

大学课程

当今时尚和奢侈品市场的营销管理





大学课程 当今时尚和奢侈品市场 的营销管理

- » 模式:在线
- » 时间:6周
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线
- » 目标群体:希望深入研究奢侈品世界正在出现的新情况、其增长和营销机会的各学科专业人员。

网络访问: www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-certificate/marketing-management-current-fashion-luxury-market

目录

01	02	03	04
欢迎	为什么在TECH学习?	为什么选择我们的课程?	目标
4	6	10	14
	05	06	07
	结构和内容	方法	我们学生的情况
	20	26	34
	08	09	10
	课程管理	对你的职业生涯的影响	对贵公司的好处
	38	42	46
			11
			学位
			50

01 欢迎

每天我们都会收到数以千计的营销影响,其背后有一个漫长的阐述过程。从品牌战略的定义到Gucci为SIMS 4的化身穿衣,在分析、创意、计算和展示方面都有大量的艰苦工作。另一方面,奢侈品行业的营销主要集中在整个社会无法获得的商业化上,即精选和独家产品。由于所有这些原因,这个TECH课程是对市场营销第一阶段的介绍,是我们作为终端用户所知道的所有品牌工作的基础。

简而言之,通过TECH的当前时尚和奢侈品市场的营销管理课程,学生将获得必要的工具来了解营销在公司中的作用,如何设计品牌战略并将其发展为营销计划。



当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程。
TECH科技大学

“

掌握数字环境, 进入商业智能战略, 并将其成功地定位到时尚和奢侈品领域”

02

为什么在TECH学习?

TECH是世界上最大的100%在线商业学校。它是一所精英商学院,具有最大的学术需求模式。一个国际高绩效和管理技能强化培训的中心。



“

TECH是一所站在技术前沿的大学, 它将所有资源交给学生支配, 以帮助他们取得商业成功"

TECH科技大学



创新

该大学提供一种在线学习模式,将最新的教育科技与最大的教学严谨性相结合。一种具有最高国际认可度的独特方法,将为学生提供在不断变化的世界中发展的钥匙,在这个世界上,创新必须是所有企业家的基本承诺。

“由于在节目中加入了创新的互动式多视频系统,被评为“微软欧洲成功案例”。



最高要求

TECH的录取标准不是经济方面的。在这所大学学习没有必要进行大量投资。然而,为了从TECH毕业,学生的智力和能力的极限将受到考验。该机构的学术标准非常高。

95% | TECH学院的学生成功完成学业



联网

来自世界各地的专业人员参加TECH,因此,学生将能够建立一个庞大的联系网络,对他们的未来很有帮助。

+100,000

每年培训的管理人员

+200

不同国籍的人



赋权

学生将与最好的公司和具有巨大声望和影响力的专业人士携手成长。TECH已经与7大洲的主要经济参与者建立了战略联盟和宝贵的联系网络。

+500

| 与最佳公司的合作协议



人才

该计划是一个独特的建议,旨在发挥学生在商业领域的才能。这是一个机会,你可以利用它来表达你的关切和商业愿景。

TECH帮助学生在这个课程结束后向世界展示他们的才华。



多文化背景

通过在TECH学习,学生将享受到独特的体验。你将在一个多文化背景下学习。在一个具有全球视野的项目中,由于该项目,你将能够了解世界不同地区的工作方式,收集最适合你的商业理念的创新信息。

TECH的学生来自200多个国家。

TECH追求卓越,为此,有一系列的特点,使其成为一所独特的大学:



分析报告

TECH探索学生批判性的一面,他们质疑事物的能力,他们解决问题的能力和他们的人际交往能力。



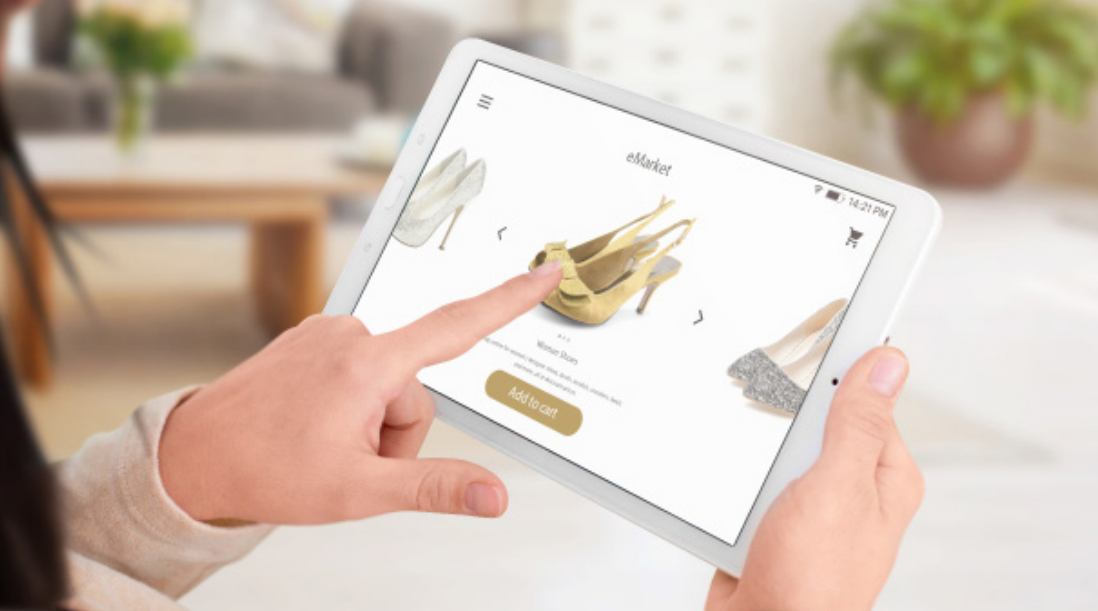
优秀的学术成果

TECH为学生提供最好的在线学习方法。大学将再学习方法(国际公认的研究生学习方法)与哈佛大学商学院的案例研究相结合。传统和前卫在一个艰难的平衡中,在最苛刻的学术行程中。



规模经济

TECH是世界上最大的网上大学。它拥有超过10,000个大学研究生课程的组合。而在新经济中,数量+技术=颠覆性价格。这确保了学习费用不像在其他大学那样昂贵。



向最好的人学习

TECH教学团队在课堂上解释了导致他们在其公司取得成功的原因,在一个真实、活泼和动态的环境中工作。全力以赴提供优质专业的教师,使学生在事业上有所发展,在商业世界中脱颖而出。

来自20个不同国籍的教师。



在TECH,你将有机会接触到学术界最严格和最新的案例研究"

03

为什么选择我们的课程？

完成科技课程意味着在高级商业管理领域取得职业成功的可能性倍增。

这是一个需要努力和奉献的挑战，但它为我们打开了通往美好未来的大门。学生将从最好的教学团队和最灵活、最创新的教育方法中学习。



“

我们拥有最著名的教师队伍和市场上最完整的教学大纲,这使我们能够为您提供最高学术水平的培训”

该方案将提供众多的就业和个人利益,包括以下内容。

01

对学生的职业生涯给予明确的推动

通过在TECH学习,学生将能够掌握自己的未来,并充分开发自己的潜力。完成该课程后,你将获得必要的技能,在短期内对你的职业生涯作出积极的改变。

本专业70%的学员在不到2年的时间内实现了职业的积极转变。

02

制定公司的战略和全球愿景

TECH提供了一般管理的深刻视野,以了解每个决定如何影响公司的不同职能领域。

我们对公司的全球视野将提高你的战略眼光。

03

巩固高级商业管理的学生

在TECH学习,为学生打开了一扇通往非常重要的专业全景的大门,使他们能够将自己定位为高级管理人员,对国际环境有一个广阔的视野。

你将在100多个高层管理的真实案例中工作。

04

承担新的责任

在该课程中,将介绍最新的趋势、进展和战略,以便学生能够在不断变化的环境中开展专业工作。

45%的参训人员在内部得到晋升。

05

进入一个强大的联系网络

TECH将其学生联系起来,以最大限度地增加机会。有同样关注和渴望成长的学生。你将能够分享合作伙伴、客户或供应商。

你会发现一个对你的职业发展至关重要的联系网络。

06

以严格的方式开发公司项目

学生将获得深刻的战略眼光,这将有助于他们在考虑到公司不同领域的情况下开发自己的项目。

我们20%的学生发展自己的商业理念。

07

提高软技能和管理技能

TECH帮助学生应用和发展他们所获得的知识,并提高他们的人际交往能力,使他们成为有所作为的领导者。

提高你的沟通和领导能力,为你的职业注入活力。

08

成为一个独特社区的一部分

学生将成为由精英经理人、大公司、著名机构和来自世界上最著名大学的合格教授组成的社区的一部分:TECH科技大学社区。

我们给你机会与国际知名的教授团队一起进行专业学习。

04 目标

这个大学课程旨在加强了解市场营销在公司中的作用, 如何设计品牌战略并将其发展成一个营销计划。因此, 这个课程的学生将了解文化遗产对营销活动、奢侈品和消费者心理的影响, 明白一件出售的服装只是一个视觉信息, 从全球的角度直接发射到一个社会的潜意识。你将获得必要的工具来设计一个专注于新的潜在消费者的品牌战略。



你将获得特别是市场营销和整个公司的愿景, 这将使你能够成功地发展你的职业生涯"

TECH 会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程将培训学生：

01

学习西方和东方文化, 以便正确制定消费者档案和国际营销活动

03

了解新的数字营销工具的进展

02

发现品牌-战略-消费者三者之间的关系

04

掌握与奢侈品营销的可持续性和创新有关的批判性思维



05

扩大分析品牌的商业情景的能力

07

发展战略技能以适应新的劳动力市场



06

改善商业和业务发展方面的决策

08

根据客户、品牌和市场需要,制定正确的营销计划

09

根据奢侈品行业规划营销行动, 在短期和长期内提供有利可图的解决方案

10

学习如何向整个社会投射品牌的特性

11

知道如何建立可预测的、灵活的、可持续的营销模式, 保证奢侈品的生存和影响





12

发现公共关系的演变和最新的市场趋势,了解公关对奢侈品营销的说服力,以及社交媒体在沟通策略中的作用

13

你将获得必要的工具来了解市场营销在公司中的作用,如何设计品牌战略并将其发展成一个市场营销

14

深入了解财务和销售概念,以帮助了解和监督营销工作的开展情况

05

结构和内容

当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程是由该行业的专家制定的,他们将自己的知识和工作经验融入到一个完整和最新的教学大纲中。在社交网络和视频游戏作为品牌新的虚拟销售环境的推动下,它审视了该行业的最新发展。其100%的在线形式将允许学生在最适合他们的时间和地点、日程安排和兴趣的情况下学习,在短短的6周内,他们将获得行业所要求的高质量学位。





通过这个TECH大学课程加深你对时尚营销的了解,并在虚拟环境中为自己和你的企业定位"

教学大纲

当今高度全球化的竞争环境迫使公司创造高效的工作环境以实现其目标。为此，公司必须使用最好的工具来实现有竞争力和高效的管理水平，以便能够随时适应市场的需求。这个大学方案教授实现这种适应所需的工具和知识，并能够在最佳条件下进行竞争。

由于需要不断适应环境的变化，而这些变化可能是各种各样的，因此，公司有必要作为一个适应性系统行事。为此，所有专业人员，即使他们只负责公司的一个领域，也必须了解对其他领域的最重要的是对最终客户的影响。换句话说，它必须有横向的知识。

TECH科技大学的当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程是一个强化课程，为学生提供必要的工具，以掌握时尚界的管理与销售思维。因此，该计划的内容旨在促进这项服务所需技能的发展。

这个大学课程深入探讨了奢侈品的经济体系和行业目前的发展势头，并特别强调了新的数字平台。该行业最好的专家设计了一个专业人员将从战略、国际和创新的角度发展的教学大纲，目的是使学生能够在时尚和奢侈品这样一个竞争激烈的领域取得优异成绩。

这个大学课程为期6个星期，分为1个内容模块：

模块1

当今时尚和奢侈品市场的营销管理



在哪里,什么时候,如何进行?

TECH提供了完全在网上发展这个 当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程 的可能性。在培训持续的6个星期天中,你可以学生将能够访问本课程的所有内容,这将使你能够自我管理你的学习时间。

一次独特,关键和决定性的培训经历,对推动你的职业发展和迈出最后的飞跃至关重要。

模块1. 当今时尚和奢侈品市场的营销管理

1.1. 奢侈品的经济体系

- 1.1.1. 奢侈品行业营销的关键行业
- 1.1.2. 营销基准
- 1.1.3. 营销管理

1.2. 商业智能

- 1.2.1. 时尚市场的战略和战术
- 1.2.2. 短期和长期之间的平衡
- 1.2.3. 在数字时代与所有人交谈

1.3. 适用于当今行业的销售动力和杠杆

- 1.3.1. 营销组合和营销的 4 Ps
- 1.3.2. 波特的5种力量
- 1.3.3. 一些类型的营销

1.4. 新市场中的竞争优势方法

- 1.4.1. 奢侈品和时尚市场
- 1.4.2. 新的竞争趋势
- 1.4.3. 品牌在时尚市场上的意义时尚市场的商标管理

1.5. 特定和情境化营销计划的结构

- 1.5.1. 奢华的节奏
- 1.5.2. 奢华的节奏
- 1.5.3. MART: 成功的目标

1.6. 启动: 挽救实践陷阱

- 1.6.1. 行动步骤
- 1.6.2. 甘特图
- 1.6.3. 监测、控制和偏差

1.7. 新的显示方式营销策划

- 1.7.1. 奢侈品品牌介绍
- 1.7.2. 视听资源选择
- 1.7.3. 营销意图

1.8. 时尚和奢侈品品牌的实际预算

- 1.8.1. 销售预测作为计划的杠杆
- 1.8.2. 奢侈产品的成本控制
- 1.8.3. 适合该行业的预算时尚

1.9. 当前行业中产品或服务的正确价格

- 1.9.1. 影响价格的参数时尚
- 1.9.2. 产品推广决策
- 1.9.3. 太空出口的钥匙

1.10. 移动营销与游戏化

- 1.10.1. 奢侈品行业的WhatsApp营销
- 1.10.2. 电子游戏作为时尚的销售场景
- 1.10.3. 从模拟人生2 中的H&M到 模拟人生4中的古驰



06 方法

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

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



“

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

TECH商学院使用案例研究来确定所有内容的背景

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

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇
世界各地传统大学基础的学习方式”



该课程使你准备好在不确定的环境中
面对商业挑战, 使你的企业获得成功。



我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战,并取得事业上的成功。

一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的培训课程,从头开始创建,为国内和国际最高水平的管理人员提供挑战和商业决策。由于这种方法,个人和职业成长得到了促进,向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的基础的技术,确保遵循最新的经济,社会和商业现实。

“

你将通过合作活动和真实案例,学习如何解决真实商业环境中的复杂情况”

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

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

再学习方法

TECH有效地将案例研究方法与基于循环的100%在线学习系统相结合, 在每节课中结合了个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究:再学习。

我们的在线系统将允许你组织你的时间和学习节奏, 使其适应你的时间表。你将能够从任何有互联网连接的固定或移动设备上获取容。

在TECH, 你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为再学习。

我们的商学院是唯一获准采用这种成功方法的西班牙语学校。2019年, 我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量, 材料质量, 课程结构, 目标.....), 与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。



在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

再学习将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像y记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



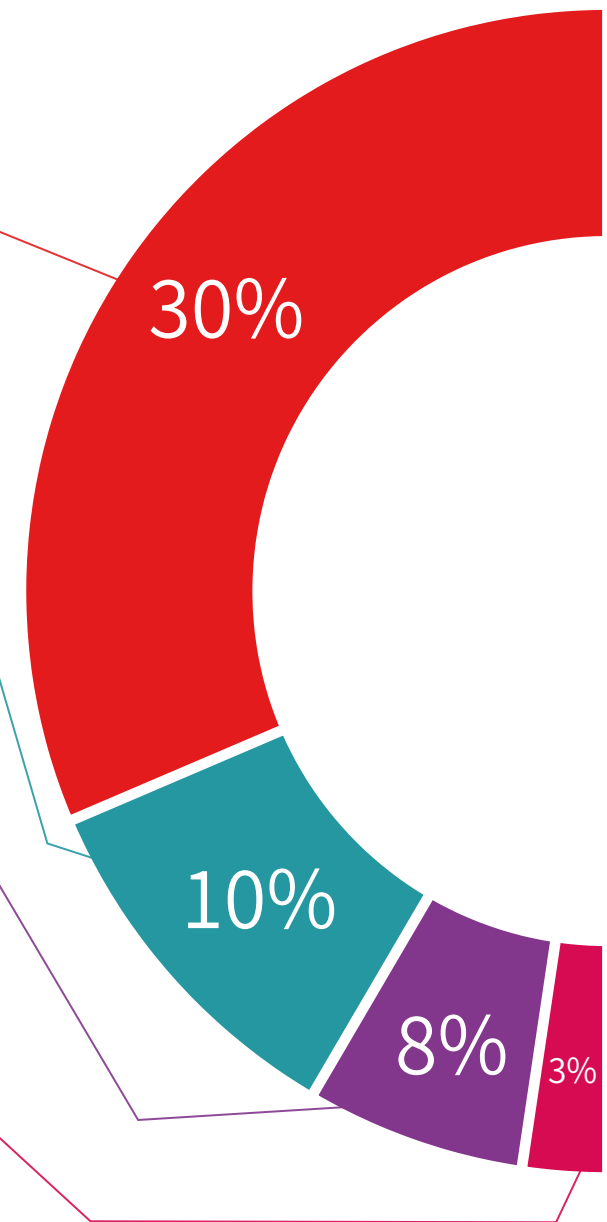
管理技能实习

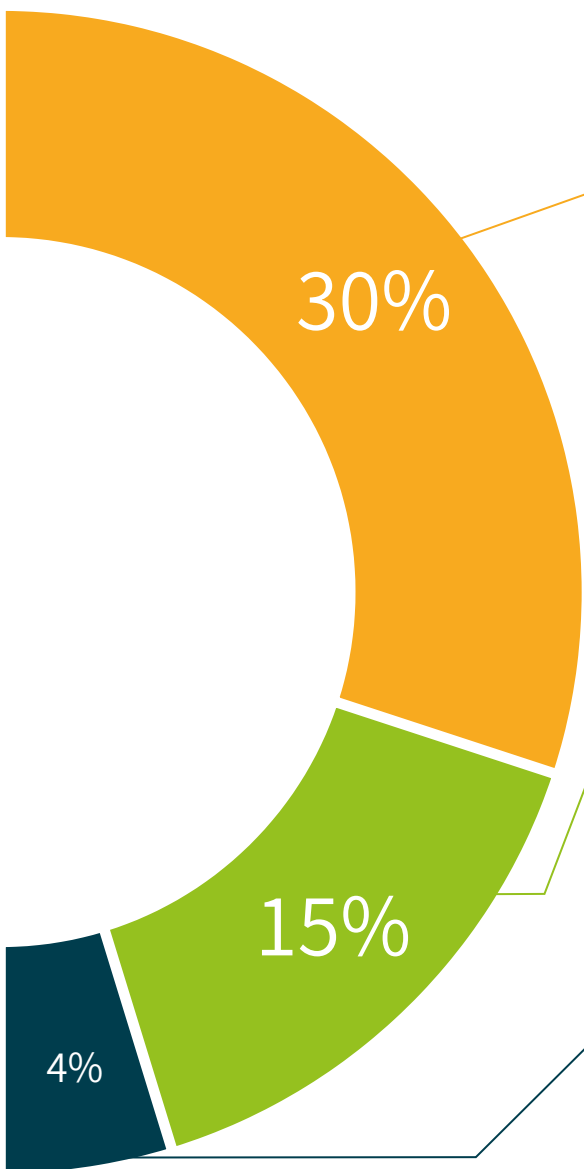
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的高级管理专家介绍,分析和辅导的案例。



互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。



07

我们学生的情况

这个大学课程是为那些希望深入了解奢侈品世界正在出现的新情况的专业人士和不同学科的学生设计的,那些能够为增长和营销提出挑战和机会的人。它特别关注那些想在当前的时尚和奢侈品市场上更新其内容并深入研究新的营销理念的人。因此,没有单一的情况,因为学生群体是多样化的,来自不同的部门,有共同的兴趣:市场营销、时尚和奢侈品,这些兴趣转化为不同层次的时尚产业管理的不同职业。



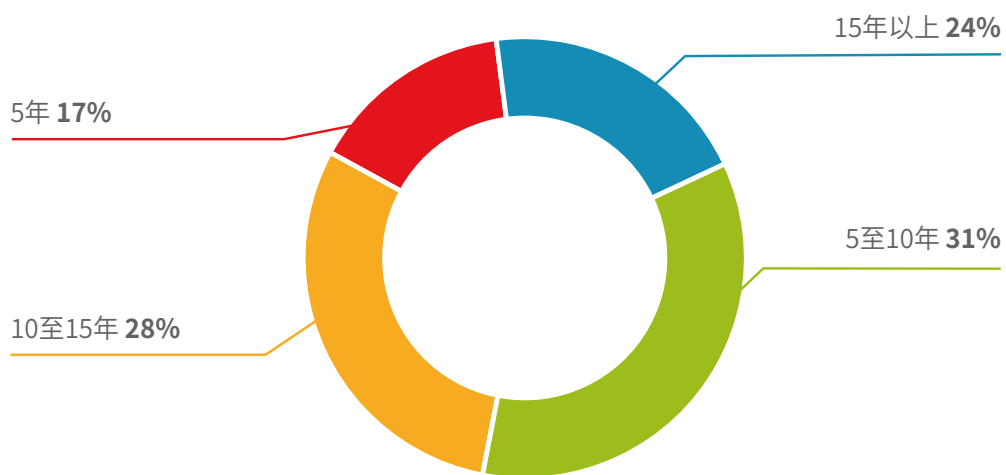


专注于此大学课程, 你将成功地管理线下和线上的时尚活动"

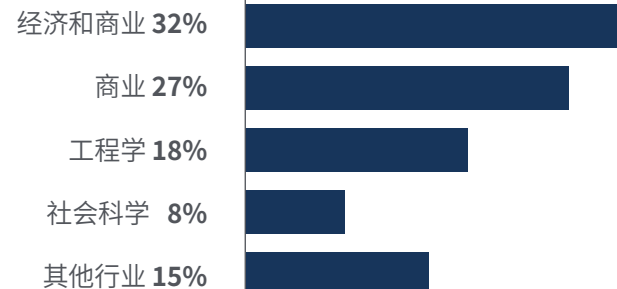
平均年龄

35岁至**45**岁之间

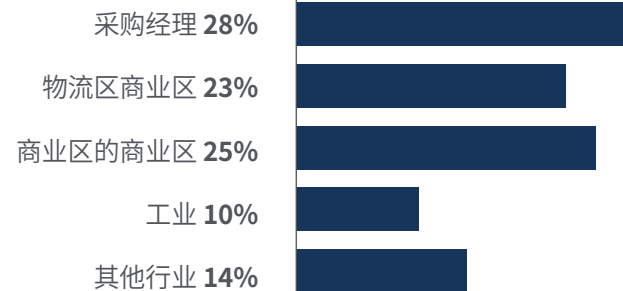
经验年限



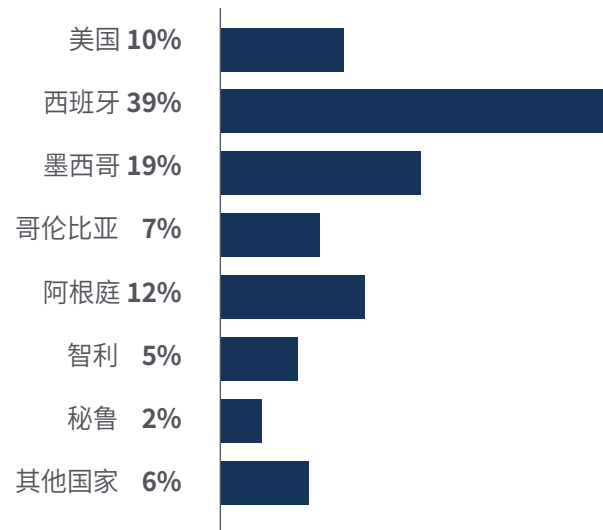
培训



学术概况



地域分布



Úrsula Carujo

影响者经理

"我决定跨入影响者管理领域, 为此我缺乏制定强大产品推广策略所需的营销工具。这就是为什么我决定学习这个大学课程, 这也让我对所有需要考虑的金融概念有了深入的了解"

08

课程管理

该课程的教学人员包括时尚和奢侈品营销领域的领先专家,他们将自己的工作经验和与独家环境相关的职业关系带到了这个教学大纲。相关领域公认的其他专家也参与其设计和准备,以跨学科的方式完成文凭的教学大纲,使其成为一种独特的经验,使学生通过这种培训达到预期的目标。





向领先的专业人士学习时尚市场的最新趋势，
成为该领域的专家"

国际客座董事

Andrea La Sala 是一位经验丰富的营销执行者，她在时尚领域的项目产生了显著影响。在她成功的职业生涯中，她涉及了与产品、商品陈列和传播相关的多项任务。所有这些工作都与像Giorgio Armani、Dolce&Gabbana、Calvin Klein等知名品牌密切相关。

这位国际知名的高级管理者的成果与她证明过的能力密切相关，即在清晰的框架内综合信息并执行与特定商业目标一致的具体行动。此外，她以其积极主动性、对高节奏工作环境的适应能力以及对产品的深厚商业意识而闻名。

作为Giorgio Armani的全球品牌与商品陈列总监，她监督了多个营销策略，涉及服装和配饰。此外，她的策略集中在零售环境和消费者需求及行为。在这一职位上，La Sala 还负责在不同市场上配置产品营销，担任设计、传播和销售部门的团队领导。

此外，在Calvin Klein和Gruppo Coin等公司，她领导了推动多个系列的结构、发展和营销的项目。同时，她负责创建有效的购买和销售活动日历。同样，她管理了各种运营的条款、成本、流程和交货期限。

这些经验使Andrea La Sala 成为时尚和奢侈品领域中最重要和最有资格的企业领导者之一。作为高级管理者，她成功地实施了不同品牌的积极定位并重新定义了它们的关键绩效指标（KPI）。



Andrea La Sala 先生

- ◆ Giorgio Armani 的 Armani Exchange 全球品牌与商品陈列总监，意大利米兰
- ◆ Calvin Klein 的商品陈列总监
- ◆ Gruppo Coin 的品牌经理
- ◆ Dolce&Gabbana 的品牌经理
- ◆ Sergio Tacchini S.p.A. 的品牌经理
- ◆ Fastweb 的市场分析师
- ◆ 毕业于 Piedmont 东部大学的商业与经济学专业

“

感谢 TECH，你将能够与世界上最优秀的专业人士一起学习”

地址



女士García Barriga, María

- ◆ 数字营销专家
- ◆ 在不同类型的内容生成方面有超过15年的经验: 物流和分销、时尚和文学或艺术遗产保护
- ◆ 她曾在RTVE和Telemadrid等主要媒体工作
- ◆ 毕业于UCM信息科学专业
- ◆ UCM时尚和奢侈品业务的营销和传播研究生
- ◆ 纳瓦拉大学时尚商学院ISEM的MBA
- ◆ 时尚潮流创作博士生
- ◆ 永恒模式的作者: 为时尚趋势自动化创造螺旋式身份

教师

女士Ragel Mármol, Marta

- ◆ 新闻学专业毕业生
- ◆ 媒体专家, 包括她在联合国总部为瑞士埃菲社工作的一年, 当时她有机会报道与奢侈品世界有关的不同主题, 如巴塞尔世界钟表展, 这是专注于钟表和珠宝业的最重要的国际贸易博览会之一。
- ◆ 圣巴勃罗中欧大学企业传播专业的正式硕士学位
- ◆ 在著名的Brains国际学校集团和独家美容机构Maribel Yébenes的经验, 她在那里领导创建了其第一个电子商务, 并在马德里以外的地方开设了其40多年历史中的第一个中心。



09

对你的职业生涯的影响

TECH意识到,采取这些特点的课程是一项巨大的经济、专业,当然也包括个人投资。这项工作的最终目标是使学生能够在专业方面得到成长。TECH希望成为专业人员学术过程的一部分,为此,它将在成功的道路上陪伴你,提供不同的工具、知识和方法,以促进你的卓越。出于这个原因,采取这个方案是实现拟议目标的最佳选择。



“

在工作环境中提高你的技能, 要感谢这个
时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程”

你准备好迈出这一步了吗? 卓越的职业提升在等着你

TECH的当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程是一个强化课程,培养学生面对挑战,做出重要的创造性和战略性决策,以实现他们的目标。帮助你成功不仅是TECH的目标,也是TECH的目标:为所有人提供精英教育。

如果你想提高自己,在专业水平上实现积极的变化,并与最好的人交流,这里就是你的地方。

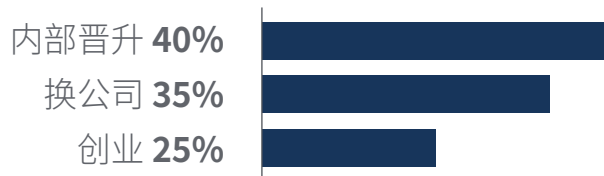
不要错过与我们合作的机会,
我注意到你所寻找的改进。

如果你想在你的职业中
做出积极的改变,当今
时尚和奢侈品市场的营
销管理大学课程将帮助
你实现这一目标。

改变的时候到



改变的类型



工资提高

完成这个课程后, 我们学生的工资会增长超过25.22%。



10

对贵公司的好处

当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程有助于提高员工专注于当今时尚界管理的可能性。劳动力的技能越高,公司就越好。事实证明,一个合格的团队推动了目标的实现,这就是为什么同一公司的专家培训有助于其员工的专业成长,从而促进了卓越。因此,这个TECH课程是一个独特的机会,让公司在其团队中拥有最优秀的人才,成为360度专业人才的产生者。



“

通过这个“当今时尚和奢侈品市场的营销管理文凭”来激励你的员工,使你的业务蓬勃发展。

培养和留住公司的人才是最好的长期投资。

01

人才和智力资本的增长知识资本

该专业人员将为公司带来新的概念、战略和观点,可以为组织带来相关的变化。

02

留住高潜力的管理人员,避免人才流失

这个计划加强了公司和经理人之间的联系,并为公司内部的职业发展开辟了新的途径。

03

培养变革的推动者

你将能够在不确定和危机的时候做出决定,帮助组织克服障碍。

04

增加国际扩张的可能性

由于这一计划,该公司将与世界经济的主要市场接触。



05

开发自己的项目

可以在一个真实的项目上工作, 或在其公司的研发或业务发展领域开发新。

06

提高竞争力

该课程将使具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

11 学位

当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程除了保证最严格和最新的培训外，还可以获得由TECH科技大学颁发的大学课程学位证书。



“

顺利完成该课程并获得大学课程, 无需旅行
或文书工作的麻烦”

这个**当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程**包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**大学课程**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在大学课程获得的资格, 并将满足工作交流, 竞争性考试和专业职业评估委员会的普遍要求。

学位:**当今时尚和奢侈品市场的营销管理大学课程**

官方学时:**150小时**





大学课程

当今时尚和奢侈品市场的 营销管理

- » 模式:在线
- » 时间:6周
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

大学课程

当今时尚和奢侈品市场的营销管理

