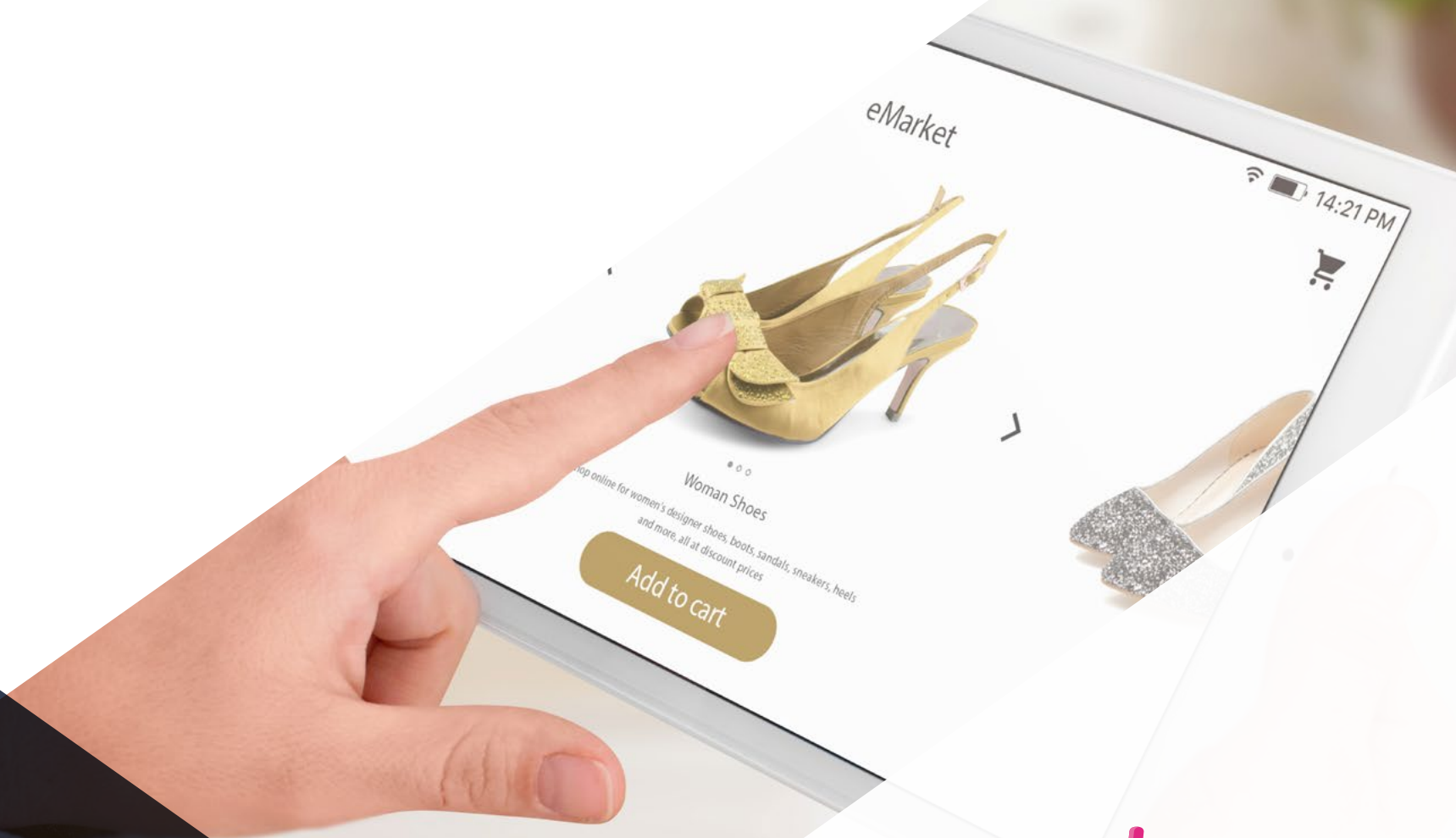


专科文凭

时尚与奢侈品营销自动化





专科文凭 时尚与奢侈品营销自动化

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

网络访问: www.techtitute.com/cn/school-of-business/postgraduate-diploma/postgraduate-diploma-marketing-automation-fashion-luxury

目录

01 欢迎	02 为什么在TECH学习?	03 为什么选择我们的课程?	04 目标
4	6	10	14
	05 结构和内容	06 方法	07 我们学生的情况
	20	28	36
	08 课程管理	09 对你的职业生涯的影响	10 对贵公司的好处
	40	46	50
			11 学历
			54

01 欢迎

这些年来,奢侈品和时尚界的营销变得越来越复杂。随着通信方式的不断发展,这些产品的传播和销售方式也需要转变,以适应不断涌现的新市场和新客户。因此,随着新技术在营销过程中的应用以及对潜在销售利基的调查,这一技术资格应运而生,学生们将能够学习到营销自动化的基础知识,从而在时尚和奢侈品领域脱颖而出,并有志于担任重要的技术或管理职位。



时尚与奢侈品营销自动化专科文凭。
TECH科技大学



“

通过本专科文凭学习 TECH
为您提供的知识,为您的营销
技巧注入创新和前卫的元素”

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

时尚与奢侈品营销自动化专科文凭的目标是向学生传授当前最前沿的营销技术,其中包括人工智能和数据分析,它们是最现代传播战略的基本支柱。学生还将了解新型数字营销,以及控制和监控自己的营销活动和项目的不同工具。



“

多亏了这所专科文凭, 您将能够成功
规划数字化, 了解和评估技术市场为
时尚产业提供的不同建议和进步”

TECH 会把学生的目标作为自己的目标。
与学生们共同致力。

时尚与奢侈品营销自动化专科文凭将培训学生：

01

了解 标语横幅作为品牌信息

02

研究大众传媒的遗产 大众传媒 及其在全球化社会营销中的作用

03

使用客户关系管理 (CRM) 和内容管理系统 (CMS) 工具, 实现客户沟通自动化

04

了解参与衡量、创建和建立基于品牌识别的高效和有效指标过程的行为者



05

应用关键指标, 确定定性和定量变量之间的界限

06

评估所选择的分析方法, 并将结果应用于品牌行动

07

预测以下指标的结果, 以最大限度地减少风险

08

制定并提交一份针对时尚行业的仪表板和进度报告, 确定沟通渠道



09

调整领导重点, 提高管理效率

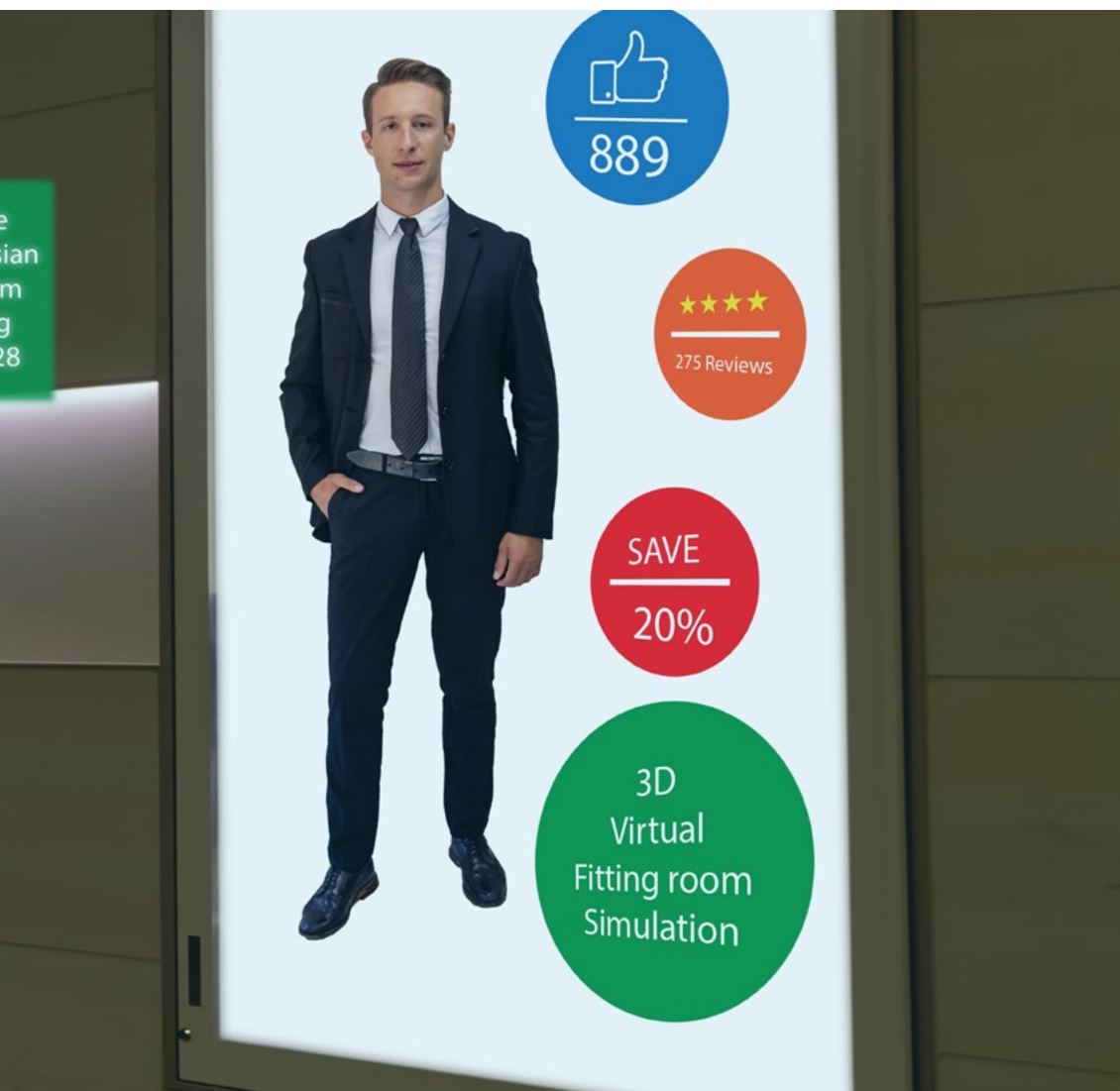
10

面对组织内部和/或外部的变化, 减少不确定性

11

理解危机解决过程和沟通经理在困难时期的作用





12

为社会网络和大众媒体组织你自己的话语，
并与之保持一致与公司的价值观保持一致

13

将可持续发展和数字化转型融入传播战略，
同时不失自身特色

14

通过了解和评估技术市场提供的各种建议和
进步，制定数字化计划

05 结构和内容

这个时尚与奢侈品营销自动化专科文凭课程的内容是由时尚、营销及相关领域的多位专业人士开发的,他们将自己的知识和经验融入到完整、最新的教学大纲中。它涵盖了行业和奢侈品 2.0 的最新发展,即明确以新技术为重点。该课程采用 100% 在线学习的形式,学生可以在 6 个月的时间内,根据自己的时间、日程安排和兴趣,在最适合的时间和地点进行学习。通过拓宽应用于奢侈品市场营销的知识面,毕业生将推动自己的职业生涯和未来事业的发展。



“

您将解读时尚和奢侈品行业最尖端的数据, 制定市场营销战略, 将您推向最负盛名的传播部门的顶峰”

教学大纲

该学位包含各种教学模块,使学生能够从时尚和奢侈品的角度,专门学习与市场营销相关的最新技术趋势。

这是一个绝佳的工作机会,适合那些希望通过高质量和卓越的工作来提升自己职业生涯的人,他们可以针对最有选择性的目标受众开展出色的在线广告活动。

有了这些知识,学生们就可以立志成为时尚和奢侈品营销部门的领导者,知道如何将最新的数字技术优雅地应用于精确到毫米的营销活动中。

在 450 个学时的培训中,将通过大量的实际案例和现实生活中的例子来强化这一点,让学员亲眼目睹如何在真实环境中运用所学知识。

这个专科文凭为期6个月,分为3个内容模块:

模块1

新数字营销:营销自动化

模块2

奢侈品牌的数据驱动营销

模块3

公司主义时代的人工智能



在哪里,什么时候,如何进行?

TECH您提供了完全在网上开发这一方案的可能性。在培训持续的6个月中,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.新数字营销:营销自动化

1.1. 当今行业的营销 策略

- 1.1.1. 与营销有关的传播过程
- 1.1.2. 认知、情感和社会信息
- 1.1.3. 作为奢侈品牌遗产的口号

1.2. 从大众媒体 到全球媒体

- 1.2.1. 价值传递的来源:广告
- 1.2.2. 从原型形成的定型
- 1.2.3. 故事板和全局故事板

1.3. 数字媒体广告

- 1.3.1. Google Ads的算法
- 1.3.2. 检查一致性水平
- 1.3.3. 为一家时尚和奢侈品公司制作横幅和展示架

1.4. 品牌内容

- 1.4.1. 时尚消费者的偏好
- 1.4.2. 适用于奢侈品的全渠道战略
- 1.4.3. 奢侈品市场的营销信息

1.5. 时尚和奢侈品行业的个性化

- 1.5.1. 时尚语言中的关键词
- 1.5.2. 快慢时尚的信息
- 1.5.3. 品牌与用户之间的全方位沟通

1.6. 电子邮件营销:客户关系管理
和销售力量

- 1.6.1. 内容自动化
- 1.6.2. 分类和信息
- 1.6.3. 将 Salesforce 作为自动化工具

1.7. 通讯设计

- 1.7.1. 有效而有吸引力的结构
- 1.7.2. 奢侈品内容的个性化
- 1.7.3. 通知的频率和影响的衡量

1.8. 奢侈品行业的病毒式传播

- 1.8.1. 信息传播战略
- 1.8.2. 实际重新定位
- 1.8.3. 从意见领袖到影响者

1.9. 内容管理系统的可用性

- 1.9.1. 内容管理系统
- 1.9.2. 关注时尚网站的最新动态
- 1.9.3. Prestashop:奢侈品营销

1.10. 内容设计

- 1.10.1. 创意工作的战略范围:创造转化
- 1.10.2. 季节性营销:可预测的营销活动
- 1.10.3. 闪光灯惊喜

模块2. 奢侈品牌的数据驱动营销**2.1. 通过PLM的产品生命周期**

- 2.1.1. 产品的生命周期
- 2.1.2. PLM 工具 (产品生命周期管理)
- 2.1.3. 衡量产品与品牌的关系

2.2. 奢侈品牌形象分析的战略关键绩效指标

- 2.2.1. 高级定制的衡量标准
- 2.2.2. 定制战略指标
- 2.2.3. 衡量标准: 目标和误差

2.3. 推理是大数据的基础

- 2.3.1. 企业解决方案的基本原理
- 2.3.2. 推论时应避免的错误
- 2.3.3. 推理是算法的基础

2.4. 适用于奢侈品市场的统计数据

- 2.4.1. 科学分析中的数据结构
- 2.4.2. 定性研究的方法
- 2.4.3. 印象认知的关键指标: 例外情况

2.5. 创造和获取潜在客户

- 2.5.1. 谷歌分析
- 2.5.2. 数字环境中的衡量标准
- 2.5.3. 决策与成果挂钩

2.6. 衡量的关键: 解读时尚市场的数据

- 2.6.1. 大数据的准则和关键
- 2.6.2. 推断“解决方案”的有效性
- 2.6.3. 时尚消费者的三角真理

2.7. 奢侈品行业营销 咨询

- 2.7.1. 假设: 问题与难题, 答案与解决方案
- 2.7.2. 与创新有关的竞争环境
- 2.7.3. 奢侈品牌的成功或永恒

2.8. 如何在时尚品牌塑造中从预测性建模转向规范性建模

- 2.8.1. 品牌行为的模式
- 2.8.2. 频率图
- 2.8.3. 创新方案的模拟

2.9. 仪表盘: 利用 Power Bi 实现 Marketing 的数据可视化

- 2.9.1. 结果展示
- 2.9.2. 分析报告
- 2.9.3. 微软 Power Bi

2.10. 内部审计与增长黑客

- 2.10.1. 时尚品牌的定制变量
- 2.10.2. 通过内部分析实现品牌增长
- 2.10.3. 贱民: 一个时尚品牌的重点规模

模块3.公司主义时代的人工智能

3.1. 当前背景下的企业社会责任

- 3.1.1. 利益相关者生态系统
- 3.1.2. 奢侈品市场中的消费者和雇员
- 3.1.3. 社会责任是时尚品牌的先例

3.2. 奢侈品牌的声誉价值

- 3.2.1. 全球对奢侈品市场的影响
- 3.2.2. 全球化分析
- 3.2.3. 企业行动主义和品牌大使

3.3. 时装公司的危机管理

- 3.3.1. 危机的类型
- 3.3.2. 应急计划
- 3.3.3. 战略计划

3.4. 危机时期的沟通

- 3.4.1. 发言人和传播领导者的言论
- 3.4.2. 危机对损益表的影响
- 3.4.3. 危机后的行动:恢复正常状态

3.5. 可持续性:品牌增长战略

- 3.5.1. 可持续发展的三个方面:MBL的社会、
环境和企业可持续性
- 3.5.2. 时尚价值链
- 3.5.3. 可持续发展交流:报告

3.6. 可持续性:危机的出路?

- 3.6.1. 可持续性各领域的危机类型
- 3.6.2. 在公众眼中的真实性和透明度
- 3.6.3. 可持续性为解决危机的一部分

3.7. 时尚产业的数字化转型

- 3.7.1. 数据
- 3.7.2. 电子商务
- 3.7.3. 创新

3.8. 人工智能应用于奢侈品

- 3.8.1. 机器学习
- 3.8.2. 人工智能视角下的全方位 渠道和网络空间
- 3.8.3. 个性化推荐工具

3.9. 机器人技术在奢侈品行业的应用

- 3.9.1. 数字互动:一个没有人类接触的世界
- 3.9.2. 聊天机器人和虚拟个人购物者
- 3.9.3. 数字体验

3.10. 时尚的虚拟现实新 T 台

- 3.10.1. 虚拟现实的定义和功能
- 3.10.2. 3D 模型游行
- 3.10.3. 面向奢侈品市场的虚拟现实工具



今天报名,走向未来,在时尚和奢侈品世界担任最佳广告活动导演”



CONNECTION
ANALYSIS
DATA
SEARCHING
VERIFICATION
CODING
SENDING

19%

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。



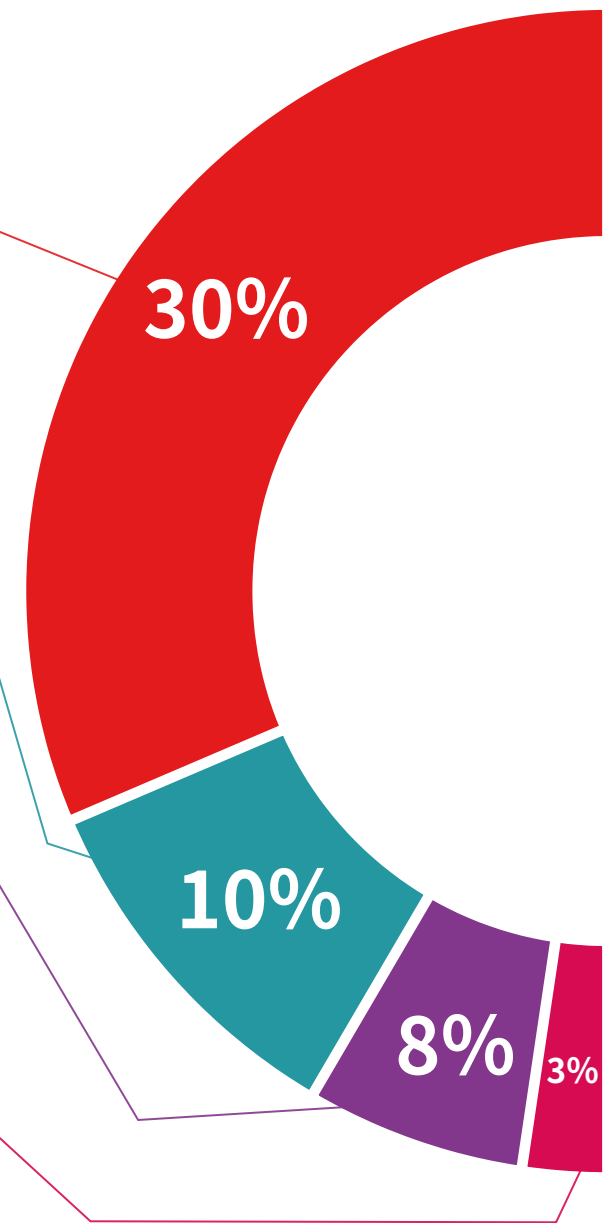
管理技能实习

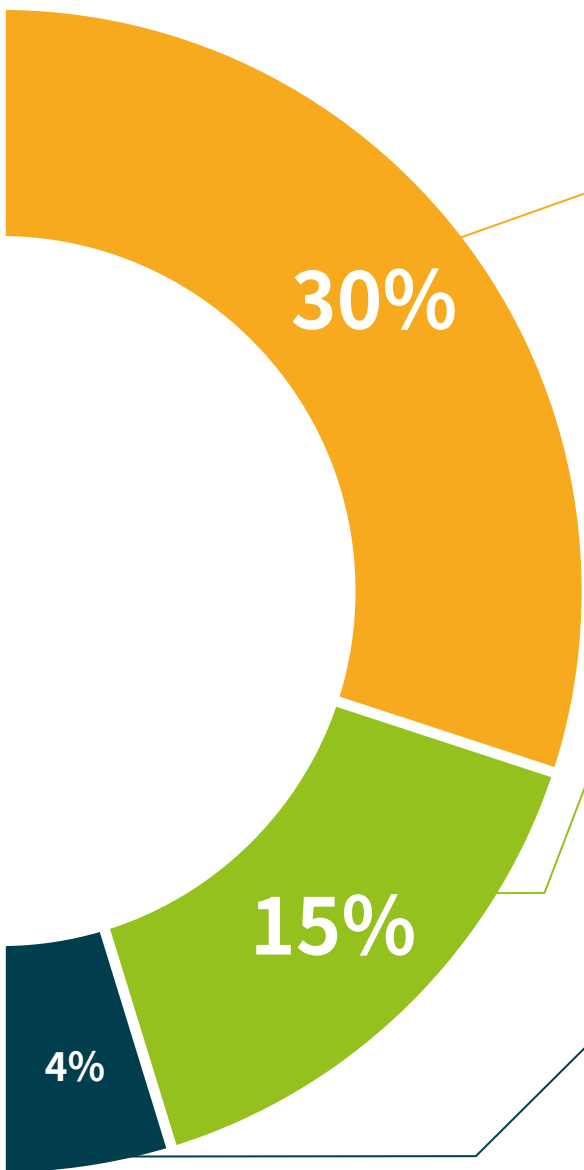
他们将在每个学科领域开展具体的管理能力发展活动。获得和培训高级管理人员在我们所处的全球化框架内所需的技能和能力的做法和新情况。



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

时尚与奢侈品营销自动化专科文凭课程专为希望深入了解奢侈品世界新形势、将尖端技术应用于日常工作方法的各学科专业人士和学生而设计。大多数学生都有一个共同的愿望：通过一流的创新教学，找到一份更好的工作。这些愿望的实现要归功于支持 TECH 工作的优秀教育和专业团队。





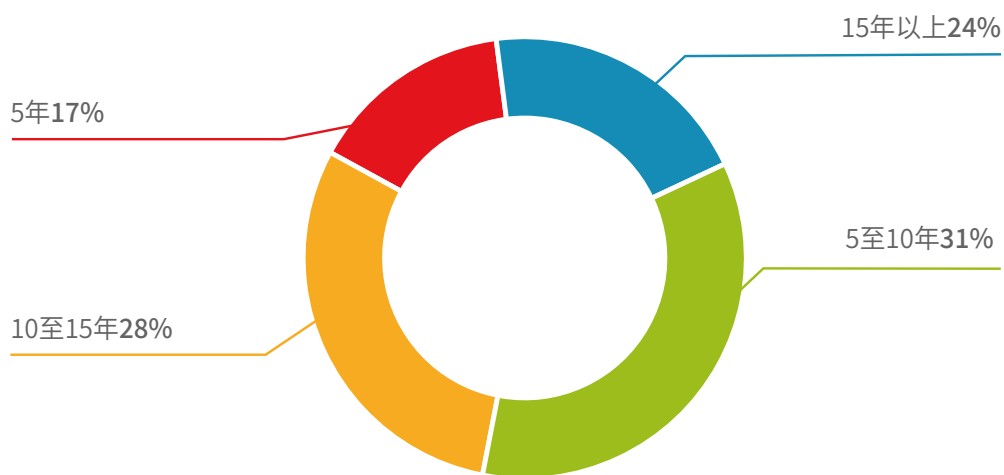
“

推动顶级奢侈品牌的在线市场, 在业内最优秀的专业人士中为自己正名”

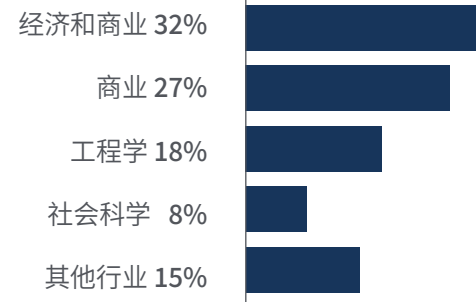
平均年龄

35岁至45岁之间

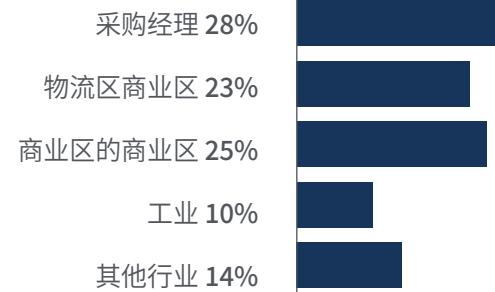
经验年限



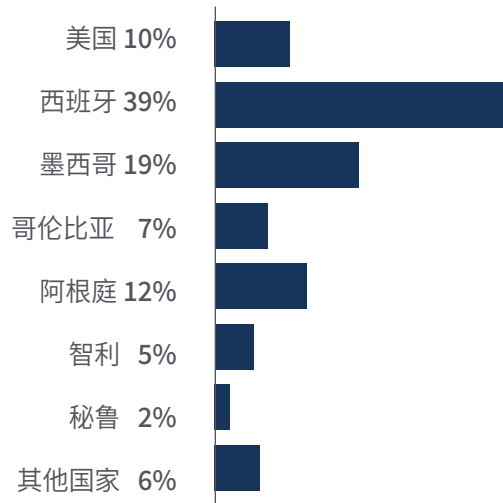
培训



学术概况



地域分布



Rodrigo Ruiz Palomo

搜索引擎优化顾问

"多亏了这位 TECH 专家,我才得以将网络统计应用于奢侈品市场,直到最近,这个领域才与我的专业经验相融合,在建立独家品牌战略的特殊指标时需要特殊的知识。作为首席执行官,我认为该计划非常成功"

08 课程管理

该课程的教学人员包括市场营销和时尚领域的领先专家，他们以奢侈品为导向，将他们多年的工作经验和他们在整个职业生涯中与这一独特环境保持的联系带入这一拟议的教学大纲。其他在相关领域享有盛誉的专家也参与了课程的设计和制定，以跨学科的方式完善了课程大纲，为学生提供了独特的学术体验。





“

在专家的指导下,您将掌握分析技能,在创意环境中利用营销自动化实现与众不同”

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 博士

- ◆ 数字营销专家
- ◆ 在各类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的保护
- ◆ 她曾在RTVE和Telemadrid等主要媒体工作
- ◆ 在UCM获得信息科学学位
- ◆ UCM在时尚和奢侈品公司的营销和沟通方面的研究生学位
- ◆ 纳瓦拉大学时尚商学院ISEM的MBA
- ◆ 时尚潮流创作博士生
- ◆ 永恒的模式:为时尚潮流的自动化创建一个螺旋式的身份,一书的作者

教师

Villamil Navarro, Camila 女士

- ◆ El Tiempo报的记者和时尚与潮流内容的创造者
- ◆ 时尚传播、社交媒体内容、形象和个人品牌方面的培训、会议和讲座的顾问他曾与 Coach、TOUS、施华洛世奇、Tommy Hilfiger、Desigual、Estée Lauder、Lancome、Natura、Rosa Clará、ALDO、Falabella 和 Emporio Armani 等业内重要品牌合作过不同类型的项目。
- ◆ 学科教师时尚新闻拉萨巴纳大学 (Universidad de La Sabana) 传播学院时尚新闻与个人品牌专业教师, 同时也是传播与时尚新闻专业文凭课程的协调人。在文凭课程中, 她教授时尚新闻和社会网络与时尚
- ◆ 公共关系和活动组织等领域的教师2019年, 她教授了第一门课程"拉美时尚"增长、演变和机会", 向堪萨斯州恩波利亚州立大学的学生介绍
- ◆ 社会传播者和记者, 毕业于拉萨巴纳大学
- ◆ 专注于采访和报道最重要的时装周 (纽约、米兰和巴黎)。他还致力于报道和研究拉丁美洲时尚的发展。他参加过墨西哥、巴拿马、巴西、阿根廷、乌拉圭, 当然还有哥伦比亚的时装周

Gárgoles Saes, Paula 博士

- ◆ 博士, 记者和研究员, 专门研究时尚和传播
- ◆ 墨西哥城泛美大学传播学院的研究教授和企业传播学院的负责人
- ◆ 著名高等教育机构传播学院的讲师
- ◆ 墨西哥城道德时尚空间的沟通和可持续发展顾问
- ◆ 西班牙马德里COINTEGRA公司的可持续性顾问
- ◆ 在萨格勒布大学纺织技术系的研究逗留
- ◆ 马德里ISEM时尚商学院传播系
- ◆ Europa新闻社和Asmoda数字杂志的时尚记者
- ◆ 应用创造学博士。纳瓦拉大学
- ◆ 马德里ISEM时尚商学院博士生 (成绩优异)
- ◆ 新闻学学位。马德里康普鲁坦斯大学
- ◆ ISEM时尚商学院的高级时尚MBA
- ◆ 在纽约的时尚技术学院和米兰的未来概念实验室学习时尚专业

09

对你的职业生涯的影响

TECH 深知学生在攻读此类学位时可能会遇到的各种困难,无论是经济困难还是个人困难。因此,我们尽一切努力使教学适应学生的需要,以 100% 在线的形式为他们提供培训,使他们能够根据自己的时间安排和兴趣灵活调整教学材料。



“

现在就报名参加这所专科文凭的学习,千万不要错过这个大大改善你的专业条件的机会”

你准备好迈出这一步了吗？ 卓越的职业提升在等着你

时尚与奢侈品营销自动化专科文凭培养学生开发、规划和执行与时尚和奢侈品世界相关的广告宣传活动，并应用最新技术趋势确保成功。这将使学生的专业水平更上一层楼，他们所掌握的技能将在同龄人中脱颖而出。

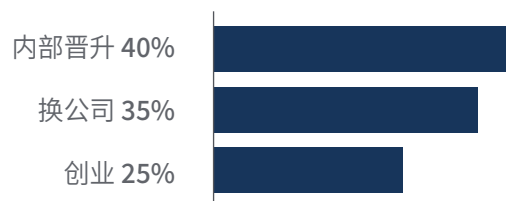
如果您想在自己的职业生涯中做出积极的改变，时尚与奢侈品营销自动化专科文凭将帮助您实现这一目标。

不要错过 TECH 为您提供的机会，为您的未来投资。

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

时尚与奢侈品营销自动化专科文凭课程有助于提高潜在员工的能力，而企业要想拥有一支最高水平的团队，就必须考虑到这一评估。专业人员接受的培训越好，他们成功的可能性就越大，整个团队的积极性就越高。事实证明，一个优秀的团队可以推动目标的实现，因此，在同一公司对专家进行培训有助于员工的专业成长，从而像 TECH 公司一样，为追求卓越而下注。因此，该计划为企业提供了一个独一无二的机会，使其团队拥有最优秀的人才，并看到既定目标背后的成果。



“

在学习了时尚与奢侈品营销自动化专科文凭课程后,您将能够为您的公司在奢侈品和时尚营销领域提供新的商业视野”

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

之间的你将为公司带来新的概念,战略和观点,能给组织带来重大变化。

02

留住高潜力的管理人员,防止人才流失

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

之间的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

经理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

该大学课程大学课程将使您的经理人具备接受新挑战的技能, 从而推动组织的发展。

11 学历

时尚与奢侈品营销自动化专科文凭课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的专科文凭学位证书。



“

成功地完成这一项目,并获得你的大学学位,省去出门或行政文书的麻烦”

这个**时尚与奢侈品营销自动化专科文凭**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**专科文凭**学位。

TECH科技大学颁发的证书将表达在专科文凭获得的资格, 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:**时尚与奢侈品营销自动化专科文凭**

官方学时:**450小时**





专科文凭 时尚与奢侈品营销自动化

- » 模式:在线
- » 时间:6个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

专科文凭

时尚与奢侈品营销自动化

