

大学课程

时尚和奢侈品市场的新互动



大学课程 时尚和奢侈品市场的新互动

- » 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/new-interactions-fashion-luxury-markets

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
<hr/>	<hr/>	<hr/>	<hr/>
4	6	10	14
	05	06	07
	结构和内容	方法	我们学生的情况
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	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
	<hr/>	<hr/>	<hr/>
	38	42	46
			11
			学历
			<hr/>
			50

01 欢迎

时尚和奢侈品市场的新互动课程深入研究了公共关系和社会媒体作为加强奢侈品行业营销战略的元素的作用。为此，将发展公关传播模式的演变和说服力传播在营销环境中的重要性，以及社交网络作为数字营销战略的主要工具在奢侈品行业的作用和形式。

然而，由于这个TECH课程，学生还将学习后Covid-19时期奢侈品公关的新趋势，加强数字和个人互动，促进良好的实践。



时尚和奢侈品市场的新互动大学课程。
TECH科技大学



在后Covid-19时代, 我们比以往任何时候都更注重数字社会。通过这个课程, 你将掌握情感交流技术和应用于在线时尚消费的神经营销"

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:



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”



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。

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

这个大学课程的目标是解决时尚行业的新趋势以及当今品牌与客户之间存在的新的互动形式。大流行的情况改变了消费者的购物行为,而这种行为越来越数字化。因此,社交媒体已成为品牌推动销售的理想媒介。了解导致消费者购买奢侈品的动机、欲望、需求或理由是什么,以及他们今天是如何购买的,将是分析潜在销售策略的关键。由于这个大学课程,学生将获得必要的工具来了解市场营销在公司中的作用,或如何通过公关设计一个专注于新的潜在消费者的品牌战略。



你将深入研究当今奢侈品牌在营销活动中使用的主要社交网络, 并分析其优势和局限性, 以便获得成功"

TECH 会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

时尚和奢侈品市场的新互动大学课程将培训:

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

深入研究影响，以及这在营销战略中的好处

14

深入了解目前用于品牌营销活动的主要社交网络，其优势和局限

05

结构和内容

当今时尚和奢侈品市场的新互动大学课程是由该行业的变好专家制定的,他们将自己的知识经验融入到一个完整和最新的教学大纲数字化中。它着眼于该领域的最新发展,如品牌考虑到他们的多元、全球和数字受众,甚至在Covid-19的影响之后更加如此。此外,其100%的在线形式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,而且只需6周就能获得高质量的学位。



在竞争中抢占先机,与微流媒体人一起制定战略,这是时尚界不断增长的趋势"

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。这个大学课程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科技大学的时尚和奢侈品市场的新互动大学课程,为你通过预测性营销的新技术掌握时尚行业的情况做好准备。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不同社交媒体平台上的数字语言对时尚品牌销售预测的影响、当前的趋势和新消费者的概况等。在这个教学大纲中,由该行业最好的专家设计的高质量内容,专业人士将从战略、国际和创新的角度来发展,目的是使学生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

奢侈品和时尚市场的新互动

在哪里,什么时候,如何进行?

TECH提供了完全在网上发展这个时尚和奢侈品市场的新互动大学课程的可能性。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。

一个独特的、关键的、决定性的教育经历,以促进你的专业发展,实现明确的飞跃。

模块1.奢侈品和时尚市场的新互动

1.1. PR在时尚品牌中的作用

- 1.1.1. 奢侈品行业中的公共关系
- 1.1.2. 格鲁宁和亨特模式
- 1.1.3. 公关模式 5

1.2. 战略信息

- 1.2.1. 信息的说服力成分
- 1.2.2. RRPP的作用与营销和广告的作用
- 1.2.3. 选择传播行动的标准

1.3. PR的衡量标准

- 1.3.1. 监测公共关系的需要
- 1.3.2. 剪辑和VPE工具
- 1.3.3. 奢侈品公司的定性评估

1.4. RRPP领域需要避免的错误

- 1.4.1. M大众媒体不再是唯一的
- 1.4.2. 过多的内容和缺乏相关性
- 1.4.3. 即兴发挥vs.规划

1.5. 新型冠状病毒后奢侈品RRPP的新趋势

- 1.5.1. 比以往任何时候都更“社交”，数字和个人互动
- 1.5.2. 情感传播与神经营销
- 1.5.3. 当前消费者的关键见解

1.6. 社交媒体营销

- 1.6.1. 互联网:数字互动的门户
- 1.6.2. 社交网络作为千年观众最喜欢的频道
- 1.6.3. 品牌大使

1.7. 数字营销战略:时尚和奢侈品影响力营销

- 1.7.1. 在社交网络领域的影响
- 1.7.2. 管理新的数字领袖:时尚影响者
- 1.7.3. 微观影响者及其增长计划

1.8. 视听内容的整合:YouTube和TikTok

- 1.8.1. 非语言沟通的市场份额不断增加
- 1.8.2. 视听内容创作的民主化
- 1.8.3. 视听内容创作中的期望值管理

1.9. 对社区的影响:Facebook和Instagram

- 1.9.1. 横向沟通
- 1.9.2. 社区利益
- 1.9.3. 情感信息和移情管理

1.10. 个人品牌战略:LinkedIn和Twitter

- 1.10.1. 公司简介的大橱窗
- 1.10.2. 当竞争是你的朋友
- 1.10.3. 标题的影响:从深入到轻松



Youtube、Tik Tok、Facebook和Instagram:
在为一个时尚品牌开发营销活动时,学习
它们的共同点和不同点"

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。



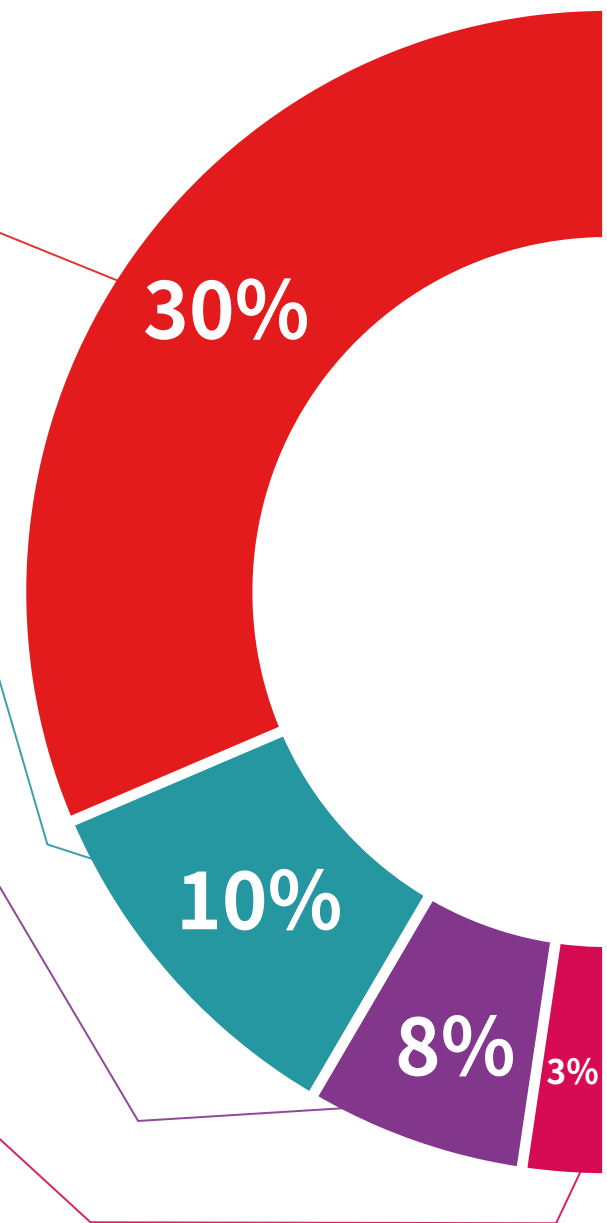
管理技能实习

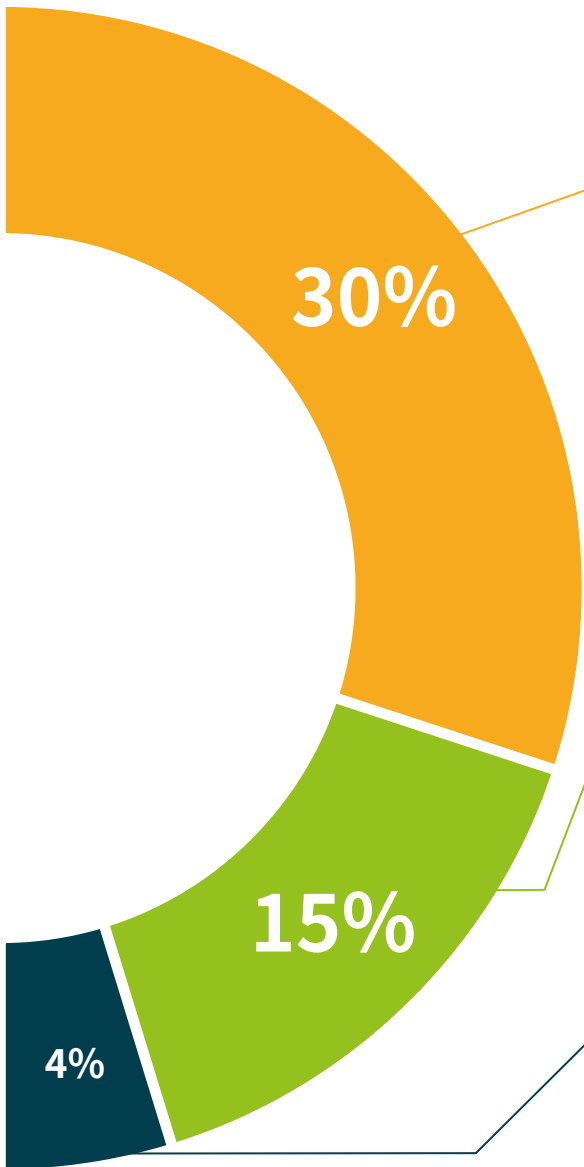
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

这个大学课程是为来自不同学科的专业人士和学生设计的,他们希望加深对以客户为中心的营销策略的了解,以及对产生产品需求的战略计划的构思,以促进不同的时尚销售渠道。

因此,没有单一的资料,尽管它更侧重于营销、广告、通信或在线业务专业人士,简而言之,侧重于数字公关,如社交媒体经理和社区经理。该课程将使他们能够深入了解奢侈品行业的营销知识,并使他们能够在创造性和分析性人才之间找到平衡点,以灵活应对经济和社会变化。

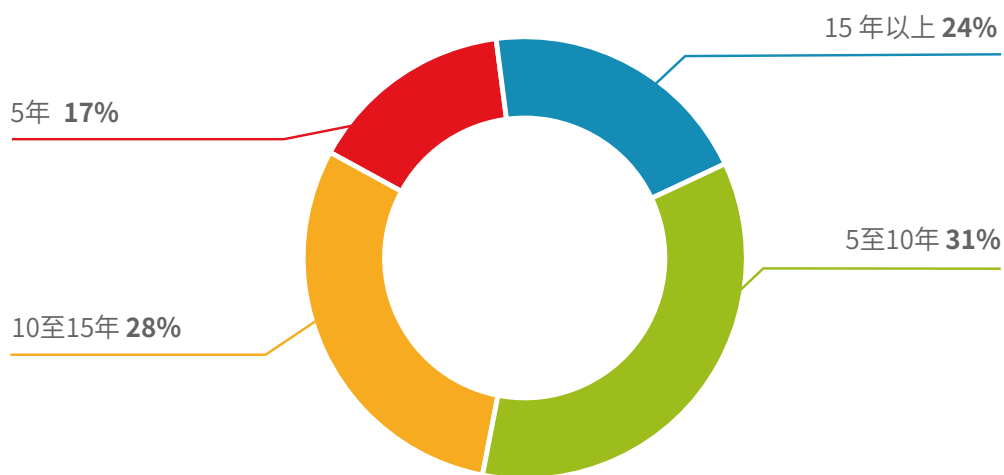
“

你将成为避免公关领域最常见错误的专家，
如内容太多或者在制定战略时缺乏重点”

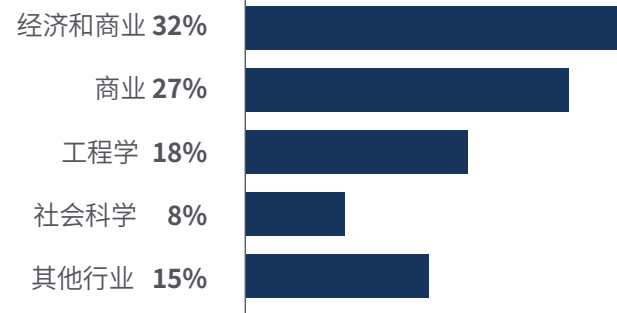
平均年龄

35岁至45岁之间

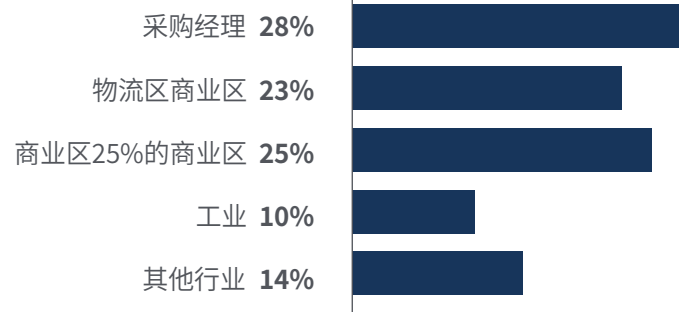
经验年限



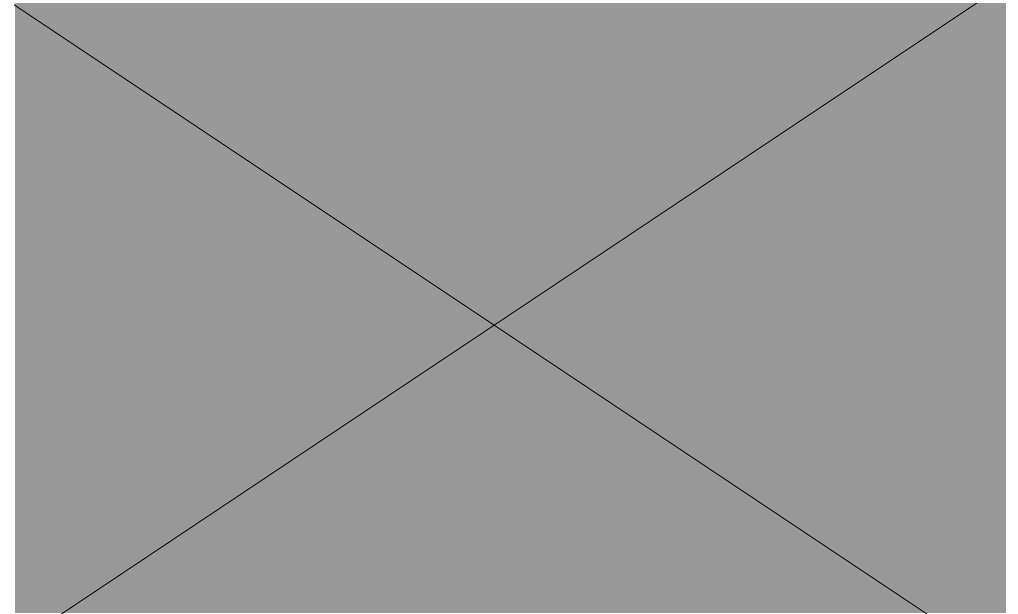
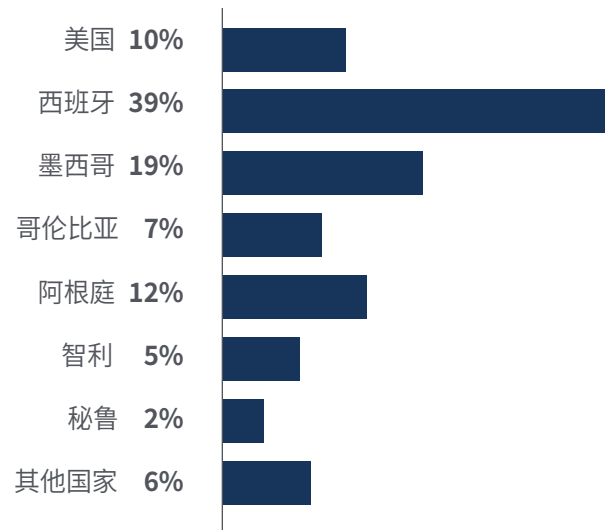
培训



学术概况



地域分布



Aurora Contreras

社交媒体经理

"我需要更新我的沟通技巧, 通过社交媒体掌握客户联系, 以扩大我工作的品牌的潜在受众, 这个TECH课程教会了我需要知道的一切"

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联系的职业关系带到这个课程中,特别是对社交网络和公关策略的掌握。相关领域公认的其他专家也参与其设计和准备工作,以跨学科的方式完成该课程的教学大纲,使其成为一种独特的经验,使学生通过该课程达到预期的目标。



本大学课程的专业人员将为您提供管理新的数字领导者的钥匙:时尚影响者"

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）。



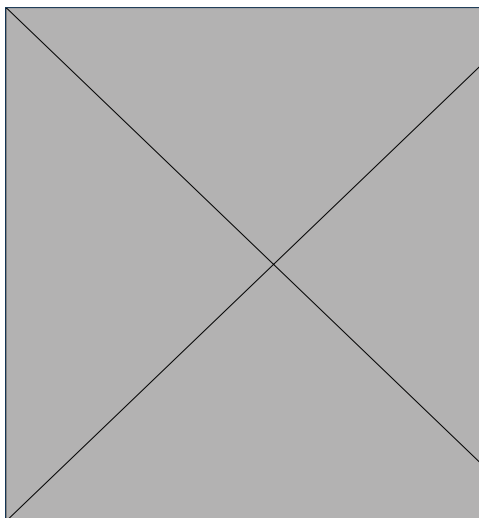
Andrea La Sala 先生

- ◆ 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”

管理人员



García Barriga, María 女士

- ◆ 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

Campos Bravo, Ignacio先生

- ◆ 在Loyola Andalucía大学获得传播学学位, 拥有信息媒体和企业传播的双重专业
- ◆ ISEM的时尚商业管理行政硕士学位
- ◆ 她曾在小型媒体和通信机构工作在Loewe香水的多品牌渠道中从事销售点管理

09

对你的职业生涯的影响

TECH意识到,采取这些特点的方案是一项巨大的经济、专业,当然也包括个人投资。这项工作的最终目标是帮助你在职业上的成长,TECH希望在你通往成功的道路上陪伴你,通过卓越的表现。这就是为什么参加这个课程是你可以采取的最佳选择,以实现它。



了解更多关于公关在时尚品牌中的作用和奢侈品行业中的公关情况,并增强你的职业道路"

你准备好迈出这一步了吗? 卓越的职业提升在等着你

TECH的时尚和奢侈品市场的新互动大学课程是一个强化培养学生面对挑战,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。

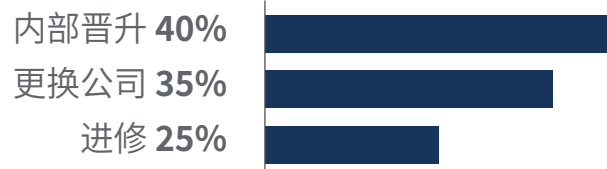
不要错过TECH为你提供的机会,并以未来的预测来参加这个项目。

如果你想在你的职业中做出积极的改变,时尚和奢侈品市场新互动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



更好的薪水

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

时尚和奢侈品市场的新互动大学课程有助于提高员工专注于完善客户服务战略的可能性,这要归功于公共关系,特别是通过社交网络的可能性;这是今天掌握销售和在该行业内更新的关键知识。有了熟练的劳动力来履行这些职能,公司就会为实现其目标进行投资。他们为员工的专业成长做出了贡献,从而促进了卓越的发展。因此,该计划对公司来说是一个独特的机会,使他们的团队拥有最优秀的人才。

“

它促进卓越。依靠这个TECH大学课程的最佳和最合格的工作人员,让你的产品在社交网络上落地”

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

该课程将使学生具备接受新挑战的技能, 从而促进组织的发展。

11 学历

时尚和奢侈品市场的新互动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**时尚和奢侈品市场的新互动校级硕士**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**校级硕士学位**。

学位由**TECH科技大学**颁发, 证明在校级硕士学位中所获得的资质, 并满足工作交流, 竞争性考试和职业评估委员会的要求。

学位:**时尚和奢侈品市场的新互动校级硕士**

官方学时:**150小时**。





大学课程

时尚和奢侈品市场的新互动

- » 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

时尚和奢侈品市场的新互动