

# Certificat Avancé

Stratégies Commerciales  
et Plan de Communication  
en Mode, Beauté et Luxe





## Certificat Avancé

### Stratégies Commerciales et Plan de Communication en Mode, Beauté et Luxe

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-strategies-commerciale-plan-communication-mode-beaute-luxe](http://www.techtute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-strategies-commerciale-plan-communication-mode-beaute-luxe)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Direction de la formation

---

*page 12*

04

Structure et contenu

---

*page 16*

05

Méthodologie

---

*page 22*

06

Diplôme

---

*page 30*

# 01

# Présentation

Les entreprises du secteur de la mode, de la beauté et du luxe doivent constamment adapter leurs stratégies de communication pour rester à jour un secteur qui change continuellement de paradigme. À cet égard, ce programme enseignera aux professionnels de la communication et du journalisme la bonne façon de générer des plans de communication réussis qui améliorent les résultats des entreprises du secteur. Ainsi, en tant que journalistes spécialisés ou collaborateurs au sein d'un service de presse, le professionnel revalorisera son profil et parviendra à devenir un atout majeur pour les entreprises de ce domaine.





“

*Avec ce Certificat Avancé, vous acquérez les connaissances nécessaires pour générer des plans de communication réussis et des stratégies d'affaires qui améliorent les résultats des entreprises du secteur”*

Le secteur de la mode, de la beauté et du luxe fluctue constamment et, par conséquent, son traitement correct dans le domaine de la communication nécessite une mise à jour continue de la part des professionnels du secteur. C'est pourquoi ce Certificat Avancé permettra de se rapprocher des stratégies d'affaires qui peuvent être mises en œuvre dans le but de stimuler la croissance des entreprises du secteur. Ainsi, le professionnel acquerra les compétences nécessaires pour se positionner comme un directeur de la Communication performant dans ce domaine.

De même, ils se pencheront sur la gestion de la communication dans une perspective globale qui aide l'entreprise à obtenir un meilleur positionnement dans le secteur. De même, dans cet aspect, la gestion de crise pour les entreprises du secteur de la mode, de la beauté et du luxe sera étudiée en profondeur. Ainsi, le professionnel de la communication sera préparé à effectuer une gestion globale dans les cas où la réputation de l'entreprise est en jeu en raison d'un événement qui a été porté à la connaissance du public.

Dans le même ordre d'idées, et compte tenu de l'importance de la réputation pour les entreprises de ces secteurs, le programme de Certificat Avancé abordera également la bonne manière d'améliorer l'image de l'entreprise en ligne et hors ligne. Pour ce faire, il enseignera aux étudiants les différentes techniques qui permettent de construire une réputation positive pour le public, ce qui augmentera la portée de l'entreprise et améliorera les résultats.

Enfin, ce Certificat Avancé se penchera sur l'importance de la communication stratégique dans le secteur de la beauté et de la mode. À cette fin, les professionnels seront formés à la conception et à la mise en œuvre d'un plan de communication complet qui étudiera en profondeur le contexte dans lequel se développe l'entreprise et prendra les mesures appropriées pour la mener à bien. Il convient de noter que le programme est 100 % en ligne, ce qui facilite son élaboration par le professionnel et lui permet de gérer son temps et son emploi du temps.

Ce **Certificat Avancé en Stratégies Commerciales et Plan de Communication en Mode, Beauté et Luxe** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché. Ses principales caractéristiques sont:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en journalisme de mode, de beauté et luxe
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique, qui vise à fournir des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Les dernières nouvelles sur la mode, la beauté et le journalisme de luxe
- ♦ Exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Un accent particulier est mis sur les méthodologies innovantes dans le journalisme et la communication de la mode, de la beauté et du luxe
- ♦ Le système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision dans des situations de journalisme et de communication numérique
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ Il est possible d'accéder aux contenus depuis tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion à internet



*TECH vous offre la meilleure formation du marché en matière de journalisme et de communication dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe. Il vous suffit d'être prêt à étudier"*

“

*Apprenez à connaître en profondeur les stratégies de communication les plus efficaces lorsqu'il s'agit de gérer des entreprises du secteur de la mode et devenez un professionnel beaucoup plus compétent"*

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du journalisme et de la communication, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme de formation, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent. Pour ce faire, le professionnel sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts renommés et expérimentés dans le domaine du journalisme de mode, de beauté et de luxe.

*Découvrez tous les aspects que le professionnel de la communication politique doit maîtriser pour réussir.*

*Apprenez à créer des plans de communication avec ce diplôme de Certificat Avancé que TECH vous propose.*



# 02

# Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences et de ses étudiants aider à développer de nouvelles compétences et aptitudes dans le domaine de la communication qui seront essentielles dans votre développement professionnel en tant que journaliste et communicateur. À l'issue de la formation, vous serez en mesure de travailler avec un haut degré de compétence dans les médias spécialisés, les bureaux de presse et les services de Marketing, en connaissant les médias qui donnent les meilleurs résultats dans la diffusion de l'information. Ainsi, vous pourrez vous positionner avec succès en tant que professionnel de la communication dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe, en acquérant de grandes compétences et en étant capable de rivaliser avec les meilleurs dans le domaine.





“

*L'objectif de cette formation est que les étudiants comprennent les dernières stratégies qui apportent les meilleurs résultats aux entreprises du secteur de la mode, de la beauté et du luxe"*



## Objectifs généraux

- ♦ Avoir une vision globale et professionnelle de l'environnement de la communication dans les domaines de la mode, du luxe et de la beauté, en identifiant les particularités du secteur, ainsi que son impact et sa répercussion sur l'ensemble du tissu commercial
- ♦ Acquérir des connaissances de base et avancées afin que le diplômé soit capable de générer de nouveaux écosystèmes de communication concernant la mode
- ♦ Renforcer les capacités de gestion, d'analyse, de créativité et de leadership en tant que compétences principales pour évoluer dans de la Industrie
- ♦ Développer d'excellentes compétences en matière de communication écrite et orale, verbale et non verbale
- ♦ Acquérir la responsabilité éthique nécessaire
- ♦ Développement de la pensée critique
- ♦ Élaborer une stratégie de communication compétitive au sein du secteur grâce à une connaissance approfondie de la dynamique de la communication, du secteur de la mode et des éléments déterminants
- ♦ Identifier les opportunités et être capable d'évoluer en regardant son propre travail
- ♦ Générer un impact social et guider l'opinion publique avec une responsabilité éthique et professionnelle
- ♦ Améliorer l'agilité dans la prise de décision par l'observation, l'analyse, l'interprétation et l'action en relation avec des critères professionnels par le biais de rapports critiques
- ♦ Comprendre et reproduire le processus de communication de manière efficace, en l'adaptant à chaque canal, profil d'entreprise et public cible





## Objectifs spécifiques

### Module 1. Communication interne, corporatisme et gestion de crise

- ♦ Connaître l'organigramme d'une entreprise de communication dans le milieu de la mode et de la beauté
- ♦ Réduire l'incertitude des employés, qu'il s'agisse de changements internes ou externes à l'organisation
- ♦ Aligner et construire une équipe de travail fidèle aux objectifs, à la mission et aux valeurs de la marque
- ♦ Comprendre le processus de résolution de crise et le rôle du directeur de la communication dans les moments difficiles
- ♦ Organiser votre propre discours pour les réseaux sociaux et les médias de masse aligné sur les valeurs de l'entreprise
- ♦ Intégrer la durabilité dans la stratégie de communication sans perdre son identité
- ♦ Identifier les difficultés potentielles auxquelles votre marque sera confrontée à l'avenir
- ♦ Élaborer un plan stratégique et un plan d'urgence recyclable



*TECH vous propose le contenu le plus innovant du secteur avec un seul objectif: vous pousser à atteindre tous vos objectifs professionnels"*

### Module 2. Techniques de Communication dans l'Écosystème de la Mode, Beauté et Luxe

- ♦ Identifier les dynamiques dans lesquelles se forment et se maintiennent les entreprises de mode et de beauté
- ♦ Adapter la stratégie de communication au modèle d'entreprise le plus adapté à chaque marque
- ♦ Compréhension et appliquer des stratégies et des tactiques propres au secteur de la mode et de la beauté
- ♦ Établir une proposition de valeur "communicable"
- ♦ Communiquer à travers les ventes de produits dans les environnements *phygital*
- ♦ Communiquer l'innovation et réaligner le public cible en cas de changement et calculer son impact sur le prix du produit

### Module 3. Le plan de communication

- ♦ Appliquez les connaissances acquises jusqu'ici pour élaborer un plan de communication concurrentiel
- ♦ Comprendre et adapter notre stratégie de communication dans l'industrie de la mode
- ♦ Comprendre la structure du plan de communication et sa raison d'être, ainsi que les principales techniques que nous utilisons à chacune de ses phases
- ♦ Développer la pensée critique pour l'évaluation de la stratégie de communication
- ♦ Mettre en place des actions de communication spécifiques pour le secteur de la Mode et de la Beauté
- ♦ Mettre en œuvre une stratégie de communication à long terme, l'évaluer et la réadapter

# 03

## Direction de la formation

La conception de ce programme éducatif la mode et de a été réalisée par une équipe de professionnels du journalisme ayant des années d'expérience professionnelle et d'enseignement Tous, conscients de la nécessité actuelle d'une formation de qualité, ont voulu unir leurs connaissances pour vous offrir la spécialisation la plus complète du marché, qui vous permettra d'évoluer avec succès dans le domaine du Journalisme de Mode, de Beauté et de Luxe, en atteignant des compétences professionnelles de haut niveau et en devenant un professionnel beaucoup plus réputé dans le secteur.



“

*Apprenez, auprès des meilleurs professionnels du secteur, les derniers développements en matière de stratégies commerciales et de communication dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe"*

## Direction



### Mme García Barriga, María

- ♦ Diplôme en Sciences de l'Information de l'UCM
- ♦ Diplôme en Marketing et Communication dans les entreprises de Mode et de Luxe
- ♦ MBA - ISEM Fashion Business School
- ♦ Plus de 15 ans d'expérience dans la génération de contenus de différents types: logistique et distribution, mode et littérature ou conservation du patrimoine artistique
- ♦ Elle a travaillé dans de grands médias tels que RTVE et Telemadrid

## Professeurs

### Dr Gárgoles Saes, Paula

- ♦ Doctorat, journaliste et chercheur spécialisé dans la mode et la communication
- ♦ Professeur de recherche à l'École de Communication et responsable de l'Académie de Communication d'Entreprise à l'Université Manaméricaine de Mexico
- ♦ Chargé de cours dans des établissements d'enseignement supérieur de renom, dans la faculté de Communication
- ♦ Consultante en communication et durabilité à l'Ethical Fashion Space, Mexico City
- ♦ Consultant en développement durable chez COINTEGRA, Madrid
- ♦ Séjour de recherche à la Faculté de Technologie Textile de l'Université de Zagreb
- ♦ Département Communication de l'ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Journaliste de mode à l'agence Europa Press et au magazine numérique Asmoda
- ♦ Doctorat en Créativité Appliquée. Université de Navarra
- ♦ Doctorant (cum laude), ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Diplômée en Journalisme. Université Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA de l'ISEM Fashion Business School
- ♦ Spécialisation en Mode au Fashion Institute of Technology de New York et au Future Concept Lab de Milan

### Mme Vela Covisa, Susana

- ♦ Technicien Supérieur de Mode, avec une formation supplémentaire en Mode Durable, Spécialisé en éco design, Mode et Communication
- ♦ Directrice de l'agence Polka Press Communication, fondatrice et directrice de la Passerelle Atelier Couture et animatrice et coordinatrice de l'espace Sustainable Experience de MOMAD
- ♦ Professeur et Tutrice dans différentes Universités, Écoles de Commerce et Centres de Formation, tels que l'IED, l'Université Francisco de Vitoria, Madrid School of Marketing et l'École de mode ELLE

### Mme Macías, Lola

- ♦ Consultant et chercheur secteur Marketing
- ♦ Consultante externe certifiée chez IVACE depuis 2014. Institut de promotion extérieure de la Communauté valencienne, dans les programmes de conseil à l'internationalisation pour les entreprises exportatrices
- ♦ Coordinatrice de l'Observatoire du Marché Textile Aitex
- ♦ Plus de 20 ans d'expérience dans le domaine de l'internationalisation, occupant la position d'export manager dans des entreprises de différents secteurs
- ♦ Enseignant à l'Université Européenne de Valence
- ♦ Enseignant à l'Université Autonome de Barcelone
- ♦ Enseignant au Master Universitaire en Mode, Gestion du Design et Opérations de l'Université CEU-Cardenal
- ♦ Doctorat en Marketing. Université de Valence
- ♦ Diplôme en Administration et Direction des Affaires de l'Université de Valence. Il a suivi le dernier cours à la Business School. University of Nottingham, UK
- ♦ Master en Gestion et Administration de l'Entreprise Commerciale. Institut d'Administration des Entreprises, Université Paris I. Panthéon-Sorbonne
- ♦ Master en Mode, Gestion du Design et Opérations. Aitex, Association de recherche de l'Industrie textile
- ♦ Master universitaire en Formation des Enseignants du Secondaire, du Baccalauréat et de la Formation Professionnelle de l'Université Catholique de Valence

# 04

## Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Stratégies Commerciales et Plan de Communication en Mode, Beauté et Luxe de TECH est un programme sur mesure qui est dispensé dans un format 100% en ligne afin que les étudiants puissent choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à leurs disponibilités, leurs horaires et leurs intérêts. Un programme qui se déroule sur 6 mois et qui a été conçu par les professionnels les plus réputés du secteur, qui versent dans cette formation la dure expérience de leur travail afin que vous puissiez évoluer et vous positionner comme un communicateur et un journaliste de haut niveau.





“

*Grâce à un programme très efficace, les professionnels apprendront à traiter correctement le secteur de la mode, de la beauté et du luxe, qu'ils souhaitent travailler comme journalistes spécialisés ou comme responsables de la presse et de la communication"*

## Module 1. Communication interne, corporatisme et gestion de crise

- 1.1. L'écosystème *stakeholder*: qui sont mes publics d'intérêt
  - 1.1.1. Qu'est-ce qu'un *Stakeholder*?
  - 1.1.2. Les *stakeholders* principales parties prenantes de la mode: consommateur, employé
  - 1.1.3. La notion de responsabilité sociale: éléments et principes
- 1.2. Communication interne I: *Employer Branding*
  - 1.2.1. Gestion de la communication interne: concept et outils
  - 1.2.2. Évolution et principes de *Employer Branding*
  - 1.2.3. Les ressources humaines comme outil de communication dans l'industrie de la mode
- 1.3. Communication interne II: *Employer Advocacy*
  - 1.3.1. *Employer Advocacy*: concept et évolution
  - 1.3.2. Des employés comme ambassadeurs de marque dans le domaine du luxe
  - 1.3.3. Outils: *Buffer* et *Hootsuite*
- 1.4. Construire la réputation I: identité de marque dans MBL
  - 1.4.1. Concept d'identité de marque: identité d'entreprise
  - 1.4.2. Identité de marque comme élément de la réputation de l'entreprise
  - 1.4.3. Identité visuelle dans le MBL
- 1.5. Construire la réputation II: image de marque dans MBL
  - 1.5.1. Concept de l'image de marque
  - 1.5.2. Image de marque comme élément de la réputation de l'entreprise
  - 1.5.3. *Branded Content* dans MBL
- 1.6. Construire la réputation III: réputation d'entreprise dans MBL
  - 1.6.1. Réputation: concept, caractéristiques et effets
  - 1.6.2. Mesures pour l'analyse d'une réputation globale
  - 1.6.3. Le renforcement de l'activisme des entreprises
- 1.7. Gestion de crise I: plan stratégique
  - 1.7.1. Types de crises
  - 1.7.2. Le plan l'urgence
  - 1.7.3. Plan stratégique

- 1.8. Gestion de crise II: communication de crise
  - 1.8.1. Les porte-parole et le discours des leaders de la communication
  - 1.8.2. L'impact de la crise sur le résultat
  - 1.8.3. Actions post-crise: retour à la normale
- 1.9. Durabilité et réputation d'entreprise dans MBL
  - 1.9.1. Les trois dimensions de la durabilité: sociale, environnementale et d'entreprise dans MBL
  - 1.9.2. La chaîne de valeur de la mode
  - 1.9.3. Communication sur le développement durable: rapports
- 1.10. Durabilité dans la gestion de crise MBL
  - 1.10.1. Types de crise dans chaque domaine de la durabilité
  - 1.10.2. Authenticité et transparence aux yeux du public
  - 1.10.3. Le développement durable dans le cadre de la résolution des crises

## Module 2. Techniques de Communication dans l'Écosystème de la Mode, Beauté et Luxe

- 2.1. Cadre stratégique et concurrentiel du système de la mode
  - 2.1.1. L'industrie de la mode au niveau mondial. Structure et évolution du secteur au niveau mondial
  - 2.1.2. Le concept de la chaîne de valeur dans la mode
  - 2.1.3. Collaboration des maillons de la chaîne de valeur
- 2.2. Modèles d'affaires dans l'industrie de la mode
  - 2.2.1. L'évolution des modèles d'affaires: des designers aux chaînes de *Fast Fashion*
  - 2.2.2. La compétitivité des modèles économiques de la mode: le modèle français, le modèle américain, le modèle italien, le modèle asiatique
  - 2.2.3. Les modèles d'affaires de la mode: designers, marques de luxe *premium*, grande distribution
- 2.3. La distribution du secteur du luxe et la rentabilité des espaces
  - 2.3.1. La distribution dans l'industrie du luxe et sa rentabilité
  - 2.3.2. Les nouveaux clients du luxe, les milléniaux, les asiatiques, etc.
  - 2.3.3. L'intégration de la chaîne d'approvisionnement dans l'industrie du luxe



- 2.4. Principales stratégies commerciales des grandes marques de mode
  - 2.4.1. Principaux acteurs du secteur de la mode
  - 2.4.2. Stratégies commerciales des leaders du secteur de la vente au détail de produits de mode
  - 2.4.3. Stratégies commerciales pour les produits cosmétiques et de parfumerie
- 2.5. Entrepreneuriat et création de start-up dans l'industrie de la mode
  - 2.5.1. Qu'est-ce que l'esprit d'entreprise? L'écosystème entrepreneurial
  - 2.5.2. Le modèle 'Start Up' dans l'entreprise de mode
  - 2.5.3. Entrepreneurs dans le secteur de la mode, du luxe et de la beauté; réussites et échecs
- 2.6. La proposition de valeur des marques de beauté
  - 2.6.1. Le secteur des franchises de cosmétiques
  - 2.6.2. Qu'est-ce qu'une licence de marque?
  - 2.6.3. L'octroi de licences dans le secteur des cosmétiques
- 2.7. Rentabilité des modèles traditionnels
  - 2.7.1. L'évolution du canal multimarques et des grands magasins
  - 2.7.2. Les clés de l'avenir du canal multimarques
  - 2.7.3. La valeur différentielle et l'expérience d'achat dans les grands magasins
- 2.8. Le e-commerce dans la mode, la beauté et le luxe: tendances, utilisateurs et avenir
  - 2.8.1. Croissance mondiale du e-commerce
  - 2.8.2. Profil de l'acheteur e-commerce
  - 2.8.3. Tendances dans le secteur du e-commerce
- 2.9. Planifier l'internationalisation de l'entreprise de mode
  - 2.9.1. Planification de l'internationalisation
  - 2.9.2. Recherche et sélection de marchés étrangers
  - 2.9.3. Stratégies d'accès aux marchés internationaux
- 2.10. Introduire l'innovation dans la dynamique de la mode
  - 2.10.1. Qu'est-ce que l'Innovation?
  - 2.10.2. Comment matérialiser l'innovation dans mon entreprise?
  - 2.10.3. Modèles d'entreprises innovantes

### Module 3. Le plan de communication

- 3.1. Le calendrier de la mode et la dynamique de l'époque dans le secteur
  - 3.1.1. Origine et évolution des *Fashion Weeks* et de la haute couture
  - 3.1.2. Calendrier général de l'industrie
  - 3.1.3. Comment le COVID affecte la dynamique établie?
- 3.2. L'impact de la communication interne sur une marque MBL
  - 3.2.1. Communication interne
  - 3.2.2. Objectifs et outils
  - 3.2.3. Plan stratégique de communication interne
- 3.3. Communiquer les marques durables et éco luxe
  - 3.3.1. *Slow Fashion* et éco luxe
  - 3.3.2. Évolution des tendances de consommation dans le monde de la mode
  - 3.3.3. Comment communiquer sur les marques durables et la terminologie à utiliser?
- 3.4. La fonctionnalité du plan de communication et les ressources disponibles
  - 3.4.1. Qu'est-ce que le plan de communication et à quoi sert-il?
  - 3.4.2. *Above the line*–*Below the line*
  - 3.4.3. Canaux de communication dans les marques de mode et analyse des ressources disponibles
- 3.5. Analyse SWOT et matrice Rice
  - 3.5.1. Le marché de la mode et ses concurrents
  - 3.5.2. Développement et application de l'analyse SWOT
  - 3.5.3. La matrice Rice comme épice de l'océan bleu
- 3.6. Analyse de la situation et fixation des objectifs
  - 3.6.1. Historique de l'entreprise et diagnostic de la situation de la marque par rapport au marché
  - 3.6.2. Détermination des objectifs par rapport aux cibles
  - 3.6.3. Analyse et réorganisation des objectifs dans une entreprise de mode
- 3.7. Audience et message
  - 3.7.1. Ce profil de client correspond-il à ma campagne?
  - 3.7.2. Ces messages sont-ils destinés à ma campagne? Messages clés en fonction du type de client
  - 3.7.3. La stratégie de communication des marques de mode





- 3.8. Les canaux: hors ligne et en ligne
  - 3.8.1. La campagne en ligne
  - 3.8.2. Le choix du canal hors ligne
  - 3.8.3. Les avantages du canal en ligne
- 3.9. Le plan d'action et le calendrier
  - 3.9.1. Typologie des actions communicatives dans la mode
  - 3.9.2. Structure et approche du plan d'action
  - 3.9.3. Intégration du plan d'action dans la stratégie globale
- 3.10. Évaluation du plan et de la stratégie de communication
  - 3.10.1. Principaux paramètres d'évaluation du plan de communication
  - 3.10.2. Analyse avancée du plan de communication
  - 3.10.3. Reformulation de la stratégie de communication

“ Une formation complète qui vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour rivaliser avec les meilleurs du secteur”

05

# Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

*Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”*

## Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

*Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”*



*Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.*





*L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.*

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



*Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"*

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

## Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

*En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.*

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

*Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.*

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



#### Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



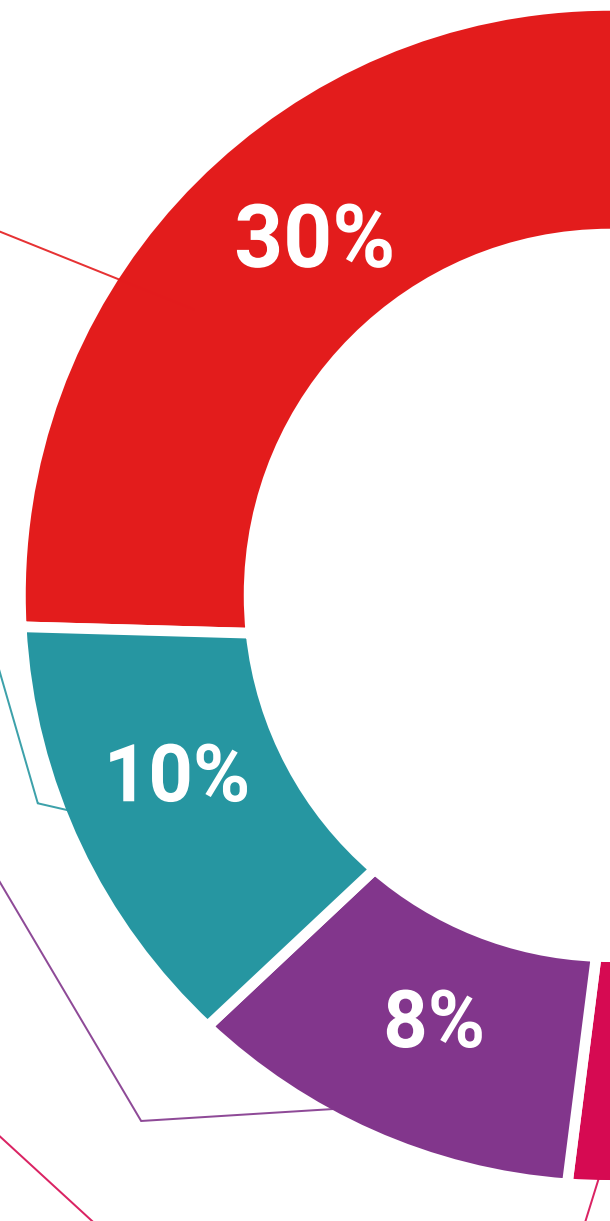
#### Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





**Case studies**

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



**Résumés interactifs**

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



**Testing & Retesting**

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



# 06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Stratégies Commerciales et Plan de Communication en Mode, Beauté et Luxe vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

*Réussissez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans déplacements ni formalités fastidieuses"*

Ce **Certificat Avancé en Stratégies Commerciales et Plan de Communication en Mode, Beauté et Luxe** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal\* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Stratégies Commerciales et Plan de Communication en Mode, Beauté et Luxe**

N.° d'Heures Officielles: **450 h.**





future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

**tech** université  
technologique

**Certificat Avancé**

Stratégies Commerciales et  
Plan de Communication en  
Mode, Beauté et Luxe

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

# Certificat Avancé

Stratégies Commerciales  
et Plan de Communication  
en Mode, Beauté et Luxe