

专科文凭

时尚、美容和奢侈品传播的新形式





## 专科文凭

### 时尚、美容和奢侈品传播的新形式

- » 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.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-new-forms-communication-fashion-beauty-luxury](http://www.techtitute.com/cn/journalism-communication/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-new-forms-communication-fashion-beauty-luxury)

# 目录

01

介绍

---

4

02

目标

---

8

03

课程管理

---

12

04

结构和内容

---

16

05

方法

---

22

06

学位

---

30

# 01

# 介绍

时尚、美容和奢侈品行业不断波动，因此，其在传播领域的正确处理需要不断更新。因此，这个专科文凭将接近时尚的概念及其与通信的关系，以及该行业的演变和它在21世纪的主要变化，同时考虑到该行业的新趋势。以同样的方式，还将研究时尚领域内的外观和视觉传播管理，以了解在这个意义上最有效的模式，并为专业人士提供必要的技能，为消费者产生强大和有吸引力的视觉传播。





“

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”

该专科文凭特别针对传播和新闻领域的专业人士，他们每天都在时尚和美容领域工作。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，将深入探讨这些领域的公司的内容管理战略，特别关注新的沟通渠道，如社交网络和YouTube，以及它们对该行业公司成功的参与。所有这些将使专业人士能够在奢侈品、美容和时尚公司成功工作。

同样，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。

这段旅程将引导学生认识到给公司和专业媒体带来最佳效果的沟通渠道，并使他们能够利用这些媒体来增加公司的业绩，从而进行更有效的管理。

这个**时尚、美容和奢侈品传播的新形式专科文凭**包含了市场上最完整和最新的课程。主要特点是：

- ◆ 由时尚、美容和奢侈品新闻界的专家介绍案例研究的发展
- ◆ 其图形化、示意图和突出的实用性内容，以其为构思，为看重专业实践的学科提供科学并贴近实践的信息
- ◆ 在时尚、美容和奢侈品新闻方面有什么新动向
- ◆ 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



深入了解时尚、美容和奢侈品公司无能力的新传播手段，成为一个更有能力的专业人士"

“

成为一名优秀的记者,学习如何成功地行动,通过新的沟通渠道加强与时尚、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培训中,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。

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。



# 02

# 目标

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





“

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



## 总体目标

- ◆ 对时尚、奢侈品和美容领域的传播环境有一个全面和专业的看法, 确定该行业的特点, 以及它对整个商业结构的影响和反响
- ◆ 掌握基本的和先进的知识, 以便你能够产生与时尚有关的新的交流生态系统
- ◆ 加强你的管理、分析、创造和领导能力, 作为在行业内发展的主要能力
- ◆ 培养优秀的写作和口语及书面、口头和非口头沟通能力
- ◆ 获得必要的道德责任
- ◆ 培养批判性思维
- ◆ 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



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





## 具体目标

### 模块1.沟通分析的衡量标准

- ◆ 了解传播领域的测量过程, 根据品牌特性创建并建立高效的衡量标准
- ◆ 应用关键指标, 确定定性和定量变量之间的界限
- ◆ 评估所选择的分析方法, 并将结果应用于品牌行动
- ◆ 预测以下指标的结果, 以最大限度地减少风险
- ◆ 制定并提交一份针对时尚行业的仪表板和进度报告, 确定沟通渠道
- ◆ 重新确定领导力的重点

### 模块2.贸易新闻和公共关系

- ◆ 理解战略沟通, 并以道德和职业责任感来应用它
- ◆ 通过了解公关在时尚界的运作方式, 建立为传播目的服务的公关
- ◆ 管理一个能够创造活动和独特用户体验的团队, 无论是在实体环境还是数字环境中
- ◆ 适应时尚和美容领域的专业媒体的动态
- ◆ 了解公共关系的演变和最新的市场趋势
- ◆ 发展谈判技巧, 以建立构成社会联系的协议

### 模块3.新的沟通渠道: 社会网络&YouTube

- ◆ 提供直接、个人和适当的沟通, 能够满足每个社会网络的具体目标
- ◆ 对目前存在的每个数字通信渠道的具体设想
- ◆ 了解如何从传播渠道发挥影响力, 以及从数字环境中行使的新权力策略
- ◆ 从我的社交媒体渠道复制一个影响力的练习
- ◆ 确定视听渠道作为公共舆论中的主导媒介的崛起

# 03

## 课程管理

这个培训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造的。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、美容和奢侈品行业的公关和沟通渠道的最新发展”

## 管理人员



### García Barriga, María 女士

- ◆ 毕业于中国人民大学信息科学专业
- ◆ 时尚和奢侈品公司的营销和沟通的研究生学位
- ◆ MBA 的 ISEM时尚商学院
- ◆ 在不同领域有超过15年的内容生成经验: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

### Cayuela, María José 女士

- ◆ 毕业于巴塞罗那自治大学新闻学专业, 并获得商业和机构传播管理硕士学位
- ◆ 在ESADE获得品牌战略和传播管理的硕士学位。PDD
- ◆ 在ESADE获得数字营销管理硕士学位, 在IESE获得学习成长硕士学位
- ◆ 多学科记者, 在媒体和通讯机构有20多年的工作经验
- ◆ The Blogs Family的创始人, 这是一个为家庭提供内容的博客和社交媒体平台, 在Instagram、Facebook、Twitter、YouTube和TikTok上拥有超过100万名读者和追随者

### Muñiz, Eva 女士

- ◆ UNED 心理学学士。毕业于马德里圣巴勃罗大学新闻学专业, 并获得特别学位结业奖
- ◆ 人文与信息科学博士
- ◆ 沟通战略和商业形象的经济学研究生课程
- ◆ 首席执行官-传播机构Press&Co主任

# 04

## 结构和内容

TECH时尚、美容和奢侈品传播的新形式专科文凭是一个量身定制的课程，以100%的在线形式授课，因此你可以选择最适合你的时间、日程和兴趣的时间和地点，这个课程为期6个月，由该行业最知名的专业人士设计，他们将自己工作中的艰苦经验倾注在这个培训中，使你可以成长为一个顶级的传播者和记者。





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"

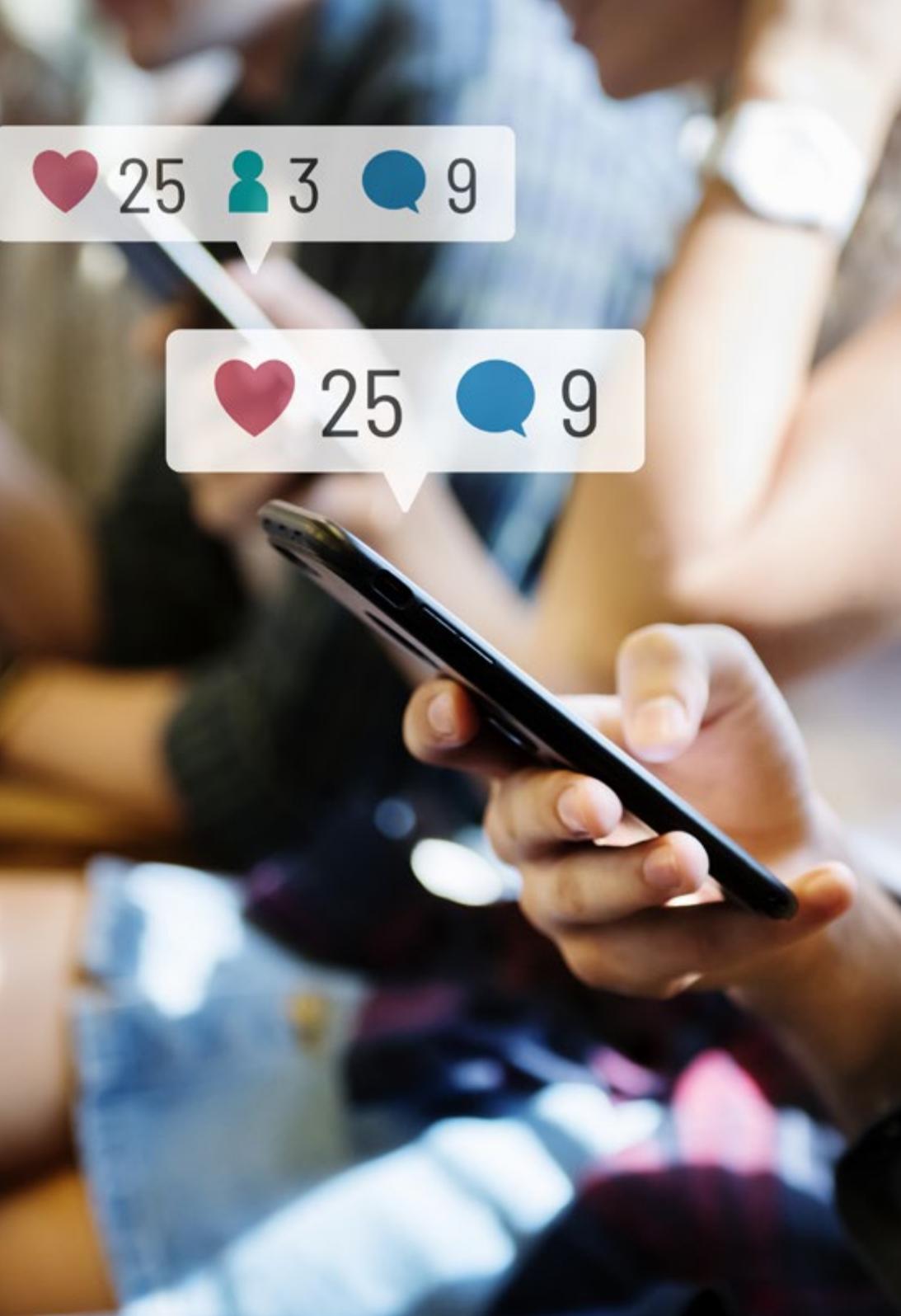
## 模块1.沟通分析的衡量标准

- 1.1. 沟通的分析和无形资产的管理
  - 1.1.1. 通讯的演变:从大众化到全球化
  - 1.1.2. 无形资产的概念和背景
  - 1.1.3. 衡量品牌、身份和企业文化
- 1.2. 具体指标:超越基准
  - 1.2.1. 时尚是由什么构成的?
  - 1.2.2. 针对时尚环境的指标
  - 1.2.3. 测量的目的和方法的选择
- 1.3. 测量误差的检测
  - 1.3.1. 误差分析:推理和对比法
  - 1.3.2. 时尚传播中的错误类型及其严重程度
  - 1.3.3. 沟通行动中的计划和预算编制
- 1.4. 传播分析的传统衡量标准
  - 1.4.1. 统计学原理和数据结构
  - 1.4.2. 定性研究的方法
  - 1.4.3. 传统度量衡的类型:结构和功能
- 1.5. 数字化的衡量标准。谷歌分析
  - 1.5.1. 时尚品牌的网络定位
  - 1.5.2. 我们在数字环境中测量什么?
  - 1.5.3. 数字计量学的类型:结构和功能
- 1.6. 传播性产品的创造和调整
  - 1.6.1. 传播性产品在时尚界的价值
  - 1.6.2. 数据的解释和解决方案的有效性
  - 1.6.3. 时尚消费者心理学中隐藏的个体认知
- 1.7. 测量对决策的影响
  - 1.7.1. 适当的问题和假设设置
  - 1.7.2. 基准和竞争环境
  - 1.7.3. 变革管理、信任和衡量时尚品牌的成功

- 1.8. 作为长期战略的预测和度量
  - 1.8.1. 品牌行为的模式
  - 1.8.2. 频率图和时尚演变分析
  - 1.8.3. 创新方案的模拟
- 1.9. 分析报告及其表述
  - 1.9.1. 报告的目的:品牌行为的模式
  - 1.9.2. 时尚传播分析报告的组成部分
  - 1.9.3. 数据可视化
- 1.10. 对危机情况进行快速评估
  - 1.10.1. 关键变量
  - 1.10.2. 短期影响和重新制定战略
  - 1.10.3. 贱民:一个时尚品牌的重点规模

## 模块2.贸易新闻和公共关系

- 2.1. 在专业媒体上的交流
  - 2.1.1. 专门报道时尚和美容的媒体,女性报刊
  - 2.1.2. 传播机构在传播中的作用
  - 2.1.3. 离线压力的当前值
- 2.2. 公关传播模式的演变。PP
  - 2.2.1. 公共关系的概念
  - 2.2.2. 经典公关模型的理论方法 (Grunig 和 Hunt) PP (Grunig和Hunt)
  - 2.2.3. 迈向公关的新方法,第五模式PP,第5个模型
- 2.3. 公关中的劝说性沟通。PP
  - 2.3.1. 公关的说服性和信息性部分。PP
  - 2.3.2. 公关和新闻活动之间的区别
  - 2.3.3. 公关的作用与 RR公关的作用与营销和广告的作用对比
- 2.4. 与媒体沟通的工具
  - 2.4.1. 新闻办公室及其运作
  - 2.4.2. 有用的新闻材料
  - 2.4.3. 如何构建一个有效的新闻稿



- 2.5. 时尚和美容传播规划和战略
  - 2.5.1. 初步研究:简报分析
  - 2.5.2. RACE方法
  - 2.5.3. 沟通计划
- 2.6. 时尚和美容的交流行动和活动
  - 2.6.1. 为品牌服务的传播类型
  - 2.6.2. 选择传播行动的标准
  - 2.6.3. 设计活动和议程 的设置 在美容和时尚 方面
- 2.7. 衡量结果
  - 2.7.1. 公关监测的必要性
  - 2.7.2. 经典的定量测量工具剪裁和 VPE
  - 2.7.3. 质化评估的重要性
- 2.8. 沟通和公关领域中应避免的错误。PP
  - 2.8.1. 淡化媒体的重要性
  - 2.8.2. 过多的内容和缺乏相关性
  - 2.8.3. 即兴创作与计划
- 2.9. 伦理和社会心理学角度
  - 2.9.1. 21世纪的公共关系:在进步和社会福利之间
  - 2.9.2. 社会责任和公共关系
  - 2.9.3. 公关的作用与 RRPP:自我意识、独立和承诺
- 2.10. 公共关系的最新趋势和研究
  - 2.10.1. 新的公关,比以往更 "社会"公关,比以往更 "社会化"
  - 2.10.2. 情感交流和神经营销
  - 2.10.3. 洞察力来自今天的消费者的关键

### 模块3.新的沟通渠道: 社交网络社会YouTube

- 3.1. 新的数字渠道中的影响力和其他权力策略
  - 3.1.1. 与时尚传播相关的权力策略
  - 3.1.2. 在社交网络领域的影响
  - 3.1.3. 管理新的数字领袖:时尚影响者
- 3.2. 沟通渠道的选择:Forrester研究公司的理论
  - 3.2.1. 新舆论:逐一解决群众问题
  - 3.2.2. 什么是福瑞斯特理论?
  - 3.2.3. 将Forrester研究理论应用于时尚行业
- 3.3. 视听语言和非语言沟通的力量
  - 3.3.1. 非语言沟通的市场份额不断增加
  - 3.3.2. 视听信息对时尚的影响
  - 3.3.3. 社交网络上的摄影话语的构成
- 3.4. 时尚行业社交网络的演变和运作
  - 3.4.1. 互联网的出现和演变阶段
  - 3.4.2. 时尚社交网络中的多渠道策略
  - 3.4.3. 什么是社交网络?与传统渠道的不同之处
- 3.5. Facebook, 大数据库
  - 3.5.1. 横向交流
  - 3.5.2. 社区利益
  - 3.5.3. 脸书存在模式
- 3.6. Instagram, 远远超过时尚照片
  - 3.6.1. 情感信息和移情管理
  - 3.6.2. 图像中的日常生活的亲密性
  - 3.6.3. 在时尚界最重要的社交网络上脱颖而出
- 3.7. LinkedIn上的专业内容
  - 3.7.1. 创建个人品牌
  - 3.7.2. 时尚品牌推广中的认知信息
  - 3.7.3. 管理与竞争对手的关系





- 3.8. 推特的政治化
  - 3.8.1. 冲动性和全向性通信
  - 3.8.2. 在20个字符中直接发送消息和创建内容
  - 3.8.3. 标题的影响:从深度到轻度
- 3.9. TikTok, 超越Z世代
  - 3.9.1. 慢时尚背景下的视听革命和外观变化的加速
  - 3.9.2. 视听内容创作的民主化
  - 3.9.3. 时尚作为一种有价值的和有新闻价值的事件
- 3.10. Youtube, 作为视听内容的传播者
  - 3.10.1. 创作视听内容时的预期管理
  - 3.10.2. Youtube上关于时尚、美容和奢侈品的内容地图
  - 3.10.3. 舆论的新趋势:微影响者

“

一个全面的培训,将带你了解你所需要的知识,以便与行业中最好的人竞争”

# 05 方法

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

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



“

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

## 案例研究, 了解所有内容的背景

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

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇  
世界各地传统大学基础的学习方式”



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



学生将通过合作活动和真实案例，学习如何解决真实商业环境中的复杂情况。

### 一种创新并不同的学习方法

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



我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战，并取得事业上的成功”

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

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

## 再学习方法

TECH有效地将案例研究方法基于循环的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。



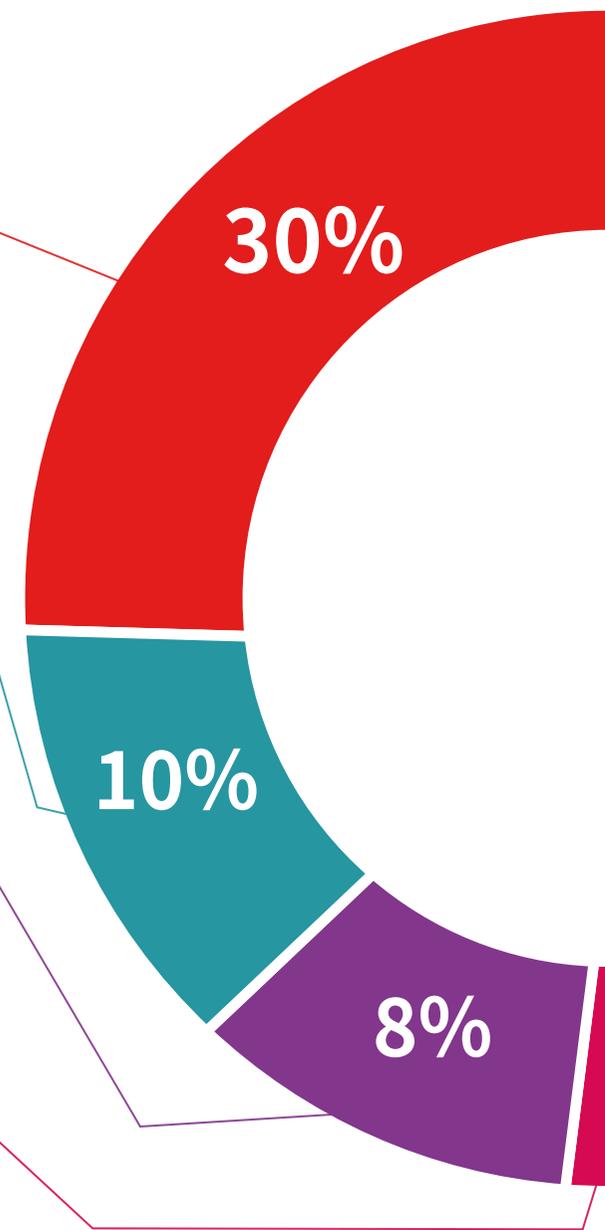
### 技能和能力的实践

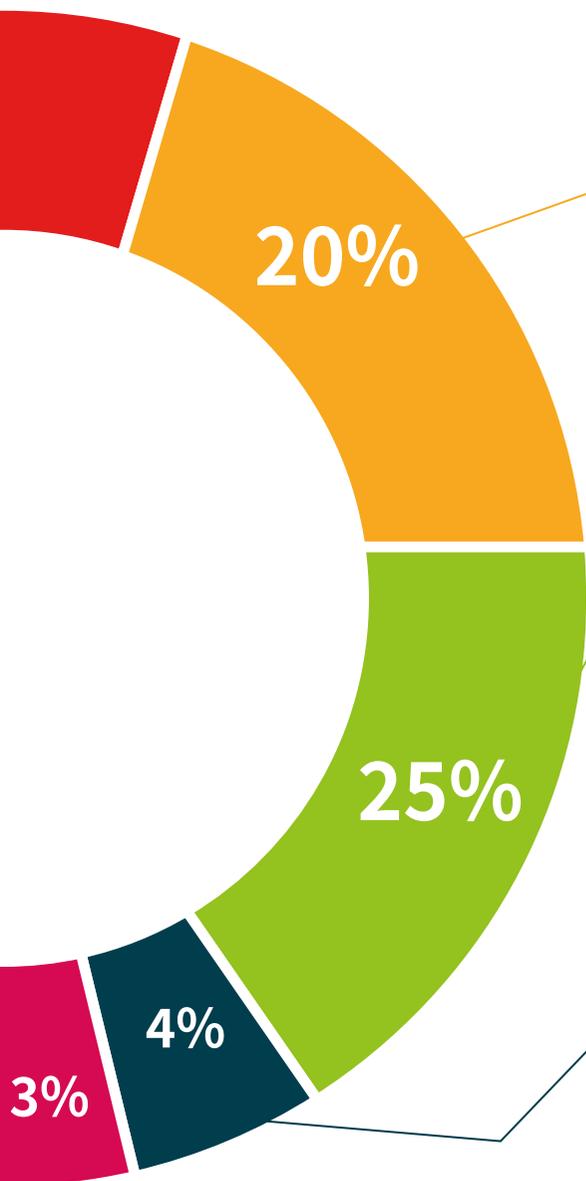
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 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。



# 05 学位

时尚、美容和奢侈品传播的新形式专科文凭课程除了保证最严格和最新的培训外，还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

顺利完成该课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个**时尚、美容和奢侈品传播的新形式专科文凭**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、美容和奢侈品传播的新形式专科文凭**

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

**tech** 科学技术大学

专科文凭  
时尚、美容和奢侈品传播的新形式

- » 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

网上教室

发展

语言

机构

# 专科文凭

时尚、美容和奢侈品传播的新形式

