

Universitätskurs

Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche





Universitätskurs Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/kunstliche-intelligenz/universitatskurs/kunstliche-intelligenz-robotik-modebranche

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Studienmethodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 32

01

Präsentation

In der Welt der Mode sind Krisensituationen in Institutionen keine Seltenheit. Die Gründe dafür sind vielfältig und reichen von Skandalen in der Arbeitsethik bis hin zu Problemen mit der Produktqualität oder Anschuldigungen wegen Urheberrechtsverletzungen. In Anbetracht dieser Realität ist es von entscheidender Bedeutung, dass die Fachleute diese Situationen vorhersehen und sich die erforderlichen Kommunikationsfähigkeiten aneignen, um diese Krisen zu bewältigen. Auf diese Weise werden die Fachleute dazu beitragen, den Ruf der Institutionen zu schützen, die finanziellen Auswirkungen zu minimieren und das Vertrauen aller *Stakeholder* zu erhalten. In diesem Zusammenhang führt TECH einen 100%igen Online-Hochschulabschluss ein, der Fachleuten die Schlüssel zur Erstellung eines strategischen Notfallplans vermittelt.





“

Dank dieses 100%igen Online-Studiengangs werden Sie in der Lage sein, maschinelles Lernen zu nutzen, um hochgradig personalisierte Kleidungsstücke und Accessoires zu entwerfen“

Künstliche Intelligenz revolutioniert die meisten Wirtschaftszweige, so auch die Modeindustrie. Immer mehr Unternehmen erkennen die Vorteile dieser technologischen Hilfsmittel. Ein klares Beispiel dafür sind Roboter, die den Designern zahlreiche Vorteile bieten, wie etwa die schnellere und präzisere Herstellung von Kleidungsstücken. Darüber hinaus ermöglichen es diese intelligenten Systeme den Herstellern, Fehler in ihren Kleidungsstücken zu lokalisieren, bevor diese die Produktionslinie verlassen. Dies reduziert den Zeit- und Kostenaufwand für die Behebung von Fehlern.

Vor diesem Hintergrund präsentiert TECH einen Universitätskurs in Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche. Der Lehrplan, der von echten Experten auf diesem Gebiet ausgearbeitet wurde, befasst sich mit Konzepten wie der Wertschöpfungskette, dem Ökosystem der *Stakeholder* oder dem Aktivismus der Unternehmen. Gleichzeitig wird sich das Lehrmaterial auf das Krisenmanagement in Modeunternehmen konzentrieren. Auf diese Weise werden die Absolventen in der Lage sein, strategische Pläne zu entwickeln, die Maßnahmen zur wirksamen Bewältigung kritischer Situationen enthalten, die ein Unternehmen betreffen können. Die Fortbildung wird den Studenten auch Strategien für das Markenwachstum auf der Grundlage der ökologischen Nachhaltigkeit vermitteln. Darüber hinaus wird das Programm die Grundlagen für den Einsatz der Robotik in der Welt des Luxus liefern, z. B. mit Hilfe des *Virtual Personal Shoppers*.

Für diesen Studiengang benötigen die Studenten lediglich ein Gerät mit Internetzugang, um auf das Lehrmaterial zugreifen zu können. In diesem Sinne können die Stunden- und Bewertungspläne individuell geplant werden. Der Lehrplan basiert auf dem innovativen *Relearning*-System, das auf Wiederholungen setzt, um die Beherrschung der verschiedenen Aspekte zu gewährleisten.

Gleichzeitig mischt es den Lernprozess mit realen Situationen, so dass das Wissen auf natürliche und fortschreitende Weise erworben wird, ohne den zusätzlichen Aufwand des Auswendiglernens.

Dieser **Universitätskurs in Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Mode- und Luxusmarketing vorgestellt werden
- Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren praktischen Informationen
- Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- Theoretische Lektionen, 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



Sie werden die wirksamsten Notfallpläne zur Bewältigung von Krisensituationen in Modeunternehmen entwickeln“



Wollen Sie Ihre Marke exponentiell wachsen lassen? Dieses Programm bietet Ihnen die innovativsten und nachhaltigsten Strategien, um dieses Ziel zu erreichen“

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen in diese Fortbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Sie werden sich mit den globalen Auswirkungen auf den Luxusmarkt auseinandersetzen, um die neuesten Trends in Ihre Projekte einfließen zu lassen und innovative Produkte zu entwickeln.

Ein Hochschulabschluss, der auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten ist und mit der effektivsten Lehrmethode konzipiert wurde: Relearning.



02 Ziele

Nach 180 Lernstunden werden die Studenten hochspezialisiert sein, was die Anwendung von künstlicher Intelligenz und Robotik in der Modeindustrie angeht. Auf diese Weise werden die Studenten ihren kreativen Horizont erweitern, indem sie neue Wege zur Optimierung von Design, Produktion und Marketing von Kleidungsstücken erforschen. Darüber hinaus werden sie bestens auf die Durchführung innovativer Projekte vorbereitet sein, mit denen sie sich in diesem Bereich hervorheben können. In diesem Sinne werden die Fachleute die digitale Transformation in den Einrichtungen anführen, um deren Wettbewerbsfähigkeit im Laufe der Zeit sicherzustellen. Sie werden auch in der Lage sein, Krisensituationen adäquat zu bewältigen und so deren Auswirkungen zu minimieren.



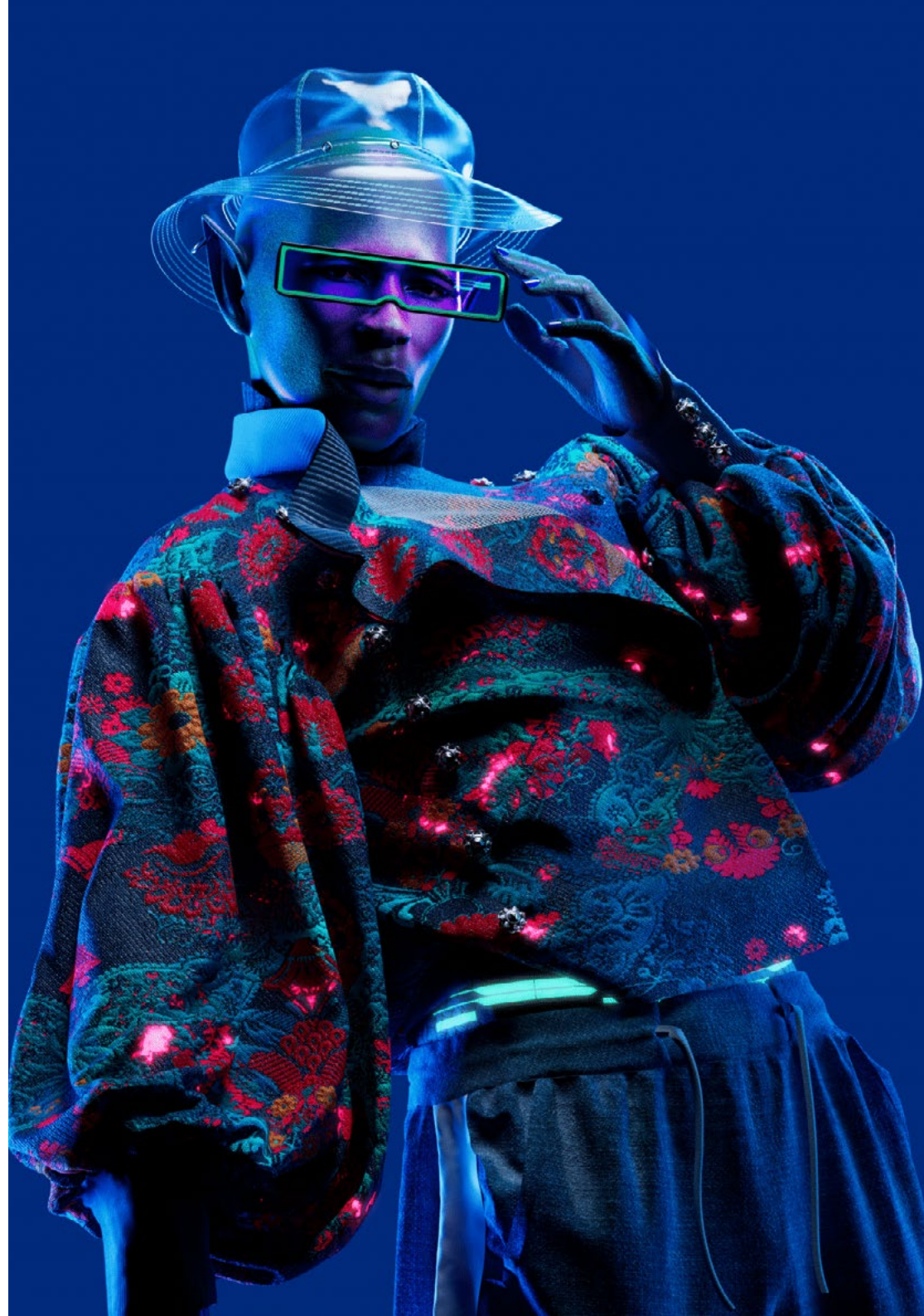
“

*Lernen Sie die aktuelle Situation des
Arbeitsmarktes im Bereich Künstliche Intelligenz
und Robotik in der Mode kennen. Sie werden Ihre
Erfolgschancen vervielfachen, dank TECH!”*



Allgemeine Ziele

- ♦ Erkennen des Markenverhaltens in institutionellen Krisensituationen
- ♦ Erwerben der notwendigen Werkzeuge, um Markenstrategien zu entwerfen, die auf neue Technologien ausgerichtet sind
- ♦ Untersuchen der Anwendungen von künstlicher Intelligenz in der Mode
- ♦ Anwenden der Instrumente der künstlichen Intelligenz in der Welt des Luxus, wie z.B. der Robotik
- ♦ Erwerben der notwendigen Fähigkeiten und Kenntnisse, um sich den Herausforderungen des Arbeitsmarktes im Bereich der Robotik in der Mode zu stellen
- ♦ Fördern der interdisziplinären Zusammenarbeit zwischen den verschiedenen Fachleuten, die die Modeindustrie ausmachen





Spezifische Ziele

- Handhaben des dreifachen Ansatzes Marke-Strategie-Verbraucher
- Verstehen des Fortschritts neuer digitaler Marketing-Tools
- Erwerben von kritischem Denken in Bezug auf Nachhaltigkeit und Innovation im Luxusmarketing
- Ausbauen der Fähigkeit, das kommerzielle Szenario von Marken zu analysieren
- Verbessern der Entscheidungsfindung im Zusammenhang mit Unternehmen und Geschäftsentwicklung
- Entwickeln strategischer Fähigkeiten, um sich an den neuen Arbeitsmarkt anzupassen
- Ausarbeiten eines korrekten Marketingplans, der auf den Kunden, die Marke und die Marktbedürfnisse abgestimmt ist
- Planen von Marketingaktionen in Übereinstimmung mit der Luxusindustrie, um kurz- und langfristig profitable Lösungen zu bieten
- Lernen, die Identität der Marke auf die Gesellschaft als Ganzes zu projizieren
- Entwickeln berechenbarer, flexibler und nachhaltiger Marketingmodelle, die das Überleben und die Wirkung des Luxusprodukts garantieren
- Entdecken der Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und die neuesten Markttrends
Verstehen der überzeugenden Komponente der PR für das Luxusmarketing und der Rolle der sozialen Medien in Kommunikationsstrategien
- Verringern der Unsicherheit angesichts interner und/oder externer Veränderungen in der Organisation
- Verstehen des Prozesses der Krisenbewältigung und die Rolle des Kommunikationsmanagers in schwierigen Zeiten
- Gestalten eines eigenen Diskurses für soziale Netzwerke und Massenmedien im Einklang mit den Werten des Unternehmens
- Integrieren der Nachhaltigkeit und digitalen Transformation in die Kommunikationsstrategie, ohne die Identität zu verlieren
- Planen der Digitalisierung, durch Kenntnis und Bewertung der verschiedenen Vorschläge und Fortschritte auf dem Technologiemarkt



Sie werden vom ersten Tag an Zugang zu allen Inhalten haben und neue Fähigkeiten im Bereich der digitalen Transformation in der Modeindustrie erwerben“

03

Kursleitung

Mit dem Ziel, den vollständigsten und aktuellsten Universitätsabschluss auf dem akademischen Markt anzubieten, vereint TECH in diesem Universitätskurs eine hochkarätige Dozentengruppe. Diese Fachleute sind auf Mode- und Luxusmarketing spezialisiert und verfügen auch über fundierte Kenntnisse im Bereich der künstlichen Intelligenz. Sie können außerdem auf eine lange Karriere zurückblicken, in der sie renommierten Unternehmen der Modebranche innovative technologische Lösungen angeboten haben. Das macht sie zu mehr als kompetenten Gesprächspartnern für die Gestaltung und den Unterricht dieses Programms, das den Studenten die neuesten Trends in diesen Bereichen vermittelt.





“

Unter der Anleitung der Dozenten werden Sie eine Welt der Möglichkeiten betreten, in der Kreativität mit KI verschmilzt, um einen nachhaltigen Einfluss auf die Modeindustrie auszuüben"

Internationaler Gastdirektor/ Internationale Gastdirektorin

Andrea La Sala ist ein erfahrener Marketingmanager, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss** auf die **Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising und Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren** und konkrete, auf **spezifische Geschäftsziele** ausgerichtete Maßnahmen durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität und seine Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein ausgeprägtes kommerzielles Bewusstsein, eine **Marktvision** und eine **echte Leidenschaft** für die Produkte.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising** bei **Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien** für **Bekleidung und Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den Einzelhandel und die **Bedürfnisse und das Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des Produktmarketings in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation und Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein** oder der **Gruppe Coin** Projekte zur Förderung der **Struktur, Entwicklung und Vermarktung** verschiedener **Kollektionen** durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern** für **Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich. Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer** in der **Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe Managementkapazität, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung** verschiedener **Marken** und die Neudefinition ihrer **Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.



Hr. La Sala, Andrea

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani, Mailand, Italien
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A.
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

*Dank TECH werden Sie mit
den besten Fachleuten der
Welt lernen können"*

Leitung



Dr. García Barriga, María

- Promotion in Design und Marketingdaten
- Kommunikatorin bei RTVE
- Kommunikatorin bei Telemadrid
- Universitätsdozentin
- Autorin von *El patrón de la eternidad*, Schaffung einer spiralförmigen Identität für die Automatisierung von Modetrends
- Kommunikation, Marketing und soziale Kampagnen, Kulturerbe und digitales Marketing
- Chefredakteurin von Chroma Press
- Account Executive für Marketing und soziale Medien bei Servicecom
- Redakteurin für Webinhalte bei Premium Difusión, Diario Siglo XXI und Managers Magazine
- Promotion, Design und Marketingdaten an der Polytechnischen Universität von Madrid
- Hochschulabschluss in Informationswissenschaften, Kommunikation, Marketing und Werbung an der Universität Complutense von Madrid
- Aufbaustudiengang in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen an der Universität Complutense von Madrid
- Zertifiziert in *Data Analysis & Creativity* mit Python, China
- *MBA Fashion Business School* an der Modebusinessschule der Universität von Navarra



Professoren

Dr. Gárgoles Saes, Paula

- ◆ Doktorin, Forscherin und Beraterin, Spezialistin für Mode, Kommunikation und Nachhaltigkeit
- ◆ Forschungsprofessorin an der Fakultät für Kommunikation und Leitung der Akademie für Unternehmenskommunikation an der Universität Panamericana, Mexiko-Stadt
- ◆ Beraterin für Kommunikation und Nachhaltigkeit bei Ethical Fashion Space, Mexiko-Stadt
- ◆ Modejournalistin bei der Agentur Europa Press und dem digitalen Magazin Asmoda
- ◆ Spezialistin in Mode am Fashion Institute of Technology in New York und am Future Concept Lab in Mailand
- ◆ Abschluss in Kommunikation und Modemanagement an der Fakultät für Kommunikation, Universitätszentrum Villanueva und ISEM Fashion Business School
- ◆ Promotion Cum Laude in Angewandter Kreativität an der Universität von Navarra mit der Arbeit „Reputationsmodell für den Modesektor“
- ◆ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität Complutense von Madrid Executive Fashion MBA von der ISEM Fashion Business School

“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden“

04

Struktur und Inhalt

Diese Fortbildung vermittelt Studenten fortgeschrittene Kenntnisse über die Anwendungen von künstlicher Intelligenz und Robotik in der Welt der Mode. Im Lehrplan werden Aspekte wie die soziale Verantwortung von Unternehmen, der Wert der Reputation und das *Stakeholder*-Ökosystem analysiert. Der Lehrplan wird den Studenten auch die Grundlagen für die Bewältigung von Krisensituationen in Unternehmen vermitteln. In diesem Sinne wird das Lehrmaterial verschiedene strategische Pläne enthalten, die diese Krisen vorwegnehmen und Schlüssel zur Abmilderung ihrer Auswirkungen liefern. Das Programm wird sich auch mit verschiedenen Strategien für das Markenwachstum befassen, die auf der ökologischen und unternehmerischen Nachhaltigkeit basieren.



“

*Der didaktische Inhalt dieses
Universitätsprogramms wird Ihnen die
Wertschöpfungskette des Modesektors auf
anschaulichere Weise näher bringen“*

Modul 1. Künstliche Intelligenz im Zeitalter des Korporatismus

- 1.1. Soziale Verantwortung der Unternehmen im aktuellen Kontext
 - 1.1.1. Das *Stakeholder*-Ökosystem
 - 1.1.2. Der Verbraucher und der Angestellte auf dem Luxusmarkt
 - 1.1.3. Soziale Verantwortung als Vorbild für Modemarken
- 1.2. Der Wert der Reputation von Luxusmarken
 - 1.2.1. Die globalen Auswirkungen auf den Luxusmarkt
 - 1.2.2. Analytik für die Globalisierung
 - 1.2.3. Unternehmensaktivismus und Markenbotschafter
- 1.3. Krisenmanagement in Modeunternehmen
 - 1.3.1. Arten von Krisen
 - 1.3.2. Der Notfallplan
 - 1.3.3. Der strategische Plan
- 1.4. Kommunikation in Zeiten der Krise
 - 1.4.1. Pressesprecher und der Diskurs der Kommunikationsführer
 - 1.4.2. Die Auswirkungen der Krise auf die Gewinn- und Verlustrechnung
 - 1.4.3. Maßnahmen nach der Krise: Rückkehr zur Normalität
- 1.5. Nachhaltigkeit: Wachstumsstrategien für Marken
 - 1.5.1. Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Soziales, Ökonomie
 - 1.5.2. Die Wertschöpfungskette der Mode
 - 1.5.3. Nachhaltigkeit kommunizieren: Berichterstattung
- 1.6. Nachhaltigkeit: Ein Weg aus der Krise?
 - 1.6.1. Arten von Krisen in jedem Bereich der Nachhaltigkeit
 - 1.6.2. Authentizität und Transparenz in den Augen der Öffentlichkeit
 - 1.6.3. Nachhaltigkeit als Teil der Krisenbewältigung



- 1.7. Digitale Transformation in der Modeindustrie
 - 1.7.1. Daten
 - 1.7.2. Der E-Commerce
 - 1.7.3. Innovation
- 1.8. Künstliche Intelligenz im Luxusbereich
 - 1.8.1. Automatisches Lernen
 - 1.8.2. *Omnichanneling* und der phygitale Raum durch das Prisma der künstlichen Intelligenz
 - 1.8.3. Personalisierte Empfehlungstools
- 1.9. Der Einsatz von Robotik in der Welt der Luxusgüter
 - 1.9.1. Digitale Interaktion: eine Welt ohne menschlichen Kontakt
 - 1.9.2. Der *Chatbot* und der *Virtual Personal Shopper*
 - 1.9.3. Das digitale Erlebnis
- 1.10. Die virtuelle Realität der Mode: die neuen Laufstege
 - 1.10.1. Definition und Funktionsweise der virtuellen Realität
 - 1.10.2. Die Modenschau mit 3D-Modellen
 - 1.10.3. *Virtual-Reality*-Tools auf dem Luxusmarkt

“ *TECH stellt Ihnen diesen exklusiven Hochschulabschluss vor, der es Ihnen ermöglicht, in nur 6 Wochen einen Qualitätssprung in Ihrem Beruf zu machen*“



05

Studienmethodik

TECH ist die erste Universität der Welt, die die Methodik der **case studies** mit **Relearning** kombiniert, einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf geführten Wiederholungen basiert.

Diese disruptive pädagogische Strategie wurde entwickelt, um Fachleuten die Möglichkeit zu bieten, ihr Wissen zu aktualisieren und ihre Fähigkeiten auf intensive und gründliche Weise zu entwickeln. Ein Lernmodell, das den Studenten in den Mittelpunkt des akademischen Prozesses stellt und ihm die Hauptrolle zuweist, indem es sich an seine Bedürfnisse anpasst und die herkömmlichen Methoden beiseite lässt.



“

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

Der Student: die Priorität aller Programme von TECH

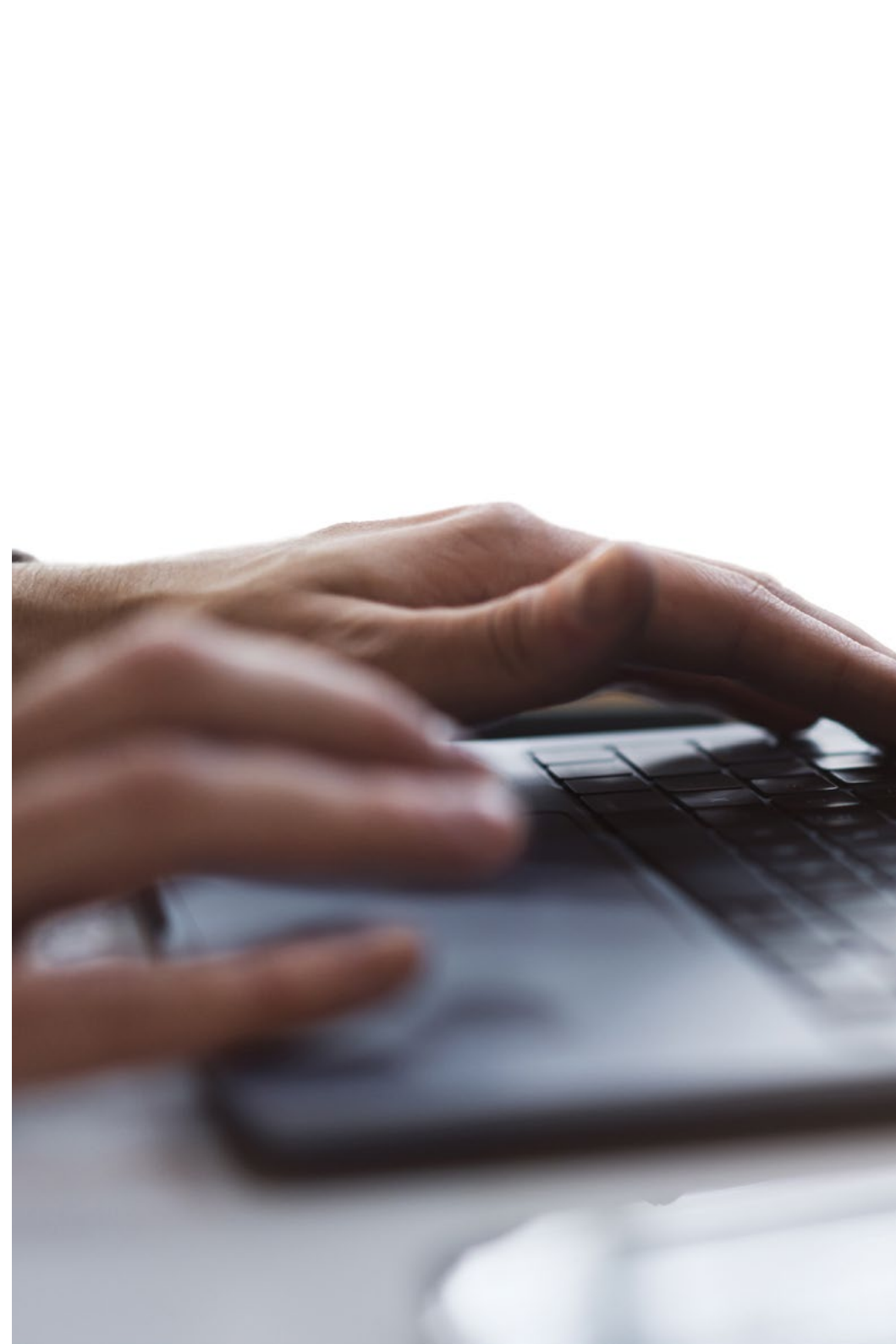
Bei der Studienmethodik von TECH steht der Student im Mittelpunkt.

Die pädagogischen Instrumente jedes Programms wurden unter Berücksichtigung der Anforderungen an Zeit, Verfügbarkeit und akademische Genauigkeit ausgewählt, die heutzutage nicht nur von den Studenten, sondern auch von den am stärksten umkämpften Stellen auf dem Markt verlangt werden.

Beim asynchronen Bildungsmodell von TECH entscheidet der Student selbst, wie viel Zeit er mit dem Lernen verbringt und wie er seinen Tagesablauf gestaltet, und das alles bequem von einem elektronischen Gerät seiner Wahl aus. Der Student muss nicht an Präsenzveranstaltungen teilnehmen, die er oft nicht wahrnehmen kann. Die Lernaktivitäten werden nach eigenem Ermessen durchgeführt. Er kann jederzeit entscheiden, wann und von wo aus er lernen möchte.



*Bei TECH gibt es KEINE Präsenzveranstaltungen
(an denen man nie teilnehmen kann)*



Die international umfassendsten Lehrpläne

TECH zeichnet sich dadurch aus, dass sie die umfassendsten Studiengänge im universitären Umfeld anbietet. Dieser Umfang wird durch die Erstellung von Lehrplänen erreicht, die nicht nur die wesentlichen Kenntnisse, sondern auch die neuesten Innovationen in jedem Bereich abdecken.

Durch ihre ständige Aktualisierung ermöglichen diese Programme den Studenten, mit den Veränderungen des Marktes Schritt zu halten und die von den Arbeitgebern am meisten geschätzten Fähigkeiten zu erwerben. Auf diese Weise erhalten die Studenten, die ihr Studium bei TECH absolvieren, eine umfassende Vorbereitung, die ihnen einen bedeutenden Wettbewerbsvorteil verschafft, um in ihrer beruflichen Laufbahn voranzukommen.

Und das von jedem Gerät aus, ob PC, Tablet oder Smartphone.

“

Das Modell der TECH ist asynchron, d. h. Sie können an Ihrem PC, Tablet oder Smartphone studieren, wo immer Sie wollen, wann immer Sie wollen und so lange Sie wollen“

Case studies oder Fallmethode

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftshochschulen der Welt. Sie wurde 1912 entwickelt, damit Studenten der Rechtswissenschaften das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernten, sondern auch mit realen komplexen Situationen konfrontiert wurden. Auf diese Weise konnten sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

Bei diesem Lehrmodell ist es der Student selbst, der durch Strategien wie *Learning by doing* oder *Design Thinking*, die von anderen renommierten Einrichtungen wie Yale oder Stanford angewandt werden, seine berufliche Kompetenz aufbaut.

Diese handlungsorientierte Methode wird während des gesamten Studiengangs angewandt, den der Student bei TECH absolviert. Auf diese Weise wird er mit zahlreichen realen Situationen konfrontiert und muss Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und seine Ideen und Entscheidungen verteidigen. All dies unter der Prämisse, eine Antwort auf die Frage zu finden, wie er sich verhalten würde, wenn er in seiner täglichen Arbeit mit spezifischen, komplexen Ereignissen konfrontiert würde.



Relearning-Methode

Bei TECH werden die *case studies* mit der besten 100%igen Online-Lernmethode ergänzt: *Relearning*.

Diese Methode bricht mit traditionellen Lehrmethoden, um den Studenten in den Mittelpunkt zu stellen und ihm die besten Inhalte in verschiedenen Formaten zu vermitteln. Auf diese Weise kann er die wichtigsten Konzepte der einzelnen Fächer wiederholen und lernen, sie in einem realen Umfeld anzuwenden.

In diesem Sinne und gemäß zahlreicher wissenschaftlicher Untersuchungen ist die Wiederholung der beste Weg, um zu lernen. Aus diesem Grund bietet TECH zwischen 8 und 16 Wiederholungen jedes zentralen Konzepts innerhalb ein und derselben Lektion, die auf unterschiedliche Weise präsentiert werden, um sicherzustellen, dass das Wissen während des Lernprozesses vollständig gefestigt wird.

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.



Ein 100%iger virtueller Online-Campus mit den besten didaktischen Ressourcen

Um seine Methodik wirksam anzuwenden, konzentriert sich TECH darauf, den Studenten Lehrmaterial in verschiedenen Formaten zur Verfügung zu stellen: Texte, interaktive Videos, Illustrationen und Wissenskarten, um nur einige zu nennen. Sie alle werden von qualifizierten Lehrkräften entwickelt, die ihre Arbeit darauf ausrichten, reale Fälle mit der Lösung komplexer Situationen durch Simulationen, dem Studium von Zusammenhängen, die für jede berufliche Laufbahn gelten, und dem Lernen durch Wiederholung mittels Audios, Präsentationen, Animationen, Bildern usw. zu verbinden.

Die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse auf dem Gebiet der Neurowissenschaften weisen darauf hin, dass es wichtig ist, den Ort und den Kontext, in dem der Inhalt abgerufen wird, zu berücksichtigen, bevor ein neuer Lernprozess beginnt. Die Möglichkeit, diese Variablen individuell anzupassen, hilft den Menschen, sich zu erinnern und Wissen im Hippocampus zu speichern, um es langfristig zu behalten. Dies ist ein Modell, das als *Neurocognitive context-dependent e-learning* bezeichnet wird und in diesem Hochschulstudium bewusst angewendet wird.

Zum anderen, auch um den Kontakt zwischen Mentor und Student so weit wie möglich zu begünstigen, wird eine breite Palette von Kommunikationsmöglichkeiten angeboten, sowohl in Echtzeit als auch zeitversetzt (internes Messaging, Diskussionsforen, Telefondienst, E-Mail-Kontakt mit dem technischen Sekretariat, Chat und Videokonferenzen).

Darüber hinaus wird dieser sehr vollständige virtuelle Campus den Studenten der TECH die Möglichkeit geben, ihre Studienzeiten entsprechend ihrer persönlichen Verfügbarkeit oder ihren beruflichen Verpflichtungen zu organisieren. Auf diese Weise haben sie eine globale Kontrolle über die akademischen Inhalte und ihre didaktischen Hilfsmittel, in Übereinstimmung mit ihrer beschleunigten beruflichen Weiterbildung.



Der Online-Studienmodus dieses Programms wird es Ihnen ermöglichen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen“

Die Wirksamkeit der Methode wird durch vier Schlüsselergebnisse belegt:

1. Studenten, die diese Methode anwenden, nehmen nicht nur Konzepte auf, sondern entwickeln auch ihre geistigen Fähigkeiten durch Übungen zur Bewertung realer Situationen und zur Anwendung ihres Wissens.
2. Das Lernen basiert auf praktischen Fähigkeiten, die es den Studenten ermöglichen, sich besser in die reale Welt zu integrieren.
3. Eine einfachere und effizientere Aufnahme von Ideen und Konzepten wird durch die Verwendung von Situationen erreicht, die aus der Realität entstanden sind.
4. Das Gefühl der Effizienz der investierten Anstrengung wird zu einem sehr wichtigen Anreiz für die Studenten, was sich in einem größeren Interesse am Lernen und einer Steigerung der Zeit, die für die Arbeit am Kurs aufgewendet wird, niederschlägt.

Die von ihren Studenten am besten bewertete Hochschulmethodik

Die Ergebnisse dieses innovativen akademischen Modells lassen sich an der Gesamtzufriedenheit der Absolventen der TECH ablesen.

Die Studenten bewerten die Qualität der Lehre, die Qualität der Materialien, die Kursstruktur und die Ziele als hervorragend. So überrascht es nicht, dass die Einrichtung von ihren Studenten auf der Bewertungsplattform Trustpilot mit 4,9 von 5 Punkten am besten bewertet wurde.

Sie können von jedem Gerät mit Internetanschluss (Computer, Tablet, Smartphone) auf die Studieninhalte zugreifen, da TECH in Sachen Technologie und Pädagogik führend ist.

Sie werden die Vorteile des Zugangs zu simulierten Lernumgebungen und des Lernens durch Beobachtung, d. h. Learning from an expert, nutzen können.



In diesem Programm stehen Ihnen die besten Lehrmaterialien zur Verfügung, die sorgfältig vorbereitet wurden:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachkräften, 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 ein audiovisuelles Format übertragen, das unsere Online-Arbeitsweise mit den neuesten Techniken ermöglicht, die es uns erlauben, Ihnen eine hohe Qualität in jedem der Stücke zu bieten, die wir Ihnen zur Verfügung stellen werden.



Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

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



Interaktive Zusammenfassungen

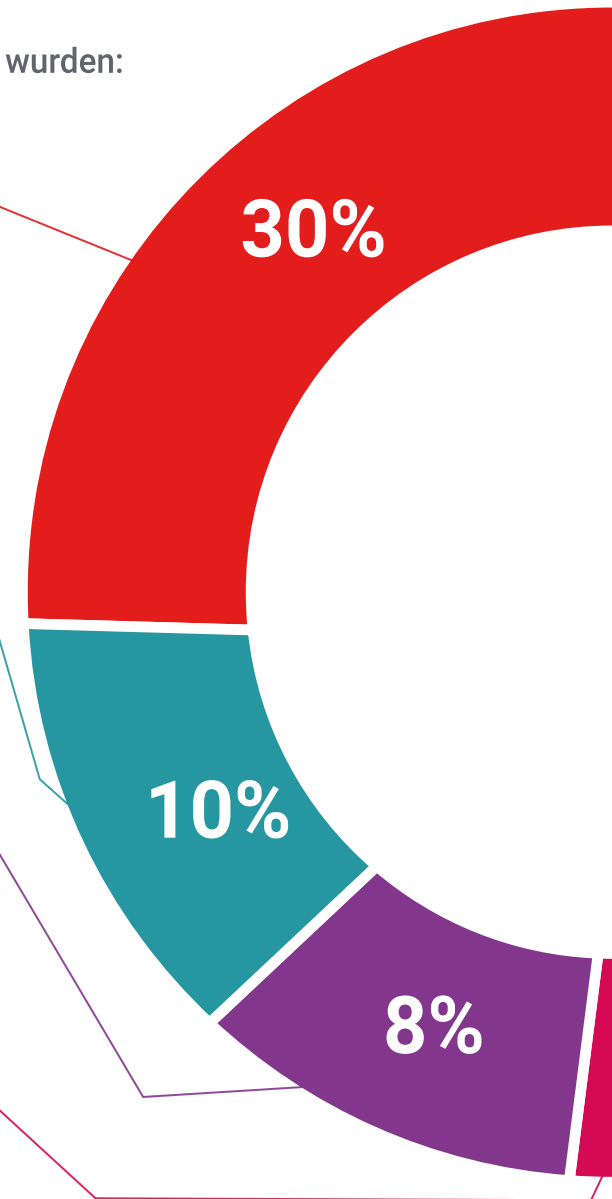
Wir präsentieren die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, Audios, Videos, Bildern, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu festigen.

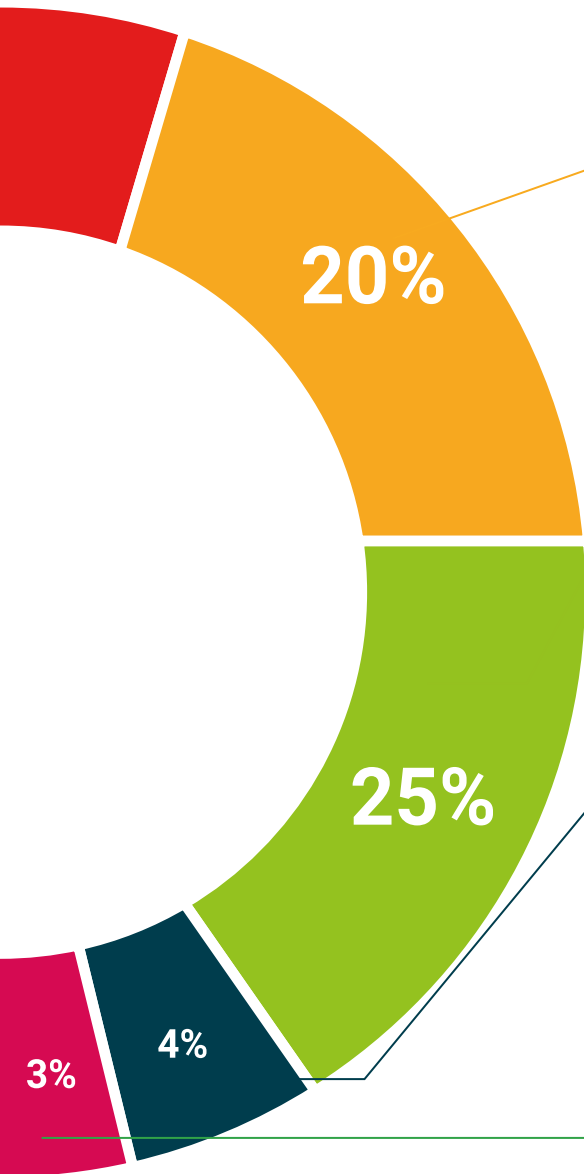
Dieses einzigartige System für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als „Europäische Erfolgsgeschichte“ ausgezeichnet.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente, internationale Leitfäden... In unserer virtuellen Bibliothek haben Sie Zugang zu allem, was Sie für Ihre Ausbildung benötigen.





Case Studies

Sie werden eine Auswahl der besten case studies zu diesem Thema bearbeiten. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Testing & Retesting

Während des gesamten Programms werden Ihre Kenntnisse in regelmäßigen Abständen getestet und wiederholt. Wir tun dies auf 3 der 4 Ebenen der Millerschen Pyramide.



Classes

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt. Das sogenannte Learning from an Expert stärkt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen in unsere zukünftigen schwierigen Entscheidungen.



Quick Action Guides

TECH bietet die wichtigsten Inhalte des Kurses in Form von Arbeitsblättern oder Kurzanleitungen an. Ein synthetischer, praktischer und effektiver Weg, um dem Studenten zu helfen, in seinem Lernen voranzukommen.



06

Qualifizierung

Der Universitätskurs in Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologische Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Dieser **Universitätskurs in Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche** 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 Technologischen 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: **Universitätskurs in Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Wochen**



*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 innovationen
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätskurs

Künstliche Intelligenz und
Robotik in der Modebranche

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Wochen
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätskurs

Künstliche Intelligenz und Robotik in der Modebranche