

Курс профессиональной подготовки

Новые формы коммуникации
в индустрии моды, красоты
и роскоши





Курс профессиональной подготовки

Новые формы коммуникации
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-new-forms-communication-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

Сектор моды, красоты и роскоши постоянно колеблется, и, следовательно, его правильная трактовка в сфере коммуникации требует постоянного усовершенствования знаний со стороны профессионалов в этом секторе. Поэтому в рамках данного Курса профессиональной подготовки будут рассмотрены концепция моды и ее связь с коммуникацией, а также эволюция индустрии и ее основные изменения в 21 веке с учетом новых тенденций в секторе. Кроме того, вы изучите управление внешним видом и визуальную коммуникацию в секторе моды, чтобы понять модели, которые работают лучше всего в этом плане, и предоставить специалисту необходимые навыки для создания мощных и привлекательных визуальных коммуникаций для потребителей.





“

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. Преподавательский состав ТЕСН, в частности, учитывает их опыт и, следовательно, реалистичное и близкое видение профессиональной реальности в этом курсе, сознательно и проактивно.

На протяжении всего курса обучения студенты будут изучать стратегии управления контентом в компаниях, работающих в этих областях, уделяя особое внимание новым каналам коммуникации, таким как социальные сети и YouTube, и их участию в успехе компаний данного сектора. Все это позволит специалисту успешно работать в компаниях в сфере роскоши, красоты и моды.

Помимо этого, будут проанализированы все аспекты управления коммуникациями в компаниях сектора моды, красоты и роскоши, чтобы студенты получили глубокие знания о том, как работают эти отделы, и научились оптимально управлять ими.

Путешествие, которое приведет студентов к распознаванию каналов коммуникации, дающих компаниям и специализированным СМИ наилучшие результаты, и позволит им использовать эти СМИ для увеличения результатов компании и, следовательно, для более эффективного управления. В дополнение к этому вы получите привилегированный доступ к престижному цифровому содержанию, приняв участие в серии *мастер-классов*, проводимых всемирно признанным преподавателем.

Данный **Курс профессиональной подготовки в области новых форм коммуникации в индустрии моды, красоты и роскоши** содержит самую полную и современную академическую программу на университетской панораме.

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 деятельности
- ♦ Новости 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 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



Воспользуйтесь эксклюзивными мастер-классами и повысьте свои навыки, чтобы стать успешным журналистом”

“

Станьте отличным журналистом и научитесь успешно двигаться, укрепляя свои отношения с компаниями из сектора моды, красоты и роскоши с помощью новых каналов коммуникации”

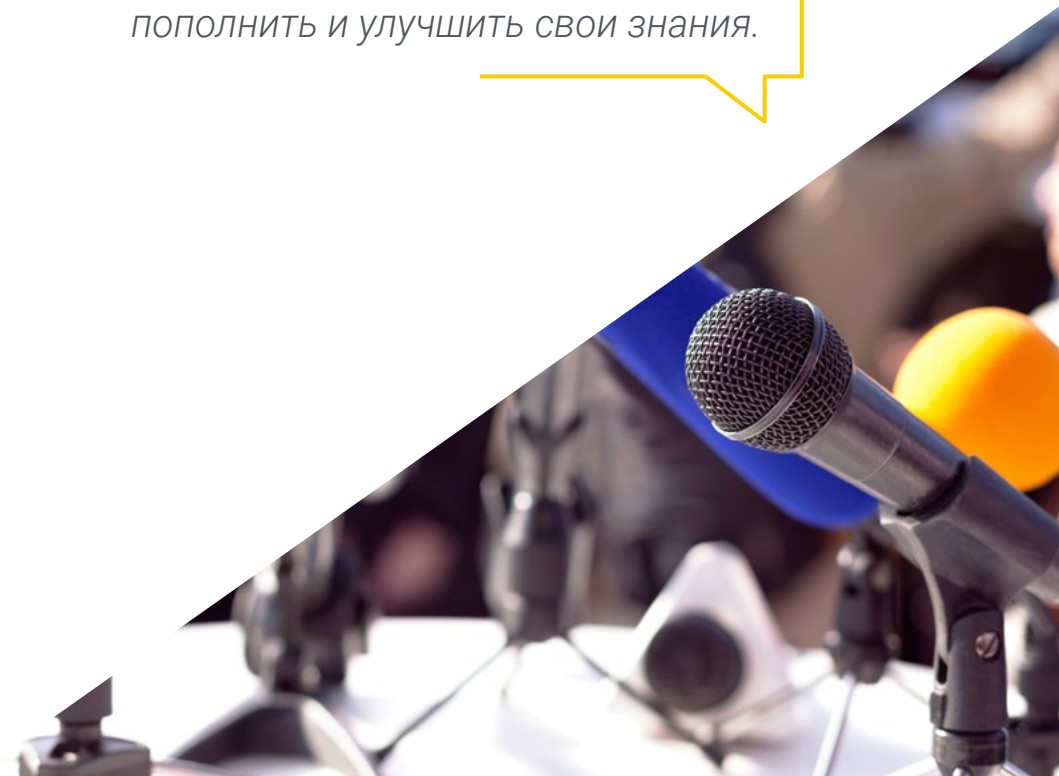
В преподавательский состав входят профессионалы в области журналистики и коммуникаций, которые привносят в обучение свой профессиональный опыт, а также признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов.

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 журналистики в сфере моды, роскоши и красоты.

TECH предлагает вам лучшее на рынке обучение в области журналистики и коммуникации в сфере моды, красоты и роскоши. От вас требуется только желание учиться.

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.



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 разобраться в новейших формулах, которые приносят наилучшие результаты компаниям, работающим 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
- ♦ 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. Метрики для анализа коммуникации

- ♦ Понимать процесс измерения в коммуникационном секторе, создавать и устанавливать эффективные и действенные метрики на основе идентичности бренда
- ♦ Применять ключевые показатели и устанавливать границу между качественными и количественными переменными
- ♦ Оценивать выбранные методы анализа и применять результаты к действиям бренда
- ♦ Прогнозировать результаты следующих показателей для минимизации риска
- ♦ Разработать и представить панель состояния дел в индустрии моды, а также отчет о проделанной работе с указанием линий коммуникации
- ♦ Переориентировать лидерство

Модуль 2. Коммерческая пресса и связи с общественностью

- ♦ Понимать стратегическую коммуникацию и применять ее с этической и профессиональной ответственностью
- ♦ Установить каналы связи с общественностью, которые служат целям коммуникации, знать, как работают эти каналы в индустрии моды
- ♦ Руководить командой, способной создать мероприятие, а также уникальный пользовательский опыт, как в физической, так и в цифровой среде
- ♦ Адаптироваться к динамике прессы, специализированной в области моды и красоты
- ♦ Знать эволюцию каналов связи с общественностью и последние тенденции на рынке
- ♦ Развивать навыки ведения переговоров для установления соглашений, составляющих основу социальных связей

Модуль 3. Новые каналы коммуникации: Социальные сети и YouTube

- ♦ Предлагать прямую, личную и уместную коммуникацию, способную удовлетворить конкретные цели для каждой социальной сети
- ♦ Конкретный обзор каждого из современных цифровых каналов коммуникации
- ♦ Понять, как оказывать влияние с помощью каналов коммуникации и новых стратегий, которые реализуются с помощью цифровой среды
- ♦ Повторять упражнение по оказанию влияния с моего канала в социальных сетях
- ♦ Определить развитие аудиовизуального канала как ведущего средства выражения общественного мнения



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

03

Руководство курса

Разработкой этой программы занималась команда профессионалов в области журналистики, моды и коммуникаций с многолетним профессиональным и преподавательским опытом. Все они, осознавая современную потребность в качественном образовании, хотели объединить свои знания, чтобы предоставить вам наиболее полное обучение 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 PR и каналов коммуникации в секторе 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



RT

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

Г-жа Каюэла, Мария Хосе

- ♦ Степень бакалавра журналистики и Степень магистра в области бизнес- и институциональной коммуникации в Автономном университете Барселоны
- ♦ Степень магистра в области стратегического управления брендами и коммуникациями в бизнес-школе ESADE. Программа подготовки руководящего состава
- ♦ Степень магистра в области управления цифровым маркетингом от ESADE и Learning to Grow от бизнес-школы IESE
- ♦ Многопрофильный журналист с более чем 20-летним опытом работы в СМИ и коммуникационных агентствах
- ♦ Основатель проекта The Blogs Family, платформы для блогов и социальных сетей с материалами для семей, имеющей более 1 000,000 читателей и последователей в Instagram, Facebook, Twitter, YouTube и TikTok

Г-жа Муньис, Эва

- ♦ Степень бакалавра журналистики в Мадридском университете Сан-Пабло, получившая награду "Премия за выдающиеся успехи по завершении обучения"
- ♦ Докторская степень в области гуманитарных и информационных наук
- ♦ Аспирантура по экономике по теме "Коммуникационная стратегия и корпоративный имидж"
- ♦ Главный исполнительный директор коммуникационного агентства Press&Co

04

Структура и содержание

Курс профессиональной подготовки в области новых форм коммуникации в индустрии моды, красоты и роскоши от ТЕСН представляет собой индивидуальную программу, которая преподается в формате 100% онлайн, 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 известными профессионалами в этом секторе, 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”

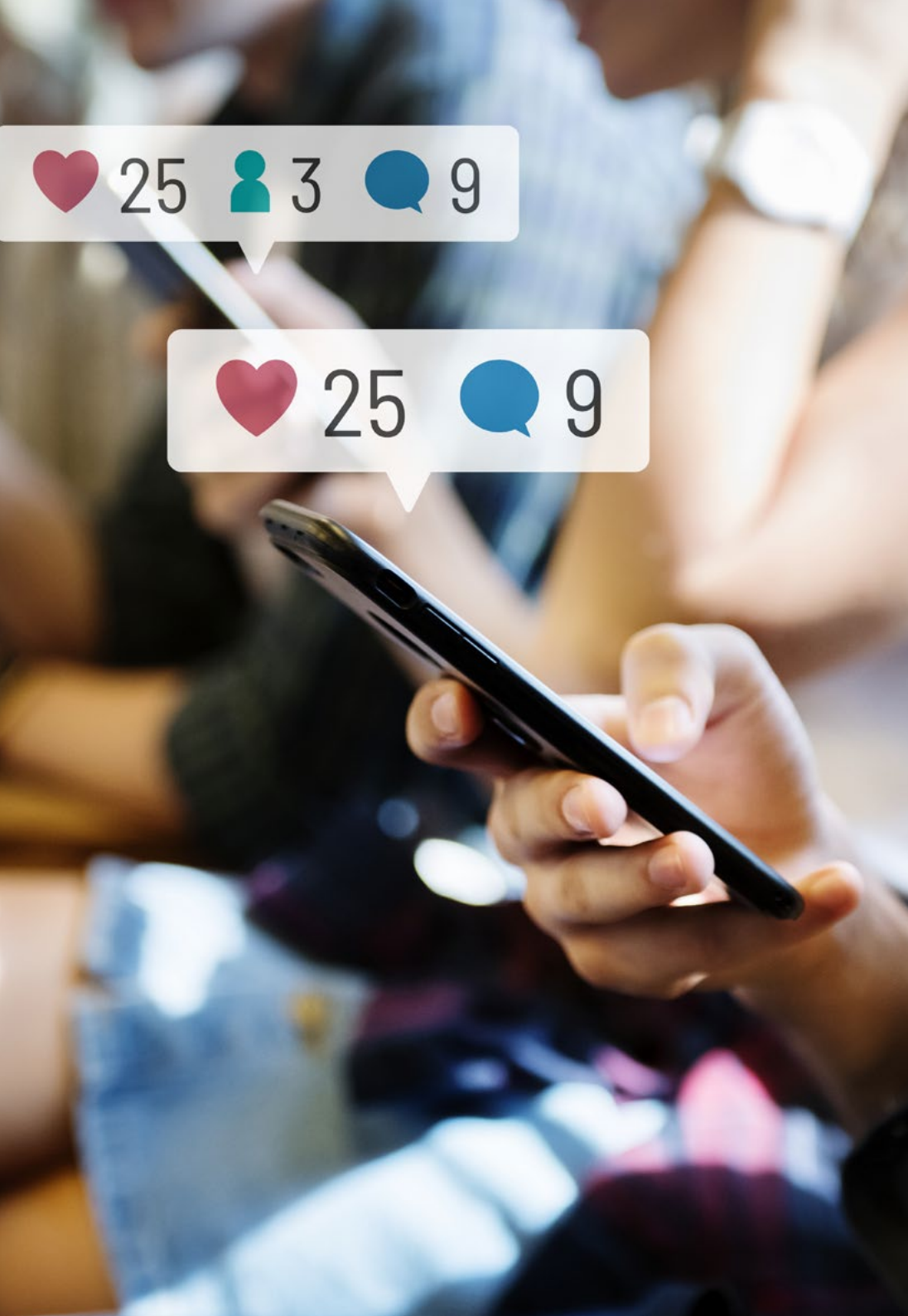
Модуль 1. Показатели для анализа коммуникации

- 1.1. Анализ коммуникаций и нематериального менеджмента
 - 1.1.1. Эволюция коммуникации: от массовости к глобализации
 - 1.1.2. Концепция и контекст нематериальных активов
 - 1.1.3. Измерение силы бренда, идентичности и корпоративной культуры
- 1.2. Конкретные показатели: за пределами контрольной точки
 - 1.2.1. Из чего состоит мода?
 - 1.2.2. Показатели, характерные для индустрии моды
 - 1.2.3. Цель измерения и выбор метода
- 1.3. Обнаружение ошибок измерения
 - 1.3.1. Анализ ошибок: вывод и контрастный метод
 - 1.3.2. Типология ошибок и серьезность их последствий в модной коммуникации
 - 1.3.3. Планирование и бюджетирование в коммуникационных действиях
- 1.4. Традиционные метрики для анализа коммуникации
 - 1.4.1. Статистические принципы и структура данных
 - 1.4.2. Методология качественного исследования
 - 1.4.3. Типология традиционных метрик: структура и функции
- 1.5. Цифровые метрики: Google Analytics
 - 1.5.1. Веб-позиционирование для модных брендов
 - 1.5.2. Что мы измеряем в цифровой среде?
 - 1.5.3. Типология цифровых метрик: структура и функции
- 1.6. Создание и адаптация коммуникационного продукта
 - 1.6.1. Значение коммуникативного продукта в индустрии моды
 - 1.6.2. Интерпретация данных и эффективность решений
 - 1.6.3. Индивидуальное восприятие, скрытое в психологии потребителя моды
- 1.7. Влияние измерений на принятие решений
 - 1.7.1. Соответствующие вопросы и гипотезы
 - 1.7.2. Бенчмарк и конкурентная среда
 - 1.7.3. Управление изменениями, доверие и измерение успеха модного бренда
- 1.8. Прогнозирование и показатели как долгосрочная стратегия
 - 1.8.1. Модель поведения бренда
 - 1.8.2. Картирование частот и анализ эволюции моды
 - 1.8.3. Моделирование инновационных сценариев

- 1.9. Аналитический отчет и его представление
 - 1.9.1. Цель отчета: модель поведения бренда
 - 1.9.2. Компоненты аналитического отчета о модной коммуникации
 - 1.9.3. Визуализация данных
- 1.10. Экспресс-оценка для кризисных ситуаций
 - 1.10.1. Решающие переменные
 - 1.10.2. Краткосрочное воздействие и переформулирование стратегии
 - 1.10.3. Неприкасаемые: шкала приоритетов модного бренда

Модуль 2. Коммерческая пресса и связи с общественностью

- 2.1. Коммуникация в коммерческой прессе
 - 2.1.1. СМИ о моде и красоте, женская пресса
 - 2.1.2. Роль коммуникационного агентства в коммуникации
 - 2.1.3. Текущее значение бумажной прессы
- 2.2. Эволюция моделей коммуникации в PR
 - 2.2.1. Концепция связей с общественностью
 - 2.2.2. Теоретический подход к классическим PR-моделям (Грюниг и Хант)
 - 2.2.3. На пути к новому подходу к PR. 5-я модель
- 2.3. Убеждающая коммуникация в PR
 - 2.3.1. Убеждающая и информативная составляющая PR
 - 2.3.2. Проведение различий между связями с общественностью и журналистской деятельностью
 - 2.3.3. Роль PR против роли маркетинга и рекламы
- 2.4. Инструменты для коммуникации с прессой
 - 2.4.1. Пресс-служба и как она работает
 - 2.4.2. Полезные материалы для прессы
 - 2.4.3. Как составить эффективный пресс-релиз?
- 2.5. Планирование и стратегия коммуникации в индустрии моды и красоты
 - 2.5.1. Предварительное исследование: анализ брифинга
 - 2.5.2. Метод RACE
 - 2.5.3. Коммуникационный план



- 2.6. Коммуникационные действия и мероприятия для индустрии моды и красоты
 - 2.6.1. Виды коммуникации на службе у брендов
 - 2.6.2. Критерии выбора коммуникационных действий
 - 2.6.3. Разработка мероприятий и планирование *сеттинга* в сфере красоты и моды
- 2.7. Оценка результатов
 - 2.7.1. Необходимость PR-мониторинга
 - 2.7.2. Классические инструменты количественного измерения: *Клиптинг* и видеоредакторы
 - 2.7.3. Важность качественной оценки
- 2.8. Ошибки, которых следует избегать в сфере коммуникации и PR
 - 2.8.1. Преуменьшение важности средств массовой информации
 - 2.8.2. Избыточное содержание и отсутствие релевантности
 - 2.8.3. Импровизация vs Планирование
- 2.9. Этика и психосоциальная перспектива
 - 2.9.1. Связи с общественностью в XXI веке: между прогрессом и социальным благополучием
 - 2.9.2. Социальная ответственность и связи с общественностью
 - 2.9.3. Этика PR: самосознание, независимость и целеустремленность
- 2.10. Последние тенденции и исследования в области связей с общественностью
 - 2.10.1. Новые PR, более "социальные", чем когда-либо прежде
 - 2.10.2. Эмоциональная коммуникация и нейромаркетинг
 - 2.10.3. *Инсайты* — ключ к современным потребителям

Модуль 3. Новые каналы коммуникации: социальные сети и YouTube

- 3.1. Влияние и другие стратегии воздействия в новых цифровых каналах
 - 3.1.1. Стратегии воздействия, связанные с коммуникацией в индустрии моды
 - 3.1.2. Влияние в сфере социальных сетей
 - 3.1.3. Управление новыми цифровыми лидерами: влиятельные деятели моды
- 3.2. Выбор канала коммуникации: теория Форрестера
 - 3.2.1. Новое общественное мнение: руководство массами, каждым по очереди
 - 3.2.2. Что такое теория Форрестера?
 - 3.2.3. Применение теории Форрестера к индустрии моды
- 3.3. Сила аудиовизуального языка и невербальной коммуникации
 - 3.3.1. Рост доли рынка невербальной коммуникации
 - 3.3.2. Влияние аудиовизуального послания на моду
 - 3.3.3. Композиция фотографического дискурса в социальных сетях
- 3.4. Эволюция и функционирование социальных медиа в индустрии моды
 - 3.4.1. Этапы возникновения и развития сети Интернет
 - 3.4.2. Многоканальная стратегия в социальных сетях в индустрии моды
 - 3.4.3. Что такое социальная сеть? Отличия от традиционных каналов коммуникации
- 3.5. Facebook, большая база данных
 - 3.5.1. Сквозная коммуникация
 - 3.5.2. Общественный интерес
 - 3.5.3. Модели присутствия в Facebook
- 3.6. Instagram — гораздо больше, чем модные фотографии
 - 3.6.1. Эмоциональные послания и управление эмпатией
 - 3.6.2. Интимность повседневной жизни в фотографиях
 - 3.6.3. Выделиться в самой важной социальной сети в индустрии моды
- 3.7. Профессиональное содержание в LinkedIn
 - 3.7.1. Создание личного бренда
 - 3.7.2. Когнитивные сообщения в модном брендинге
 - 3.7.3. Управление отношениями с конкурентами



- 3.8. Политизация Twitter
 - 3.8.1. Импульсная и омниканальная коммуникация
 - 3.8.2. Прямые сообщения и создание содержания в 20 символах
 - 3.8.3. Влияние заголовков: от глубины к легкости
- 3.9. TikTok за пределами поколения Z
 - 3.9.1. Аудиовизуальная революция и ускорение смены имиджа в условиях медленной моды
 - 3.9.2. Демократизация в создании аудиовизуального содержания
 - 3.9.3. Мода как новостное и информационное событие
- 3.10. YouTube как способ выражения аудиовизуального содержания
 - 3.10.1. Управление ожиданиями при создании аудиовизуального содержания
 - 3.10.2. Карта контента YouTube о моде, красоте и роскоши
 - 3.10.3. Новые тенденции в общественном мнении: микроинфлюенсеры

“

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.



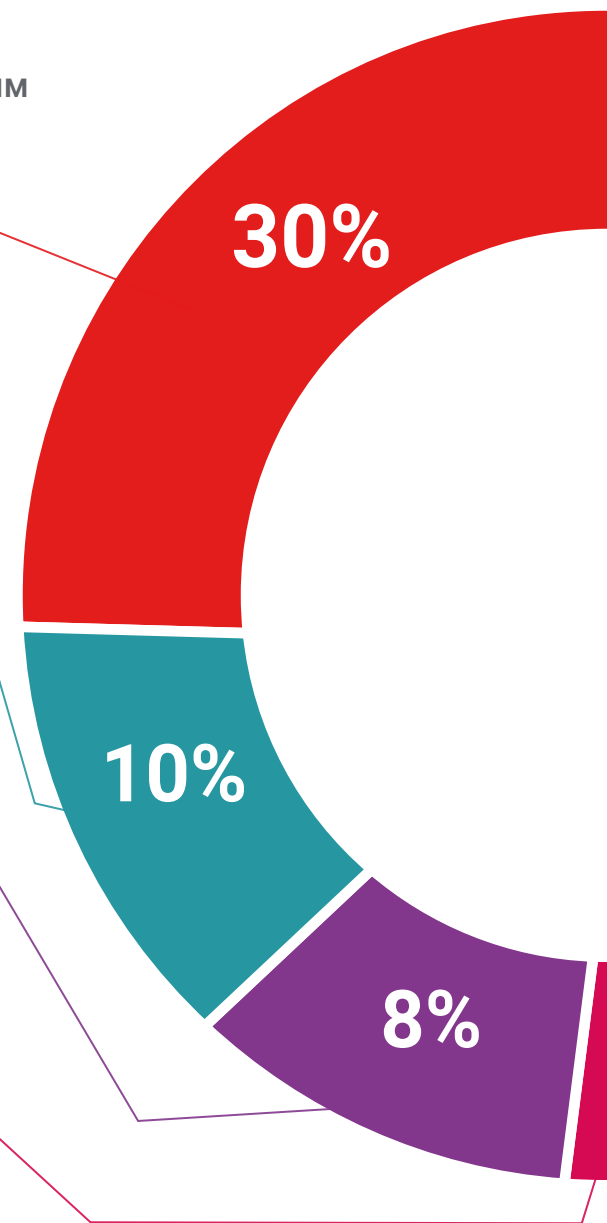
Практика навыков и компетенций

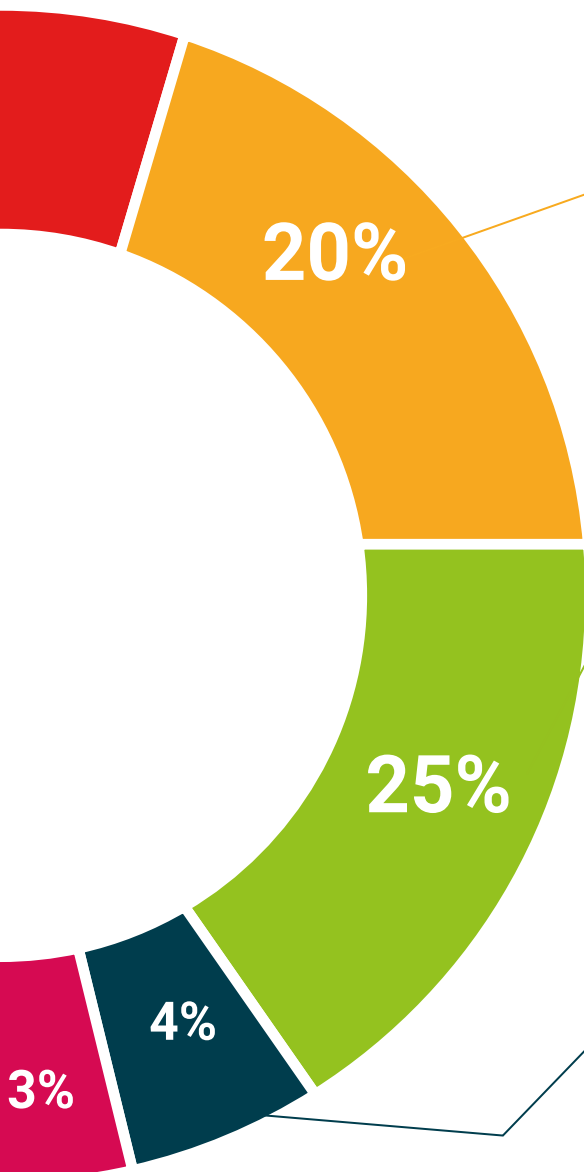
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



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.



05

Квалификация

Курс профессиональной подготовки в области новых форм 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 новых форм 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: **Курс профессиональной подготовки в области новых форм 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 Обязанности

tech технологический университет

Курс профессиональной
подготовки

Новые формы коммуникации
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

Новые формы коммуникации
в индустрии моды, красоты
и роскоши