3.7. Аудиовизуальный язык в индустрии моды
 - 3.7.1. Сила изображения для индустрии красоты
 - 3.7.2. Сюжетная линия в истории бренда
 - 3.7.3. Создание модных икон и мифов
- 3.8. Создание материалов на основе вселенной Google Trends
 - 3.8.1. Работа и динамика поиска в Google Trends
 - 3.8.2. Описание сюжета в связи с ключевыми словами и тегами, характерными для данного направления моды
 - 3.8.3. Интеграция конкуренции и виральности
- 3.9. Функционирование экосистемы во всей вселенной в целом
 - 3.9.1. Согласование содержания и тенденций
 - 3.9.2. Музыкальная атмосфера в аудиовизуальной коммуникации
 - 3.9.3. Фильмы о моде
- 3.10. Переопределение и адаптация экосистемы бренда
 - 3.10.1. Креативность, инновации и изобретения как инструменты динамики роста
 - 3.10.2. Вдохновение и стремления в индустрии моды
 - 3.10.3. Перестройка вселенной моды: содержание для всего общества

“

Полная специализация, которая даст вам 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.



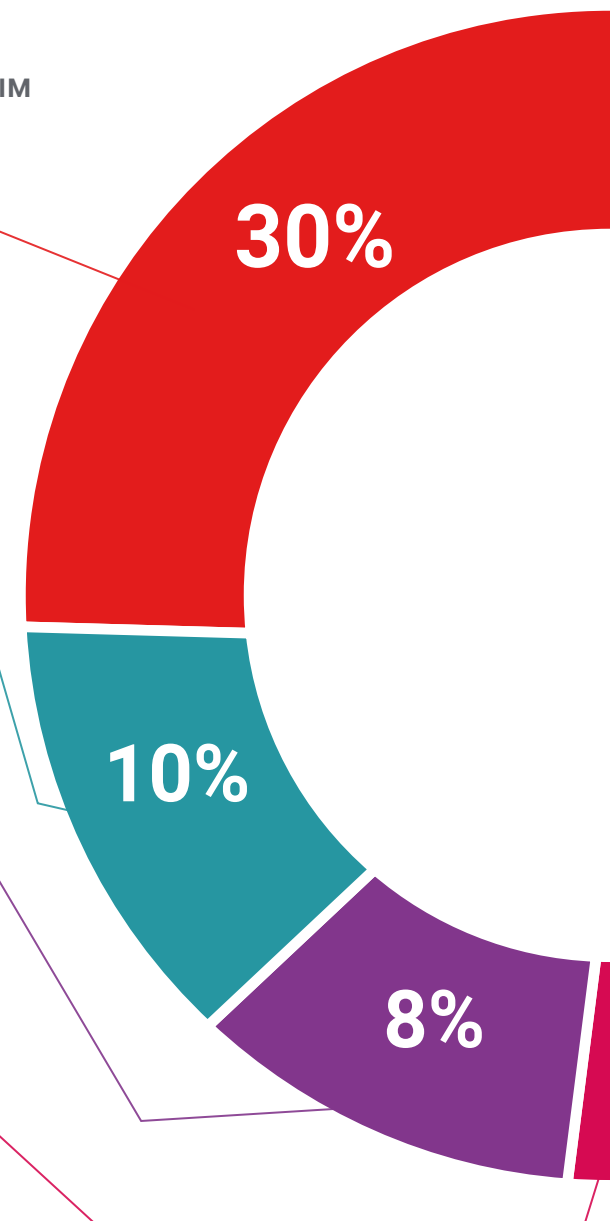
Практика навыков и компетенций

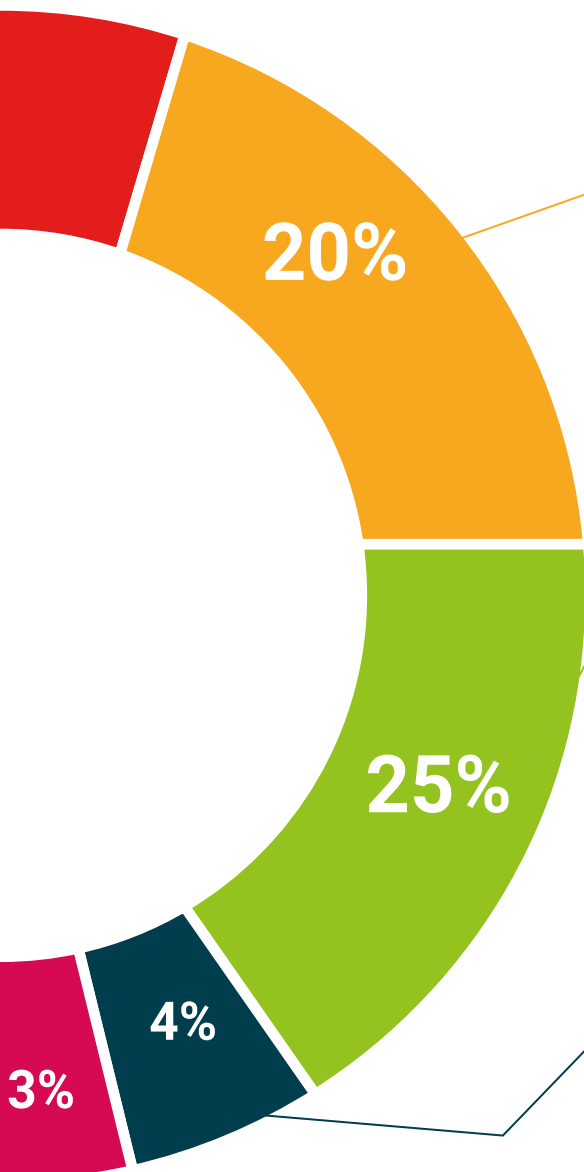
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



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 коммуникации в индустрии моды, красоты и роскоши гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома о прохождении Курса профессиональной подготовки, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

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

Данный **Курс профессиональной подготовки в области коммуникации 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: **Курса профессиональной подготовки в области коммуникации 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

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение
Коммуникация в индустрии
моды, красоты и роскоши

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Курс профессиональной
подготовки

Коммуникация в индустрии
моды, красоты и роскоши

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

Курс профессиональной подготовки

Коммуникация в индустрии моды, красоты и роскоши

