

# Universitätsexperte

Neue Kommunikationskanäle  
in der Mode-, Schönheits-  
und Luxusbranche





## Universitätsexperte Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Fachleute aus den Bereichen  
Geschäftskommunikation, Marketing und Mode

Internetzugang: [www.techtute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-neue-kommunikationskanale-mode-schonheits-luxusbranche](http://www.techtute.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-neue-kommunikationskanale-mode-schonheits-luxusbranche)

# Index

01

Willkommen

---

Seite 4

02

Warum an der TECH  
studieren?

---

Seite 6

03

Warum unser Programm?

---

Seite 10

04

Ziele

---

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 20

06

Methodik

---

Seite 28

07

Profil unserer Studenten

---

Seite 36

08

Kursleitung

---

Seite 40

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 44

10

Vorteile für ihr Unternehmen

---

Seite 48

11

Qualifizierung

---

Seite 52

# 01

# Willkommen

Der Mode-, Schönheits- und Luxussektor unterliegt ständigen Schwankungen, so dass die korrekte Behandlung im Bereich der Kommunikation ständig aktualisiert werden muss. Daher wird sich dieses Programm mit dem Konzept der Mode und ihrer Beziehung zur Kommunikation befassen, sowie mit der Entwicklung der Branche und ihren wichtigsten Veränderungen im 21. Jahrhundert, unter Berücksichtigung der neuen Trends. Es wird auch das Management der visuellen Kommunikation innerhalb des Sektors untersucht, um die Muster zu verstehen, die in dieser Hinsicht am besten funktionieren, und um den Fachleuten die notwendigen Fähigkeiten zu vermitteln, um leistungsstarke und attraktive visuelle Kommunikation zu erstellen. Dies ist eine sehr umfassende Qualifikation, die es Modekommunikatoren ermöglicht, überzeugende Botschaften über die neuen, auf das Internet ausgerichteten Kanäle zu verfassen.



Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche. TECH Technologische Universität

“

*TECH bietet Ihnen einen Universitätsexperten auf höchstem Niveau, der speziell darauf ausgerichtet ist, Ihnen zu dem beruflichen Wachstum zu verhelfen, das Sie verdienen“*

02

# Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Ausbildung von Führungskräften.



“

*TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”*

## Bei TECH Technologische Universität



### Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

*“Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa”*, für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



### Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

**95%**

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



### Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

**+100.000**

Jährlich geschulte Manager

**+200**

verschiedene Nationalitäten



### Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

**+500**

Partnerschaften mit den besten Unternehmen



### Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



### Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.





TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



### Analyse

---

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



### Akademische Spitzenleistung

---

TECH bietet den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die Relearning-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



### Skaleneffekt

---

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



### Lerne mit den Besten

---

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



*Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben“*

03

# Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

*Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können”*

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die folgenden:

01

### Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

*70% der Teilnehmer an dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.*

02

### Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

*Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.*

03

### Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

*Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.*

04

### Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

*45% der Auszubildenden werden intern befördert.*

05

### Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und den Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden und oder Lieferanten zu teilen.

*Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.*

06

### Rigorese Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

*20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.*

07

### Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

*Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.*

08

### Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

*Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Lehrern zu spezialisieren.*

# 04 Ziele

Dieser Universitätsexperte soll die Management- und Führungsfähigkeiten der Studenten stärken und ihnen helfen, neue Kompetenzen und Fähigkeiten im Bereich der Kommunikation zu erwerben, die für ihre berufliche Entwicklung unerlässlich sind. Nach Erwerb des Programms werden sie in der Lage sein, globale Entscheidungen mit einer innovativen Perspektive und einer internationalen Vision zu treffen. Auf diese Weise können sie sich mit Erfolg als Kommunikationsprofis im Bereich Mode, Schönheit und Luxus positionieren und erhalten hervorragende Managementfähigkeiten und eine Weiterbildung zur Leitung von Unternehmen in diesem Sektor.

“

*Dieses Programm zielt darauf ab, Sie zu befähigen, erfolgreiche Strategien im Rahmen der Kommunikation im Modesektor zu etablieren”*

TECH macht sich die Ziele seiner Studenten zu eigen.  
Wir arbeiten zusammen, um sie zu erreichen.

Der **Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche** befähigt die Studenten:

01

Den Messprozess im Kommunikationssektor verstehen, effiziente und effektive Metriken auf der Grundlage der Markenidentität erstellen und etablieren

04

Entwicklung und Präsentation eines Dashboards für die Modebranche und eines Fortschrittsberichts, der die Kommunikationswege aufzeigt

02

Anwendung der Schlüsselindikatoren und Festlegung der Grenze zwischen qualitativen und quantitativen Variablen



03

Die gewählten Analysemethoden zu bewerten und die Ergebnisse auf Markenaktionen anzuwenden

05

Führungstechniken neu ausrichten

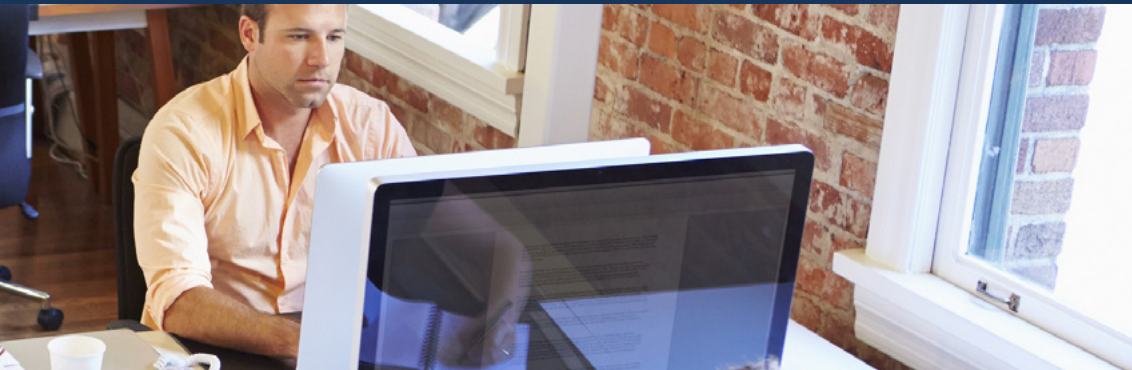


06

Strategische Kommunikation verstehen und sie mit ethischer und professioneller Verantwortung anwenden

08

Leitung eines Teams, das in der Lage ist, ein Event sowie ein einzigartiges Benutzererlebnis zu schaffen, sei es in der physischen oder digitalen Umgebung



09

Anpassung an die Dynamik der Fachpresse in den Bereichen Mode und Schönheit

07

Aufbau von Öffentlichkeitsarbeit, die dem Zweck der Kommunikation dient, durch das Verständnis, wie Öffentlichkeitsarbeit im Modesektor funktioniert

10

Die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und die neuesten Markttrends kennen

11

Entwicklung von Verhandlungsgeschick, um Vereinbarungen zu treffen, die eine soziale Bindung darstellen

12

Eine direkte, persönliche und angemessene Kommunikation, die den spezifischen Zielen jedes sozialen Netzwerks gerecht wird

13

Eine konkrete Vision für jeden der digitalen Kommunikationskanäle, die es derzeit gibt





14

Verständnis dafür, wie Einfluss über den Kommunikationskanal ausgeübt wird, und für die neuen Strategien der Macht, die über das digitale Umfeld ausgeübt werden

15

Wiederholung einer Beeinflussungsübung aus Ihrem eigenen Social Media-Kanal

16

Den Aufstieg des audiovisuellen Kanals als Leitmedium der öffentlichen Meinung identifizieren

05

# Struktur und Inhalt

Der TECH Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche ist ein intensives Programm, das mit dem Hauptziel entwickelt wurde, die Kenntnisse von Fachleuten in einem Bereich zu aktualisieren, der für die Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen in dieser Branche so wichtig ist. Auf diese Weise bietet es die wichtigsten Informationen über die Fachpresse, die Öffentlichkeitsarbeit und die Nutzung sozialer Netzwerke in diesem Bereich.



“

*Nach Erwerb dieses Programms werden Sie in der Lage sein, die besten Kanäle für die Durchführung von Mode-Kommunikationsmaßnahmen zu identifizieren”*

## Lehrplan

Das Internet hat alle Bereiche revolutioniert, und dank seiner vielfältigen Möglichkeiten ist die Kommunikation einer der am meisten begünstigten Bereiche. Heutzutage sind soziale Netzwerke von grundlegender Bedeutung, um eine größere Verbreitung von Werbebotschaften zu erreichen. Aus diesem Grund öffnen sich Mode-, Schönheits- und Luxusunternehmen diesen neuen Plattformen, um ihre Produkte bekannt zu machen. Das Ziel dieses Programms ist es, den Fachleuten des Sektors ein umfassendes Wissen über die neuen Kommunikationskanäle zu vermitteln, die in dieser Branche unerlässlich sind.

Zu diesem Zweck werden die Inhalte dieser University Expert von Fachleuten aus verschiedenen Bereichen der Kommunikation geleitet, die in Unternehmen der Mode- und Schönheitsbranche arbeiten. Das Dozententeam lässt seine Erfahrung und damit seine realistische und genaue Vision der beruflichen Realität bewusst und proaktiv in dieses Programm einfließen. Im Rahmen des Studienplans werden also alle Aspekte des Kommunikationsmanagements in Unternehmen der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche analysiert, um den Studenten ein umfassendes Wissen über die Funktionsweise dieser Abteilungen und deren optimale Verwaltung zu vermitteln.

Eine Reise, die die Studenten dazu bringt, die Kommunikationskanäle zu erkennen, die die besten Ergebnisse für Unternehmen in diesen Sektoren liefern. Dadurch können sie diese Medien mit dem Ziel nutzen, die Ergebnisse des Unternehmens zu steigern und somit eine effizientere Verwaltung zu erreichen.

Ein weiterer Schlüssel zum Erfolg dieses Studiengangs ist die Möglichkeit, dass der Student selbst entscheidet, wie er sein Lernen organisiert: von der Zeit über den Ort bis hin zur Intensität des Studiums. Auf diese Weise lässt sich dieses Vorhaben vollständig mit ihrem persönlichen und beruflichen Leben vereinbaren.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in drei Module unterteilt:

### Modul 1

Metriken für die Kommunikationsanalyse

### Modul 2

Spezialisierte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

### Modul 3

Neue Kommunikationskanäle: Soziale Netzwerke & YouTube



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, diesen Universitätsexperten für Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche vollständig online zu absolvieren. Während der 6-monatigen Spezialisierung wird der Student jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zugreifen können, was ihm die Möglichkeit gibt, seine Studienzzeit selbst zu verwalten.

*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.*

Modul 1. Metriken für die Kommunikationsanalyse

**1.1. Die Analyse der Kommunikation und die Verwaltung der immateriellen Vermögenswerte**

- 1.1.1. Die Entwicklung der Kommunikation: von der Masse zur Globalisierung
- 1.1.2. Konzept und Kontext der immateriellen Vermögenswerte
- 1.1.3. Messung von Marke, Identität und Unternehmenskultur

**1.2. Spezifische Indikatoren: über das Benchmarking hinaus**

- 1.2.1. Woraus besteht die Mode?
- 1.2.2. Spezifische Indikatoren für das Modeumfeld
- 1.2.3. Der Zweck der Messung und die Wahl der Methode

**1.3. Erkennung von Messfehlern**

- 1.3.1. Fehleranalyse: Inferenz und die kontrastive Methode
- 1.3.2. Typologie von Fehlern und deren Schweregrad in der Modekommunikation
- 1.3.3. Planung und Budgetierung bei kommunikativen Aktionen

**1.4. Traditionelle Metriken für die Kommunikationsanalyse**

- 1.4.1. Statistische Grundlagen und Datenstruktur
- 1.4.2. Qualitative Forschungsmethodik
- 1.4.3. Typologie der traditionellen Metriken: Struktur und Funktion

**1.5. Digitale Metriken: Google Analytics**

- 1.5.1. Web-Positionierung bei Modemarken
- 1.5.2. Was messen wir in der digitalen Umgebung?
- 1.5.3. Typologie der digitalen Metriken: Struktur und Funktion

**1.6. Erstellung und Anpassung des kommunikativen Produkts**

- 1.6.1. Der Wert des kommunikativen Produkts in der Modeindustrie
- 1.6.2. Interpretation von Daten und Wirksamkeit von Lösungen
- 1.6.3. Verborgene individuelle Wahrnehmungen in der Psychologie des Modekonsumenten

**1.7. Auswirkungen der Messung auf die Entscheidungsfindung**

- 1.7.1. Geeignete Fragen und Aufstellung von Hypothesen
- 1.7.2. *Benchmark* und das Wettbewerbsumfeld
- 1.7.3. Change Management, Vertrauen und Erfolgsmessung in der Modewelt

**1.8. Prognosen und Metriken als langfristige Strategie**

- 1.8.1. Das Verhaltensmuster der Marke
- 1.8.2. Frequenzkartierung und Analyse der Modeentwicklung
- 1.8.3. Simulation von Innovationsszenarien

**1.9. Der analytische Bericht und seine Präsentation**

- 1.9.1. Ziel des Berichts: Das Verhaltensmuster der Marke
- 1.9.2. Bestandteile des analytischen Modekommunikationsberichts
- 1.9.3. Visualisierung der Daten

**1.10. Express-Bewertung für Krisensituationen**

- 1.10.1. Die kritischen Variablen
- 1.10.2. Kurzfristige Auswirkungen und Neuformulierung der Strategie
- 1.10.3. Die Unantastbaren: Die Prioritätenskala einer Modemarke



**Modul 2. Spezialisierte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit**

**2.1. Kommunikation in der Fachpresse**

- 2.1.1. Die auf Mode und Schönheit spezialisierten Medien, die Frauenpresse
- 2.1.2. Die Rolle der Kommunikationsagentur in der Kommunikation
- 2.1.3. Der aktuelle Wert der Offline-Presse

**2.2. Entwicklung der PR-Kommunikationsmodelle**

- 2.2.1. Konzept der Öffentlichkeitsarbeit
- 2.2.2. Theoretischer Ansatz zu klassischen PR-Modellen (Grunig und Hunt)
- 2.2.3. Auf dem Weg zu einem neuen Ansatz für die PR, dem 5. Modell

**2.3. Persuasive Kommunikation in der PR**

- 2.3.1. Persuasive und informative Komponente der PR
- 2.3.2. Unterscheidung zwischen Öffentlichkeitsarbeit und journalistischer Tätigkeit
- 2.3.3. Die Rolle der PR gegenüber der Rolle von Marketing und Werbung

**2.4. Tools für die Kommunikation mit der Presse**

- 2.4.1. Die Pressestelle und wie sie funktioniert
- 2.4.2. Nützliches Pressematerial
- 2.4.3. Wie Sie eine effektive Pressemitteilung verfassen

**2.5. Kommunikationsplanung und -strategie für Mode und Schönheit**

- 2.5.1. Vorläufige Studie: *Briefing*-Analyse
- 2.5.2. Die RACE-Methode
- 2.5.3. Der Kommunikationsplan

**2.6. Kommunikationsaktionen und Veranstaltungen für Mode und Schönheit**

- 2.6.1. Arten der Kommunikation im Dienste der Marken
- 2.6.2. Kriterien für die Auswahl von Kommunikationsmaßnahmen
- 2.6.3. Gestaltung von Aktivitäten und Agenda *Setting* im Bereich Schönheit und Mode

**2.7. Messung der Ergebnisse**

- 2.7.1. Die Notwendigkeit einer PR-Überwachung
- 2.7.2. Klassische quantitative Messinstrumente: *Clipping* und Äquivalenter Werbewert
- 2.7.3. Die Bedeutung der qualitativen Bewertung

**2.8. Zu vermeidende Fehler in der Kommunikation und im PR-Bereich**

- 2.8.1. Die Bedeutung der Medien wird heruntergespielt
- 2.8.2. Ein Übermaß an Inhalt und mangelnde Relevanz
- 2.8.3. Improvisation vs. Planung

**2.9. Ethische und psychosoziale Perspektive**

- 2.9.1. Öffentlichkeitsarbeit im 21. Jahrhundert: zwischen Fortschritt und Wohlstand
- 2.9.2. Soziale Verantwortung und Öffentlichkeitsarbeit
- 2.9.3. Die Ethik der PR: Selbstbewusstsein, Unabhängigkeit und Engagement

**2.10. Neueste Trends und Studien in der Öffentlichkeitsarbeit**

- 2.10.1. Die neue PR, "sozialer" als je zuvor
- 2.10.2. Emotionale Kommunikation und Neuromarketing
- 2.10.3. Wichtige *Insights* über die Verbraucher von heute

**Modul 3. Neue Kommunikationskanäle: Soziale Netzwerke & YouTube**

**3.1. Beeinflussung und andere Machtstrategien in den neuen digitalen Kanälen**

- 3.1.1. Machtstrategien in Verbindung mit Modekommunikation
- 3.1.2. Einflussnahme im Bereich der sozialen Medien
- 3.1.3. Das Management der neuen digitalen Führungskräfte: *Mode-Influencers*

**3.2. Die Wahl des Kommunikationskanals: Theorie der *Forrester Research***

- 3.2.1. Die neue öffentliche Meinung: Die Massen einzeln ansprechen
- 3.2.2. Was ist die *Forrester*-Theorie?
- 3.2.3. Anwendung der Theorie von *Forrester Research* auf die Modeindustrie

**3.3. Die Macht der audiovisuellen Sprache und der nonverbalen Kommunikation**

- 3.3.1. Der wachsende Marktanteil der nonverbalen Kommunikation
- 3.3.2. Der Einfluss der audiovisuellen Botschaft auf die Mode
- 3.3.3. Zusammensetzung des fotografischen Diskurses in sozialen Netzwerken

**3.4. Entwicklung und Funktionsweise von sozialen Netzwerken in der Modebranche**

- 3.4.1. Etappen der Entstehung und Entwicklung des Internets
- 3.4.2. Die Multi-Channel-Strategie in den sozialen Netzwerken für Mode
- 3.4.3. Was ist ein soziales Netzwerk? Unterschiede zu traditionellen Kanälen

**3.5. Facebook, die große Datenbank**

- 3.5.1. Übergreifende Kommunikation
- 3.5.2. Interesse der Gemeinschaft
- 3.5.3. Modelle für die Facebook-Präsenz

**3.6. Instagram, viel mehr als nur Modefotos**

- 3.6.1. Emotionale Botschaften und Empathie-Management
- 3.6.2. Die Intimität des Alltagslebens in Bildern
- 3.6.3. Auf dem wichtigsten sozialen Netzwerk der Mode auffallen

**3.7. Professionelle Inhalte auf LinkedIn**

- 3.7.1. Eine persönliche Marke schaffen
- 3.7.2. Kognitive Botschaften im Mode-Branding
- 3.7.3. Beziehungen zu Konkurrenten verwalten

**3.8. Die Politisierung von Twitter**

- 3.8.1. Impulsive und omnidirektionale Kommunikation
- 3.8.2. Die direkte Botschaft und die Erstellung von Inhalten in 20 Zeichen
- 3.8.3. Die Wirkung von Schlagzeilen: von tiefgründig bis leichtfüßig

**3.9. TikTok, Jenseits der Generation Z**

- 3.9.1. Die audiovisuelle Revolution und die Beschleunigung der Veränderung von *Looks* im Kontext von *Slow Fashion*
- 3.9.2. Die Demokratisierung der Erstellung audiovisueller Inhalte.
- 3.9.3. Mode als Ereignis mit Nachrichtenwert und Nachrichtencharakter

**3.10. YouTube als Vertreter der audiovisuellen Inhalte**

- 3.10.1. Das Management von Erwartungen bei der Erstellung von audiovisuellen Inhalten
- 3.10.2. Karte der YouTube-Inhalte zu Mode, Schönheit und Luxus
- 3.10.3. Neue Trends in der öffentlichen Meinung: die *Microinfluencers*



# 06 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"*

## Die TECH Wirtschaftsschule verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren

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”*



*Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.*



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

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. 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 geschäftliche Realität berücksichtigt wird.



*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen"*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie 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 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

*Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.*

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 Wirtschaftsschule ist die einzige spanischsprachige Schule, 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.



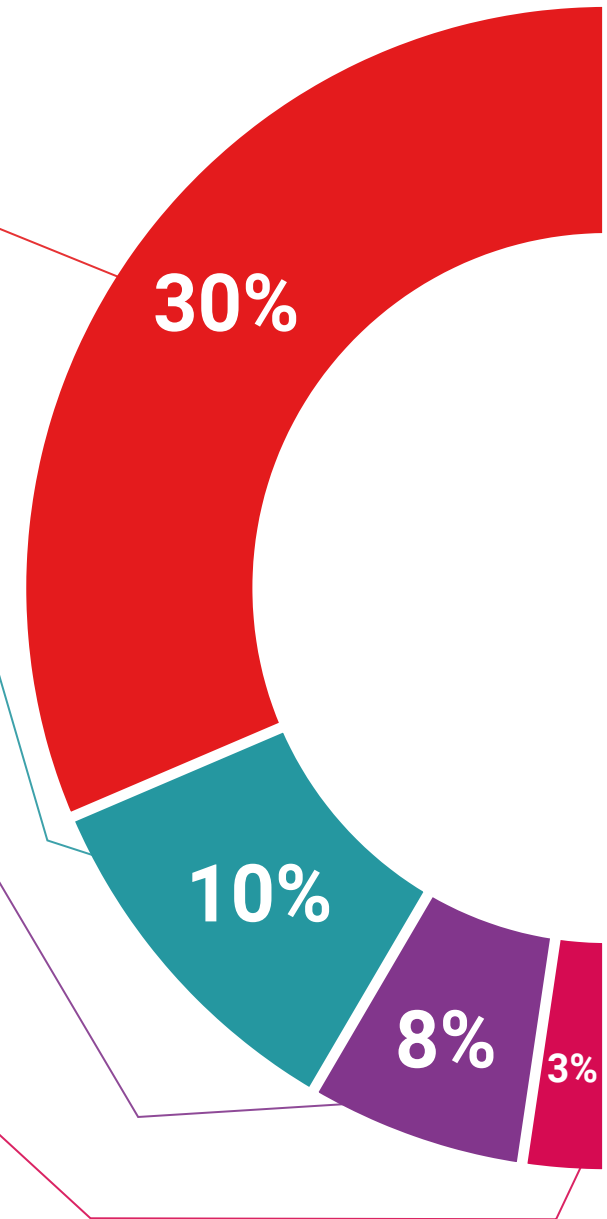
### Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter 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. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



### 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.



07

# Profil unserer Studenten

Der Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche ist ein Programm, das sich an Fachleute richtet, die ihre Qualifikationen in diesem Bereich erweitern möchten, um effizienter zu sein und überzeugendere Botschaften für die Öffentlichkeit zu schaffen. Außerdem richtet er sich speziell an Fachleute aus den Bereichen Kommunikation, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, die in der Modebranche tätig sind oder dies in Zukunft sein wollen.





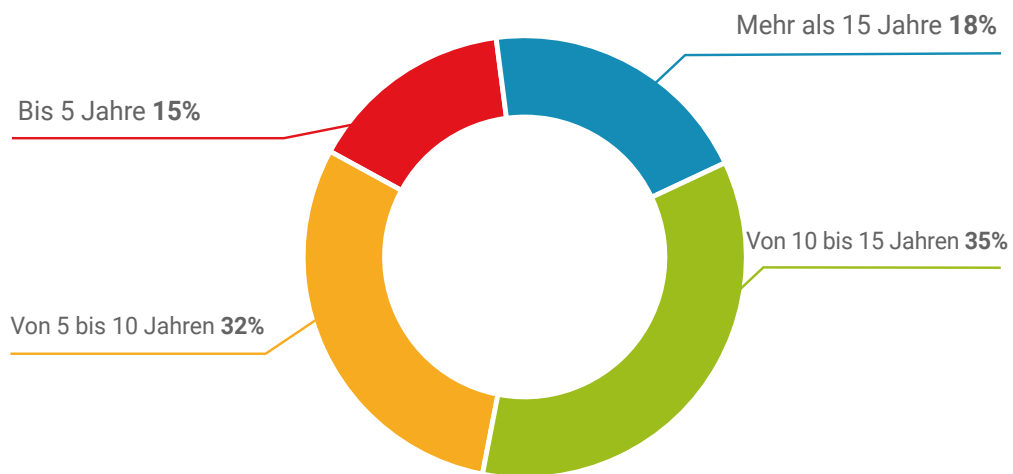
“

*Wenn Sie Erfahrung in der Unternehmenskommunikation haben und sich auf die Mode-, Schönheits- und Luxusbranche spezialisieren möchten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie”*

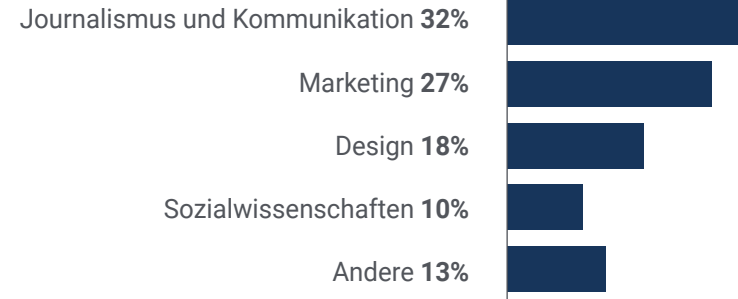
## Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

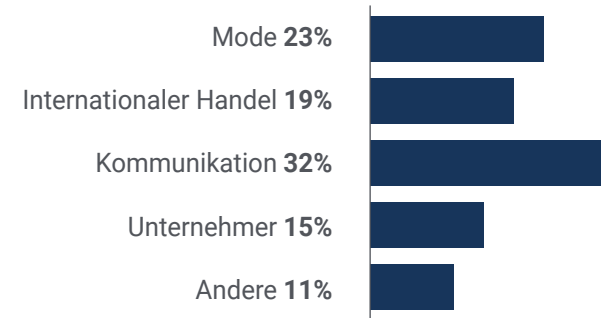
## Jahre der Erfahrung



## Ausbildung

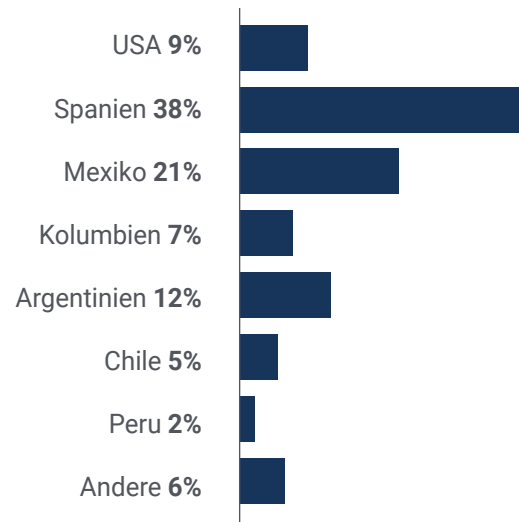


## Akademisches Profil



## Geografische Verteilung

---



## Sara Sánchez

---

Kommunikationsleiterin

*“Diese Fortbildung hat mir ein ganz anderes Verständnis für die Besonderheiten der Modekommunikation vermittelt und ich konnte dank ihr in meinem Unternehmen die Karriereleiter hinaufklettern. Sie hat meine Erwartungen bei weitem übertroffen”*

08

# Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten für alle Aspekte der Kommunikation von Mode- und Luxusunternehmen, die die Erfahrung aus ihrer jahrelangen Arbeit in dieses Programm einbringen. Darüber hinaus sind weitere anerkannte Fachleute aus verwandten Bereichen an der Gestaltung und Vorbereitung beteiligt, die den Universitätsexperten interdisziplinär vervollständigen und ihn somit zu einer einzigartigen und sehr bereichernden Erfahrung auf akademischer Ebene für den Studenten machen.





“

*Qualitativ hochwertiges Lehrpersonal für die Fortbildung von Fachleuten, die akademische und berufliche Spitzenleistungen anstreben”*

## Internationaler Gastdirektor

Mit ihrer langjährigen Karriere in der Mode- und Luxusbranche hat sich Dr. Eleonora Cattaneo international als Beraterin für weltweit bekannte Marken einen Namen gemacht. Die renommierte Expertin hat mit einigen der mächtigsten Fortune-500-Unternehmen zusammengearbeitet, darunter Fiat, CNH Industrial, Renault und Nestlé.

Seit Jahren untersucht die Forscherin die soziokulturellen Zusammenhänge, die mit Luxus verbunden sind, und die Art und Weise, wie die renommiertesten Unternehmen in diesem Bereich Bedeutung schaffen und ihre Produkte oder Dienstleistungen aufwerten. Ihr jüngstes Buch, *Managing Luxury Brands*, zeigt auch ihr Interesse an der Analyse des ökologischen und sozialen Einflusses dieser Branche sowie der Möglichkeiten, die die aktuellen technologischen Innovationen in diesem Bereich bieten.

Gleichzeitig hat Dr. Cattaneo als interne Beraterin für mehrere Marketingdirektoren in verschiedenen Unternehmen zusammengearbeitet. Auf diese Weise hat sie Informationen und Unterstützung bei der Entwicklung neuer Markteintrittsstrategien, der Neupositionierung von Marken und der Einführung von Produkten geliefert. Andererseits ist die internationale Kommunikation ein weiteres ihrer erfahrensten Arbeitsgebiete.

Aufgrund ihrer umfassenden Erfahrung wurde die Expertin ausgewählt, um das Programm für Luxus- und Gästelerlebnismangement am renommierten Glion-Institut in der Schweiz zu leiten. An dieser für die gesamte europäische Geschäftswelt maßgeblichen Einrichtung hat die Expertin die Entwicklung zwischenmenschlicher und beruflicher Fähigkeiten von Unternehmensführern in aller Welt unterstützt. Zuvor war sie Direktorin für Executive-Programme bei der Schweizer Bildungsgruppe und bei der Regent's Universität in London.

Was ihren akademischen Hintergrund angeht, so hat sie eine Promotion in Marketing von der Universität Pavia, Italien, und einen MBA von der SDA Bocconi School of Management.



## Dr. Cattaneo, Eleonora

---

- Direktorin des Programms für Luxus- und Gästelerlebnismanagement am Glion Institut, Schweiz
- Direktorin der Executive-Programme der Schweizer Bildungsgruppe
- Leiterin des Luxusmarkenmanagement-Programms an der Regent's University of London
- Professorin für Internationales Marketing am Universitätsinstitut Carlo Cattaneo
- Beraterin für Marken wie Fiat, CNH Industrial, Renault und Nestlé und andere Fortune 500-Marken
- Promotion in Marketing an der Universität von Pavia, Italien
- MBA der SDA Bocconi-Universität für Management, Italien
- Hochschulabschluss an der Universität von Bristol, UK
- Mitglied von: Chartered Management Institute of the United Kingdom, Schweizerisches Zentrum für Luxusforschung

“

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

## Leitung



### Fr. García Barriga, María

- ♦ Fachkraft für digitales Marketing
- ♦ Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Erstellung von Inhalten verschiedener Art: Logistik und Vertrieb, Mode und Literatur oder Erhaltung des künstlerischen Erbes
- ♦ Sie hat für große Medien wie RTVE und Telemadrid gearbeitet
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften an der UCM
- ♦ Aufbaustudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen an der UCM
- ♦ MBA von der ISEM Fashion Business School, der Modefachschule der Universität von Navarra
- ♦ Doktorandin in Modetrendgestaltung
- ♦ Autorin von The Pattern of Eternity: Schaffung einer spiralförmigen Identität für die Automatisierung von Modetrends

## Professoren

### Fr. Muñiz, Eva

- ♦ Kommunikationsexpertin mit mehr als 15 Jahren Erfahrung
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität San Pablo CEU in Madrid mit der Auszeichnung "Außerordentlicher Studienabschluss"
- ♦ Doktoratsstudium in Geistes- und Informationswissenschaften
- ♦ Postgraduiertenabschluss in Wirtschaftswissenschaften über Kommunikationsstrategie und Unternehmensimage
- ♦ Spezialisiert auf den Mode- und Schönheitssektor mit Expertise in der Luxurnische und im Kinderuniversum
- ♦ CEO - Leitung der Kommunikationsagentur Press&Co., die sich auf Mode und die Welt der Kinder spezialisiert hat, mit Kunden wie: Chloé, Marc Jacobs und Bóboli Seit 2014
- ♦ Sie war bei der auf Mode spezialisierten Presseagentur Ana Nebot für die Buchhaltung und den Showroom zuständig
- ♦ Zuvor war sie Senior Account Executive im Bereich Schönheit und Verbraucher bei der Beratungsfirma ACH&Asociados, wo sie Teil des ADECEC-2007 Award-Teams war
- ♦ Davor arbeitete sie als Lifestyle-Journalistin bei [www.hola.com](http://www.hola.com) für das Magazin ¡HOLA! sowie als freiberufliche Mitarbeiterin für verschiedene Publikationen und Zeitschriften

### Fr. Cayuela, María José

- ♦ Multidisziplinäre Journalistin mit mehr als 20 Jahren Erfahrung in Medien und Kommunikationsagenturen
- ♦ Hochschulabschluss in Journalismus
- ♦ Masterstudiengang in Business und institutionellem Kommunikationsmanagement an der Autonomen Universität von Barcelona
- ♦ Masterstudiengang in strategischem Marken- und Kommunikationsmanagement von ESADE
- ♦ PDD und Masterstudiengang in Digital Marketing Management ebenfalls von ESADE und Learning to Grow von IESE
- ♦ Spezialisiert auf soziale Medien seit 2005
- ♦ Gründerin von The Blogs Family, einer Blogging- und Social Media-Plattform mit Inhalten für Familien, mit mehr als 1.000.000 Lesern und Followern auf Instagram, Facebook, Twitter, YouTube und TikTok
- ♦ Trainerin in Unternehmen, Universitäten und Business Schools zu Themen wie Unternehmenskommunikation, Sprecher, Interne Kommunikation, Blogging, Markeninhalte, Online-Reputation und Social Media Strategie

09

# Auswirkung auf Ihre Karriere

Die Welt der Mode ist hart umkämpft. Daher finden Geschäftsleute, die über ein fundiertes Wissen darüber verfügen, wie Kommunikationskampagnen in diesem Sektor durchgeführt werden sollten, eine einzigartige Gelegenheit, eine erfolgreiche berufliche Zukunft zu beginnen. Dieses Programm wurde entwickelt, um die Kenntnisse der Studenten in diesem Bereich zu aktualisieren und ein Kompetenzniveau zu erreichen, das sie zur Elite, zu den anerkanntesten Modekommunikatoren des Sektors macht.





“

*Eine positive Veränderung in Ihrer beruflichen Laufbahn zu bewirken, das ist unsere Herausforderung. Wir setzen alles daran, Ihnen dabei zu helfen”*

*Wenn Sie Ihre Karriere positiv verändern und sich in der Mode- und Schönheitsindustrie weiterentwickeln möchten, wird Ihnen diese Weiterbildung helfen, dies zu erreichen.*

### Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

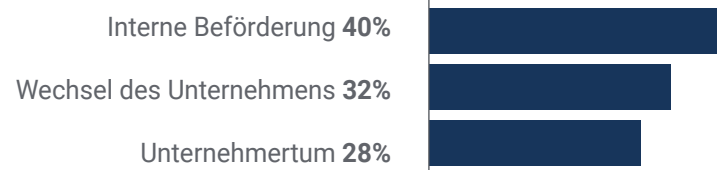
Der Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche der TECH Technologischen Universität ist ein intensives Programm, das die Studenten darauf vorbereitet, sich den Herausforderungen zu stellen und ihnen mit Selbstvertrauen und Solvenz zu begegnen. Ihr Hauptziel ist es, ihre persönliche und berufliche Entwicklung zu fördern und ihnen zu helfen, erfolgreich zu sein.

*Erstellen Sie effektivere Kommunikationskampagnen und erzielen Sie deutliche Vorteile für Ihr Modegeschäft.*

### Zeit für Veränderungen



### Art der Änderung





## Verbesserung der Gehälter

---

Der Abschluss dieses Programms bedeutet für unsere Studenten eine Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%**



10

# Vorteile für ihr Unternehmen

Der Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche trägt nicht nur zur Verbesserung der Studenten in diesem Bereich bei, sondern auch zu einer größeren Verbreitung der Unternehmen in diesem Sektor. Denn die Studenten werden am Ende des Programms in der Lage sein, soziale Netzwerke und andere Internetkanäle zu nutzen, um die Produkte und die Politik ihrer Unternehmen bekannt zu machen und so deren Bekanntheitsgrad und damit die Akzeptanz in der Öffentlichkeit zu erhöhen.



“

*Sorgen Sie dafür, dass Ihre  
Kommunikationskampagnen Ihr  
Zielpublikum erreichen und Ihr  
Unternehmen in kürzester Zeit wächst”*

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

### Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital

Sie werden neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen einbringen, die bedeutende Veränderungen in der Organisation bewirken können.

---

02

### Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und dem Kommunikationsprofi und eröffnet neue Wege für das Wachstum innerhalb des Unternehmens.

03

### Aufbau von Akteuren des Wandels

Sie werden in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

---

04

### Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

### **Entwicklung Ihrer eigenen Projekte**

Sie werden aktiv an der Entwicklung von realen Projekten mitarbeiten oder neue Projekte im Bereich Forschung und Entwicklung oder Business Development Ihres Unternehmens entwickeln können.

---

06

### **Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit**

Dieses Programm wird den Studenten die notwendigen Fähigkeiten vermitteln, um sich neuen Herausforderungen im Bereich der Kommunikation zu stellen und damit Organisationen in diesem Sektor zu stärken.

11

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung 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 Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche** 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: **Universitätsexperte in Neue Kommunikationskanäle in der Mode-, Schönheits- und Luxusbranche**

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.





## Universitätsexperte

Neue Kommunikationskanäle  
in der Mode-, Schönheits-  
und Luxusbranche

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

# Universitätsexperte

Neue Kommunikationskanäle  
in der Mode-, Schönheits-  
und Luxusbranche

