

Universitätsexperte

Kommunikation in Mode,
Schönheit und Luxus





Universitätsexperte

Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/journalismus-kommunikation/spezialisierung/spezialisierung-kommunikation-mode-schonheit-luxus

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 16

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Die Mode-, Schönheits- und Luxusbranche unterliegt ständigen Schwankungen, und folglich erfordert ihre korrekte Behandlung im Bereich der Kommunikation und des Journalismus eine ständige Aktualisierung durch die Fachleute der Branche. Aus diesem Grund befasst sich dieses Programm mit dem Konzept der Mode und ihrer Beziehung zur Kommunikation sowie mit der Entwicklung der Branche und ihren wichtigsten Veränderungen im 21. Jahrhundert, wobei die neuen Trends in diesem Sektor berücksichtigt werden. Dadurch können Fachleute ihr Wissen in diesem Bereich auf den neuesten Stand bringen und neue Fähigkeiten erwerben, die es ihnen ermöglichen, erfolgreich in Unternehmen des Sektors, spezialisierten Medien und Pressebüros zu arbeiten.





Mit diesem Universitätsexperten erwerben Sie das notwendige Wissen, um die Welt der Mode, der Schönheit und des Luxus aus einer globalen Perspektive zu verstehen und in diesen Sektoren als Fachjournalist optimal zu arbeiten"

Dieses Fortbildungsprogramm richtet sich insbesondere an Fachleute aus den Bereichen Kommunikation und Journalismus, die täglich in der Mode- und Schönheitsbranche tätig sind. Für sie hat das Dozententeam von TECH seine Erfahrung und damit seine realistische und genaue Sicht der beruflichen Realität in diese Spezialisierung eingebracht, und zwar auf bewusste und proaktive Weise.

Im Rahmen des Lehrplans werden alle Aspekte des Kommunikationsmanagements in Unternehmen der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche analysiert, damit die Studenten die Funktionsweise dieser Abteilungen genau kennenlernen und lernen, wie sie diese optimal verwalten können. Dies wird ihnen auch helfen, aus einer journalistischen Perspektive zu verstehen, wie man mit diesen Unternehmen auf die richtige Weise umgeht.

Eine Reise, die die Studenten dazu bringt, die Strategien zu erkennen, die die Ergebnisse von Unternehmen in diesen Sektoren steigern, und die es ihnen ermöglicht, die effektivsten Mittel einzusetzen, wenn es darum geht, erfolgreiche Aktionspläne in die Praxis umzusetzen.

All diese Entwicklungen werden von weltweit anerkannten und geschätzten Fachleuten durchgeführt, damit Sie von den Besten lernen können, mit dem besten Lernsystem und einem anregenden und attraktiven Weiterbildungsprozess.

Ein weiterer Schlüssel zum Erfolg dieser Spezialisierung ist, dass sie selbst entscheiden können, wie sie ihr Lernen organisieren: von der Zeit, über den Ort und die Intensität des Studiums. Dadurch wird sichergestellt, dass diese Anstrengung mit ihrem persönlichen und beruflichen Leben vollständig vereinbar ist. Damit sie nie die Motivation verlieren.

Die Fortbildung ist also zu 100% online, obwohl die Inhalte heruntergeladen werden können, um offline weiterzumachen, wenn dies gewünscht wird.

Außerdem haben sie Zugriff auf anschauliche Videos, Audios zur Überprüfung, eine Online-Bibliothek mit ergänzendem Material und die Hilfe und Unterstützung Ihres Tutors während des gesamten Prozesses.

Dieser **Universitätsexperte in Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für den Journalismus in den Bereichen Mode, Schönheit und Luxus präsentiert werden
- ♦ Die grafischen, schematischen und äußerst praktischen Inhalte, mit denen sie konzipiert wurde, bieten eine wissenschaftliche und praktische Vertiefung in den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ♦ Die neuesten Nachrichten über den Journalismus in Mode, Schönheit und Luxus
- ♦ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ♦ Der besondere Schwerpunkt auf innovativen Methoden in Journalismus und Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus
- ♦ Das interaktive Lernsystem auf der Grundlage von Algorithmen für die Entscheidungsfindung im Journalismus und in der digitalen Kommunikation
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



TECH bietet Ihnen die beste Spezialisierung auf dem Markt für Journalismus und Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus. Alles, was Sie haben müssen, ist der Wunsch zu studieren"



Dieses Programm richtet sich nicht nur an berufstätige Journalisten, sondern auch an diejenigen, die in den Pressestellen von Unternehmen der Branche arbeiten und ihr Wissen aktualisieren und erweitern möchten.

Das Dozententeam des Programms besteht aus Experten aus dem Bereich Journalismus und Kommunikation, die ihre Erfahrungen in diese Spezialisierung einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Studienprogramm für die Fortbildung in realen Situationen bietet.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die sich ergeben. Dabei wird er von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten und erfahrenen Experten aus den Bereichen Mode, Schönheit und Luxusjournalismus entwickelt wurde.

Dieses Programm wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und ein erfolgreicher Journalist zu werden.

Werden Sie ein hervorragender Journalist und lernen Sie, wie Sie sich erfolgreich weiterentwickeln und Ihre Beziehungen zu Unternehmen in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche stärken können.



02 Ziele

Dieses Programm wurde entwickelt, um Ihre Fähigkeiten zu stärken und Ihnen dabei zu helfen, neue Kompetenzen und Fähigkeiten im Bereich der Kommunikation zu entwickeln, die für Ihre berufliche Entwicklung in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche unerlässlich sind. Nach Abschluss der Spezialisierung werden Sie in der Lage sein, mit einem hohen Maß an Kompetenz in spezialisierten Medien, Pressestellen und Marketingabteilungen zu arbeiten. Auf diese Weise können Sie sich erfolgreich als Kommunikationsprofi im Bereich Mode, Schönheit und Luxus positionieren, indem Sie große Fähigkeiten erlangen und sich mit den Besten der Branche messen können.

“

Ziel dieser Spezialisierung ist es, dass die Studenten verstehen, wie Kommunikation in Unternehmen der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche funktioniert"



Allgemeine Ziele

- ♦ Erlangen eines umfassenden und professionellen Überblicks über das Kommunikationsumfeld in den Bereichen Mode, Luxus und Schönheit, Erkennen der Besonderheiten des Sektors sowie seiner Auswirkungen auf das gesamte Wirtschaftsgefüge
- ♦ Erwerben grundlegender und fortgeschrittener Kenntnisse, um neue Kommunikationsökosysteme in Bezug auf die Mode zu schaffen
- ♦ Stärken von Management-, Analyse-, Kreativitäts- und Führungsfähigkeiten als Hauptkompetenzen, um in der Branche zu wachsen
- ♦ Entwickeln ausgezeichneter schriftlicher und mündlicher, verbaler und nonverbaler Kommunikationsfähigkeiten
- ♦ Erwerben der notwendigen ethischen Verantwortung
- ♦ Entwickeln von Fähigkeiten zum kritischen Denken
- ♦ Entwickeln einer wettbewerbsfähigen Kommunikationsstrategie innerhalb der Branche mit einem fundierten Wissen über die Dynamik der Kommunikation, das Modegeschäft und die entscheidenden Komponenten
- ♦ Erkennen von Chancen und in der Lage sein, sich durch die Betrachtung der eigenen Arbeit weiterzuentwickeln
- ♦ Erzeugen von sozialer Wirkung und führen die öffentliche Meinung mit ethischer und professioneller Verantwortung
- ♦ Verbessern der Agilität bei der Entscheidungsfindung durch Beobachtung, Analyse, Interpretation und Handeln in Bezug auf professionelle Kriterien durch kritische Berichterstattung
- ♦ Verstehen und Wiedergeben des Kommunikationsprozesses in einer effektiven Art und Weise, die an jeden Kanal, jedes Unternehmensprofil und jedes Zielpublikum angepasst ist





Spezifische Ziele

Modul 1. Einführung in die Kommunikation in der MSL-Branche

- ♦ Auseinandersetzen mit den wichtigsten Bereichen der Kommunikation im Zusammenhang mit Mode und Schönheit
- ♦ Stellen von Fragen und Einführen in einige Themen von Interesse, die im Laufe des Programms entwickelt werden
- ♦ Schaffen der Grundlagen des Wissens im Bereich Mode, Schönheit und Luxus
- ♦ Analysieren der Rolle, die jede Fachkraft in der Modeindustrie spielt
- ♦ Kennen der branchenspezifischen Terminologie und Lernen, sie anzuwenden

Modul 2. Erstellung von Inhalten: die Botschaft

- ♦ Fortbilden der Studenten, damit diese das Wesen der Nachricht und ihre grundlegenden Bestandteile verstehen
- ♦ Kennen der wichtigsten automatisierten Kommunikationsmittel, die derzeit in der Modewelt eingesetzt werden
- ♦ Wissen, wie der Stil von Botschaften, Bildern und Inhalten, die in der Branche ausgearbeitet werden, zu erkennen ist, so dass der Student sie zeitgemäß reproduzieren und organisieren kann

Modul 3. Kommunikationstechniken im Mode-, Schönheits- und Luxus-Ökosystem

- ♦ Entwickeln eines digitalen Umfelds, das in der Lage ist, Besucher/Publikum für Ihre Modemarke anzuziehen, entweder offline oder online, mit einer gewünschten Positionierung
- ♦ Erstellen eines Inhaltsbaums und kohärenter Inhalte
- ♦ Schreiben einer Pressemitteilung, Verfassen eines Blogs oder Erzählen einer Geschichte, die Ihr Marken-Ökosystem identifiziert
- ♦ Anpassen der Ergebnisse und Schaffen eines neuen Ökosystems
- ♦ Erkennen und Reproduzieren des Kommunikationsstils in der Mode- und Schönheitsbranche

03

Kursleitung

Das Design dieses Studiengangs wurde von einem Team von Fachleuten aus den Bereichen Journalismus, Mode und Kommunikation entwickelt, die über jahrelange Berufs- und Lehrerfahrung verfügen. Sie alle waren sich des aktuellen Bedarfs an einer hochwertigen Spezialisierung bewusst und wollten ihr Wissen bündeln, um Ihnen die umfassendste Spezialisierung auf dem Markt zu bieten, die es Ihnen ermöglicht, sich erfolgreich im Bereich des Journalismus in Mode, Schönheit und Luxus zu entwickeln, professionelle Fähigkeiten auf höchstem Niveau zu erlangen und ein angesehener Profi in der Branche zu werden.



“

*Lernen Sie von den besten Fachleuten
des Sektors die neuesten Entwicklungen
im Journalismus und Kommunikation in
Mode, Schönheit und Luxus"*

Leitung



Fr. García Barriga, María

- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften an der UCM
- ♦ Aufbaustudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusgüter
- ♦ MBA, ISEM Fashion Business School
- ♦ Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Erstellung von Inhalten verschiedener Art: Logistik und Vertrieb, Mode und Literatur oder die Erhaltung des künstlerischen Erbes
- ♦ Mitarbeit bei großen Medien wie RTVE und Telemadrid

Professoren

Hr. Campos Bravo, Ignacio

- ♦ Hochschulabschluss in Kommunikation mit doppelter Spezialisierung in Medien für Information und Unternehmenskommunikation an der Universität Loyola Andalucía
- ♦ Masterstudiengang in Mode-Business-Management an der ISEM
- ♦ Er hat in kleinen Medien- und Kommunikationsagenturen gearbeitet und in jüngerer Zeit im *Point of Sale Management* des Mehrmarkenkanals von Loewe Parfums

Fr. Villamil Navarro, Camila

- ♦ Sozialkommunikatorin und Journalistin mit Abschluss an der Universität von La Sabana
- ♦ Journalistin für Mode und Trends bei der Zeitung El Tiempo
- ♦ Dozentin in *Fashion Journalism* und *Personal Branding* an der Fakultät für Kommunikation der Universität von La Sabana und Koordinatorin des Universitätskurses für Modekommunikation und -journalismus



macy's

SAUVAGE
THE NEW FRAGRANCE
Dior

macy's

Circus
Factory

Esquire
Bar

ONLY ONE
BRINGS THE
TO
THE
SO

ARCHITECT: LORENZO
BENTLEY
DESIGNED BY
FRANKLIN
ROOSEVELT
MUSEUM
ON MAY FOURTEENTH
MOMENT THIS MONU-
MENT WAS DEDICAT-
ED BY PRESIDENT
THEODORE ROOSEVELT

04

Struktur und Inhalt

Der Studiengang Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus von TECH ist ein maßgeschneidertes Programm, das in einem 100%igen Online-Format unterrichtet wird, so dass Sie die Zeit und den Ort wählen können, die am besten zu Ihrer Verfügbarkeit, Ihrem Zeitplan und Ihren Interessen passen. Das Programm erstreckt sich über 6 Monate und wurde von den renommiertesten Fachleuten des Sektors entwickelt, die die langjährige Erfahrung ihrer Arbeit in diese Spezialisierung einfließen lassen, damit Sie sich zu einem erstklassigen Kommunikator und Journalisten entwickeln und positionieren können.



“

Durch einen sehr effizienten Lehrplan lernen Fachleute den richtigen Umgang mit der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche, egal ob sie als Fachjournalisten oder als Presse- und Kommunikationsmanager arbeiten wollen”

Modul 1. Einführung in die Kommunikation in der MSL-Branche

- 1.1. Entwicklung und Evolution der Modeindustrie
 - 1.1.1. Mode im Wandel der Zeit
 - 1.1.2. Entwicklung der Textilindustrie
 - 1.1.3. Das *Fast Fashion*-Modell und die heutige Konsumindustrie
- 1.2. Die wichtigsten Meilensteine und Merkmale der Schönheits- und Parfümindustrie
 - 1.2.1. Geschichte der Parfümerie
 - 1.2.2. Parfümerie als Hauptanlaufstelle für den Luxusmarkt
 - 1.2.3. Kommunikation in den wichtigsten Einzelhandelsketten für Kosmetik und Parfümerie
- 1.3. Einführung in die Soziologie der Mode
 - 1.3.1. Mode als sozialer Akteur
 - 1.3.2. Soziologie der Trends
 - 1.3.3. Mode als künstlerisches Konzept
- 1.4. Luxus im 21. Jahrhundert und das digitale Erlebnis
 - 1.4.1. Neue Wege zum Verständnis von Luxus
 - 1.4.2. Mode und Luxus in der digitalen Welt
 - 1.4.3. Wie digitale Tools das Luxuserlebnis bereichern können
- 1.5. Anpassen des Markendiskurses an jeden Kommunikationskanal
 - 1.5.1. Die wichtigsten Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusindustrie
 - 1.5.2. Auslegung der Kommunikationsstrategie. Wahl des Kanals und der Nachricht
 - 1.5.3. Das Profil des Kommunikators in den sozialen Medien
- 1.6. Entwicklung des Markenerbes in der Luxusindustrie
 - 1.6.1. Geschichte als Kulisse. Aufbau eines Markendiskurses aus der Vergangenheit
 - 1.6.2. Die Rolle der kreativen Leitung beim Markendiskurs
 - 1.6.3. Der Beginn des Markenerbes im 21. Jahrhundert
- 1.7. Modekommunikation in der digitalen Umgebung. Globalisierung und der Binnenmarkt
 - 1.7.1. Kommunizieren in der digitalen Umgebung
 - 1.7.2. Internationalisierung der Marken
 - 1.7.3. Auswirkungen der Globalisierung auf die Mode- und Schönheitskommunikation

- 1.8. Grundsätze des *Branding*
 - 1.8.1. Die Marke ist entscheidend. Verwaltung von immateriellen Vermögenswerten
 - 1.8.2. *Tons and Manners*. Konstruktion des Markendiskurses
 - 1.8.3. Aufbau einer Marke in einem globalen Markt
- 1.9. Ansatz für Nachhaltigkeit in MSL-Märkten
 - 1.9.1. Nachhaltigkeit und Umwelt in der Modebranche. Akteure und Prozesse
 - 1.9.2. Vielfalt und Inklusion in der Mode- und Schönheitsindustrie
 - 1.9.3. Nachhaltigkeit auf dem Luxusmarkt
- 1.10. Der Kommunikationsprofi in der Modebranche
 - 1.10.1. Die Rolle der Kommunikationsabteilung in einem Modeunternehmen
 - 1.10.2. Outsourcing der Kommunikationsabteilung. Die Rolle der Agenturen
 - 1.10.3. Berufsprofile der Kommunikation in der Mode-, Schönheits- und Luxusindustrie

Modul 2. Erstellung von Inhalten: die Botschaft

- 2.1. Elemente der Kommunikation: der Sender, der Empfänger und die Botschaft - der Slogan
 - 2.1.1. Der Prozess der Kommunikation und die beteiligten Komponenten
 - 2.1.2. Kognitive, emotionale und soziale Botschaften im Ökosystem der Mode
 - 2.1.3. Die Entwicklung des Werbeslogans auf dem Schönheitsmarkt
- 2.2. Traditionelle Methoden der Informationsübermittlung in der Modebranche: Werbung
 - 2.2.1. Werbung als Quelle der Wertübertragung
 - 2.2.2. Die Spezialisierung des Stereotyps vom Prototyp aus
 - 2.2.3. Aufbau und Zusammensetzung eines Werbecomics
- 2.3. Neue Tools für die Erstellung von digitalen Inhalten: Ads
 - 2.3.1. Der Algorithmus von *Google Ads*
 - 2.3.2. Spielstärken und wichtige Metriken
 - 2.3.3. Erstellen einer Anzeige für die digitale Umgebung
- 2.4. Kanäle für die Verbreitung von Inhalten aus den Bereichen Mode, Luxus und Schönheit
 - 2.4.1. Vorlieben der Modekonsumenten
 - 2.4.2. Off- und Online-Medien und ihre Komplementarität
 - 2.4.3. Trends bei der Verbreitung von Informationen auf dem Luxusmarkt
- 2.5. Personalisierung von Inhalten im Luxussektor
 - 2.5.1. Der Stil der Modesprache und ihre technischen Einzelheiten
 - 2.5.2. Glück, Qualität und Funktionalität vs. billig, kostenlos und dringend
 - 2.5.3. Omnidirektionale Kommunikation zwischen Marke und Nutzer



- 2.6. Implementierung der Inhaltsautomatisierung in CRM
 - 2.6.1. Was ist CRM und wofür wird es eingesetzt?
 - 2.6.2. Typologie der Nachricht entsprechend der Kundensegmentierung
 - 2.6.3. *Salesforce*-Struktur und Benutzerfreundlichkeit
- 2.7. Design und Layout des Mode-, Schönheits und Luxus-Newsletters
 - 2.7.1. Die Organisation und Struktur der Informationen
 - 2.7.2. Unterschiede zwischen der Pressemitteilung, dem Newsletter und der Anzeige
 - 2.7.3. Häufigkeit der Benachrichtigungen und Messung der Auswirkungen
- 2.8. Der Stil der Sprache und der Einfluss des Images in der Modeindustrie
 - 2.8.1. Die „Modefarben“: Integrieren Sie Pantone in Ihre Kommunikationsstrategie
 - 2.8.2. Worüber sprechen die Modeexperten?
 - 2.8.3. Informationsdesign
- 2.9. CMS-Struktur und Implementierung
 - 2.9.1. Der Zweck des *Content Management Systems*
 - 2.9.2. Inhaltstypologie für die Mode-Website
 - 2.9.3. *Prestashop*
- 2.10. Der *Content*-Plan
 - 2.10.1. Wichtige Punkte bei der Planung von Inhalten in den Bereichen Mode und Schönheit
 - 2.10.2. Saisonale Kampagnen in der Modebranche
 - 2.10.3. Starten von *Flash*-Kampagnen

Modul 3. Kommunikationstechniken im Mode-, Schönheits- und Luxus-Ökosystem

- 3.1. Das Ökosystem der Mode und seine Zusammensetzung
 - 3.1.1. Aufbau und Pflege eines *Phygital*-Ökosystems
 - 3.1.2. Suchressourcen und die Entwicklung der SERPs
 - 3.1.3. Überwachung und Anpassung von Ökosystemen
- 3.2. Schaffung eines Marken-Ökosystems: SEO, SEM und SMO
 - 3.2.1. Positionierung von digitalen Inhalten: SEO
 - 3.2.2. Die Kreativität von SEM-Kampagnen
 - 3.2.3. Die Bedeutung von SMO in der Modeindustrie

- 3.3. Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Markenkommunikation von MSL
 - 3.3.1. Unterschiede zwischen einer *Content-Website* und einer E-Commerce-Website
 - 3.3.2. Entwicklung der Kommunikationsziele
 - 3.3.3. Interaktion bei der Erstellung von Inhalten
- 3.4. Traditionelle Offline-Kommunikationstechniken: Pressemitteilungen, Nachrichten und Advertorials
 - 3.4.1. Objektive Kommunikation: die Pressemitteilung und die relevanten Informationen
 - 3.4.2. Soziale Kommunikation: Die Nachrichten als Motor für neue Informationen
 - 3.4.3. Kommerzielle Kommunikation: Das *Advertorial* als Element des Verkaufs
- 3.5. Die Erstellung von Blogs und digitalen Magazinen
 - 3.5.1. Zwei-Wege-Kommunikation in statischen Tools
 - 3.5.2. Struktur und Aufbau von Blogs
 - 3.5.3. Erstellung von Inhalten für digitale Modemagazine
- 3.6. Transmediales Geschichtenerzählen und *Storytelling*
 - 3.6.1. Die Zusammensetzung von Raum und Zeit in der Modekommunikation
 - 3.6.2. Virtueller Realismus im medienübergreifenden *Storytelling*
 - 3.6.3. Etappen bei der Entwicklung von *Storytelling*
- 3.7. Audiovisuelle Sprache in der Modebranche
 - 3.7.1. Die Macht des Images für die Schönheitsbranche
 - 3.7.2. Der Handlungsstrang einer Markengeschichte
 - 3.7.3. Die Erschaffung von Mode-Ikonen und Mythen
- 3.8. Die Erstellung von Inhalten auf der Grundlage des *Google Trends*-Universums
 - 3.8.1. Funktionsweise und Suchdynamik von *Google Trends*
 - 3.8.2. Die Beschreibung der Geschichte in Bezug auf Schlüsselwörter und Mode-Tags
 - 3.8.3. Die Integration von Wettbewerb und Viralität
- 3.9. Funktionsweise eines Ökosystems im Universum insgesamt
 - 3.9.1. Inhalt und Trendausrichtung
 - 3.9.2. Die musikalische Atmosphäre in der audiovisuellen Kommunikation
 - 3.9.3. Fashion Films
- 3.10. Neudefinition und Anpassung des Markenökosystems
 - 3.10.1. Kreativität, Innovation und Erfindung als Dynamik des Wachstums
 - 3.10.2. Inspiration und Bestrebungen der Modeindustrie
 - 3.10.3. Das Modeuniversum neu ordnen: Inhalte für die gesamte Community





“

*Eine komplette
Spezialisierung, die Ihnen das
Wissen vermittelt, das Sie
brauchen, um mit den Besten
der Branche zu konkurrieren”*

05

Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Die Studierenden lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“ *Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein“*

Die Fallstudienmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Business Schools der Welt, seit es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.



Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.

Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



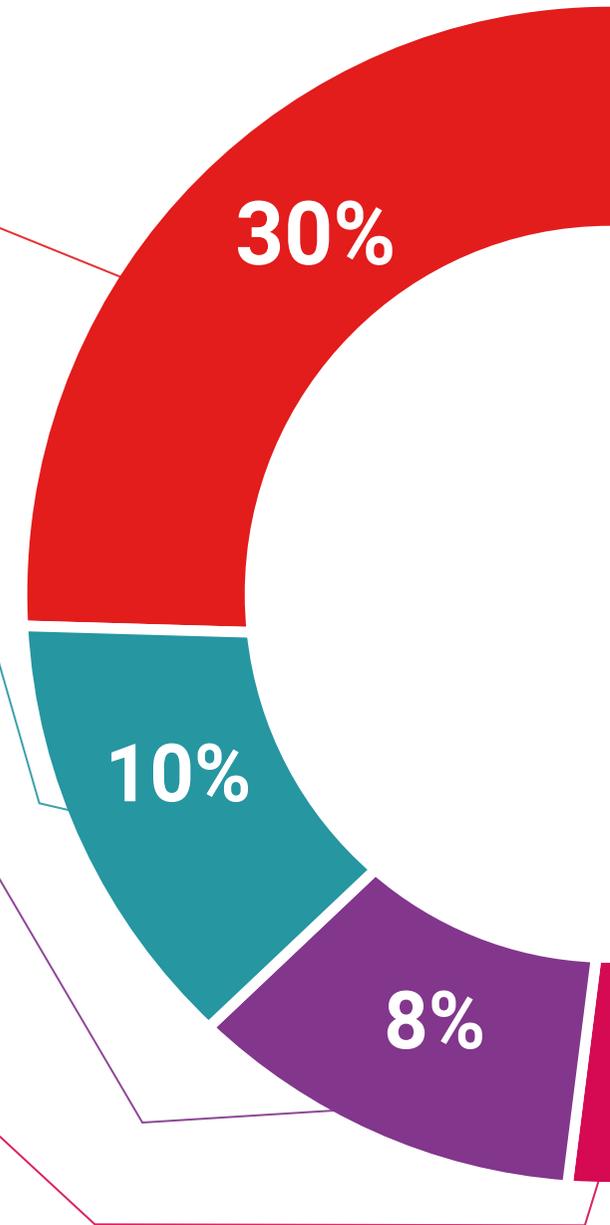
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm
erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren
Universitätsabschluss ohne lästige
Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologische Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Kommunikation in Mode, Schönheit und Luxus**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft

gesundheit vertrauen menschen

erziehung information tutoeren

garantie akkreditierung unterricht

institutionen technologie lernen

gemeinschaft verpflichtung

persönliche betreuung innovation

wissen gegenwart qualität

online-Ausbildung

entwicklung institutionen

virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Kommunikation in Mode,
Schönheit und Luxus

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Kommunikation in Mode,
Schönheit und Luxus

