

Weiterbildender Masterstudiengang

Modedesign



Weiterbildender Masterstudiengang Modedesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Akkreditierung: 60 ECTS
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/diseno/master/master-diseno-moda



Index

01

Präsentation

02

Ziele

Seite 4

Seite 8

03

Kompetenzen

04

Kursleitung

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

Seite 24

06

Methodik

07

Qualifizierung

Seite 34

Seite 42

01

Präsentation

In der heutigen Gesellschaft gewinnt die Modebranche zunehmend an Bedeutung und beeinflusst die Lebensweise der Menschen in erheblichem Maße. Der Imagekult und die Möglichkeit des Zugangs zu Prêt-à-porter- und Billigkleidung haben den Anstieg des Konsums begünstigt. Dies erfordert das Auftauchen neuer Designer, die bereit sind, sich an einen sich verändernden Markt anzupassen und innovative Trends zu entwerfen, die den Bedürfnissen der Kunden entsprechen. Dieser Studiengang zielt darauf ab, den Studenten Fachkenntnisse im Bereich Modedesign zu vermitteln, mit denen sie ihre Fähigkeiten erweitern und zu großen Referenzen in der Branche werden können, deren Kollektionen auf den wichtigsten internationalen Laufstegen zu sehen sind.

66

*Sie sind nur einen Schritt davon entfernt,
Ihre Kollektionen in London, Paris oder
New York zu zeigen. Melden Sie sich für
dieses Programm an und entwickeln Sie
die nötigen Fähigkeiten, um dieses Ziel zu
erreichen“*

Das Modedesign hat sich in den letzten Jahrzehnten sprunghaft entwickelt. Der technologische Fortschritt, der Zugang zu mehr Informationen und der Wandel der Verbrauchergewohnheiten und des Lebensstils haben die Nachfrage der Kunden nach qualitativ hochwertiger Kleidung und Accessoires zu erschwinglichen Preisen erhöht. Zu diesen Anforderungen gehören aber auch das Engagement für Innovation, das Setzen von Trends und sogar die Verwendung von zunehmend nachhaltigen Materialien.

Darüber hinaus hat sich die neue Gesellschaft von ihrer digitalen Ausrichtung weg bewegt und konzentriert sich nun voll und ganz auf die Entwicklung von Werkzeugen und alternativen virtuellen Realitäten unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit und Innovation. Augmented-Reality-Anwendungen und 3D-Konstruktionssysteme sind nicht mehr nur eine Option für Spiele, sondern gehören zum Alltag und werden zum Geschäftsmodell der Zukunft für die Branche. All dies bedeutet, dass der Modedesigner nicht mehr nur ein Schöpfer von Kleidungsstücken ist, sondern ein multidisziplinärer Fachmann, der über ein breites Wissen über die Modeindustrie im Allgemeinen verfügen und in der Lage sein muss, alle Phasen des Prozesses zu kontrollieren.

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang in Modedesign richtet sich an all diejenigen, die sich in dieser Disziplin aus einer agilen und aktuellen Perspektive entwickeln wollen, die auf die Anpassung an den Wandel ausgerichtet ist, sowohl im Bereich der visuellen Identität und der Produktion der Kollektion als auch bei der Verwendung neuer Materialien und Technologien, die die Welt verändern. Ein Programm, das vor allem darauf abzielt, ihre berufliche Entwicklung zu fördern und sie zu Spitzenleistungen anzuleiten.

Einer der Hauptvorteile dieses Programms besteht darin, dass es zu 100% online angeboten wird, so dass der Student sein Studium selbst planen und den Ort und die Zeit wählen kann, die ihm am besten passen. Auf diese Weise können Sie Ihre Fortbildung fortsetzen, während Sie Ihren übrigen täglichen Pflichten nachgehen, sei es im Beruf oder im Privatleben.

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang in Modedesign** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Die Entwicklung praktischer Fallstudien, die von Modeexperten vorgestellt werden.
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ◆ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ◆ Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden des Modedesign.
- ◆ Theoretische Vorträge, 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



Wenn Sie wollen, dass Ihre Kollektionen so anerkannt werden wie die von Giorgio Armani oder Tom Ford, müssen Sie hart arbeiten, um Ihre Fähigkeiten mit diesem Programm zu verbessern"

“

TECH bietet Ihnen die Möglichkeit, eine höhere Spezialisierung im Bereich Modedesign durch eine 100%ige Online-Methode zu erwerben, die es Ihnen ermöglicht, Ihr Studium mit Ihren übrigen Verpflichtungen zu verbinden.

Das Lehrpersonal besteht aus Fachkräften aus dem Bereich der Mode, die ihre Berufserfahrung in diese Ausbildung einbringen, sowie aus anerkannten Fachleuten von führenden Gesellschaften und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen den Fachleuten ein situiertes und kontextbezogenes Lernen, d.h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Studium ermöglicht, das auf die Ausbildung in realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Studiengangs konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem der Student versuchen muss, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die im Laufe des akademischen Jahres auftreten. Zu diesem Zweck werden sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Die Mode entwickelt sich ständig weiter, daher müssen Ihre Entwürfe mit den Veränderungen in der Gesellschaft und im Lebensstil Schritt halten.

Haben Sie schon immer davon geträumt, die Kostüme für große Hollywood-Filme zu entwerfen? Dank dieses Programms werden Sie diesem Ziel näher kommen.



02

Ziele

Modedesign ist ein boomender Sektor, weshalb immer wieder neue Studiengänge entstehen, die Studenten auf diesen Bereich spezialisieren. Dieser Masterstudiengang der TECH Technischen Universität geht jedoch noch einen Schritt weiter und zielt darauf ab, die Studenten zu erfolgreichen Designern zu machen, die in der Lage sind, ihre Kollektionen auf den wichtigsten internationalen Laufstegen vorzustellen und die Kaufgewohnheiten der Kunden zu beeinflussen.



66

*Entwerfen Sie die nächsten
Modetrends und beeinflussen Sie den
Stil der Menschen mit Ihren Designs"*



Allgemeine Ziele

- ◆ Entwicklung virtueller Fähigkeiten für das neue Modeumfeld, Umgang mit aktuellen Codes und Förderung eines kreativen und künstlerischen Geistes
- ◆ Entwicklung eines professionellen Designprojekts mit globaler Wirkung auf der Grundlage neuer Möglichkeiten
- ◆ Bewusstes Design bei der Verwendung von Materialien, dank einer umfassenden Kenntnis der Verwendung von Stoffen
- ◆ Anpassungsfähigkeit und Flexibilität haben, um mit Veränderungen in einer interdisziplinären Perspektive umzugehen.
- ◆ Materialisierung der Verbindung zwischen der imaginären Welt und der realen Welt

“

Dank der Spezialisierung, die TECH Ihnen mit diesem Programm bietet, können Sie sich mit den wichtigsten Designern von heute messen”





Spezifische Ziele

Modul 1. Strukturelles und integrales Modedesign

- ◆ Ideen entwickeln und sie visuell darstellen
- ◆ Gründliche Kenntnis der Struktur der menschlichen Figur, um die Funktion des Kleidungsstücks zu vermitteln
- ◆ Die Beherrschung traditioneller Techniken zusammen mit den technologischen Werkzeugen, die es erlauben, ein Muster fast ohne grafische Vorstellungen zu entwerfen

Modul 2. Das Textilprodukt

- ◆ Vertiefung der Struktur der Silhouette und der Maße
- ◆ Kenntnis der Grundlagen des Bekleidungs- und Accessoire-Designs
- ◆ Durchführung von Tests der entworfenen Produkte

Modul 3. Das Design von Schmuck und Accessoires

- ◆ Entwerfen und Gestalten einer Accessoire-Kollektion auf professionellem Niveau und Sicherstellung ihrer Realisierbarkeit
- ◆ Entwicklung eines technischen und handwerklichen Musters mit besonderem Augenmerk auf die Auswahl der Materialien
- ◆ Fachwissen über Edelsteine und Schmucksteine, aber auch über branchenspezifische digitale Hilfsmittel erwerben

Modul 4. Bekleidung von Spezialkleidungsstücken

- ◆ Kostüme für Film, Theater und Fernsehen entwerfen
- ◆ In der Lage sein, Sportkollektionen zu erstellen, die die Öffentlichkeit ansprechen
- ◆ Spezialisierung auf Haute Couture-Kleidung

Modul 5. CLO Virtual Fashion Design

- ◆ Verwendung verschiedener 2D- und 3D-Design-Tools
- ◆ Gründliche Kenntnis des Programms CLO Virtual Fashion und Fähigkeit, es zu nutzen
- ◆ Wissen, wie man digitale Kostüme für Videospiele entwirft

Modul 6. Styling und Modetrends

- ◆ Wissen, wie man einen vorausschauenden Trendbericht erstellt, der die Risiken minimiert und die Ressourcen der Designer optimiert
- ◆ Verständnis für neue Modetrends und den Lebensstil der Verbraucher, um Designs zu entwerfen, die die Verbraucher ansprechen

Modul 7. Visuelle Identität = UX + Branding

- ◆ Entwicklung künstlerischer Kreativität durch wissenschaftliche Analyse von Daten
- ◆ Denken lernen durch Hinterfragen und Analysieren der der Mode entsprechenden Variablen
- ◆ Vorhersage von Modetrends durch Erkennung von Verhaltensmustern, Konstruktion von Ereignisabläufen und deren Umsetzung in ein Darstellungsschema
- ◆ Die wichtigsten *Data-Science-Tools* und -Programme beherrschen und verstehen, was künstliche Intelligenz ist und wozu sie dient, und wann sie eingesetzt werden sollte
- ◆ Verstehen, wie Programmiersprachen funktionieren, und sich mit ihnen vertraut machen
- ◆ Entwicklung der Nutzung und Anwendung der wichtigsten technologischen Instrumente des digitalen Modemarketing, Anwendung wesentlicher und spezifischer Metriken, die eine Bewertung der Entscheidungsfindung einer Innovationsabteilung ermöglichen
- ◆ Aufbau einer repräsentativen, exponentiell wachsenden Identität für eine Modemarkte durch Schaffung einer lebendigen Storyline
- ◆ Reproduktion der Funktionsweise technologischer Hilfsmittel in den meisten Modesektoren: Kosmetik, Schmuck, Kleidung und Schuhe





Modul 8. Vermarktung der Kollektion

- ◆ In der Lage sein, ein angemessenes Image der Marke oder der Kollektion zu vermitteln
- ◆ Präsentation der Sammlungen für die Öffentlichkeit auf attraktive und kohärente Weise
- ◆ Wissen, wie man Modeveranstaltungen koordiniert und die Verwendung nachhaltiger Kleidungsstücke fördert

Modul 9. Einkaufsmanagement für Mode

- ◆ Lernen, wie man die einzelnen Prozesse bei der Vermarktung eines Kleidungsstücks steuert
- ◆ Durchführung einer umfassenden Analyse, um die Kaufabsichten des Kunden zu verstehen
- ◆ Vorratshaltung für die meistverkauften Produkte vor Ende des Stocks
- ◆ Beherrschten Sie die technologischen Hilfsmittel, die die Grundlage von *Big Data* bilden und die es Ihnen ermöglichen, sich durch Zeitersparnis einen Vorteil gegenüber Ihren Mitbewerbern zu verschaffen

Modul 10. Workshop über Unternehmertum und kreatives Management

- ◆ Entwurf erfolgreicher Ideen mit einem differenzierten Wertangebot durch die verschiedenen Geschäftsmodelle, die es in der Modebranche gibt
- ◆ Entwicklung von analytischen Fähigkeiten und einer Marktvision, die den Aufbau eines konsistenten und dauerhaften Markenökosystems ermöglicht
- ◆ Vermarktung des differenzierten Werts einer Modemarken dank der Entwicklung einer kreativen und innovativen Einstellung
- ◆ Neue Perspektiven für den internationalen Designmarkt mit einer Vision für die Zukunft bringen
- ◆ Anwendung des reflexiven Denkens auf konkrete Maßnahmen und Umwandlung der Kreativität in einen transformativen Wert, indem man den aktuellen Wandel anführt

03

Kompetenzen

Mit dem Abschluss dieses weiterbildenden Masterstudiengangs in Modedesign an der TECH Global University erwerben die Studenten ein höheres Kompetenzniveau, das es ihnen ermöglicht, sich erfolgreich im Design und in der Kreation ihrer eigenen Kollektionen weiterzuentwickeln, aber auch mit den verschiedenen digitalen Werkzeugen des Sektors umzugehen, Marketingtechniken zur Positionierung ihrer Marke einzusetzen oder sogar den gesamten Vermarktungsprozess ihrer Produkte zu steuern. Ein erstklassiges Programm, das ein Vorher und Nachher in Ihrer Fortbildung markiert.



“

Sie können die nächste Modeikone werden,
Sie müssen sich nur die Mühe machen,
alles über die Branche zu lernen”



Allgemeine Kompetenzen

- ◆ Entwicklung der notwendigen Fähigkeiten, um im Modedesign erfolgreich zu sein
- ◆ Leitung erfolgreicher Projekte, die von der Öffentlichkeit nachgefragt werden
- ◆ Entwerfen von Kollektionen, die auf den wichtigsten internationalen Laufstegen gezeigt werden
- ◆ Einen Überblick über den Sektor gewinnen, um wettbewerbsfähiger zu werden

“

*Nach Abschluss dieses
weiterbildenden Masterstudiengangs
bei TECH verfügen Sie über die
notwendigen Kompetenzen, um in
einem boomenden Sektor erfolgreich
zu sein”*





Spezifische Kompetenzen

- ◆ Gründliche Kenntnis aller Phasen des Modedesigns, um sicherzustellen, dass das Endprodukt ein Erfolg wird
- ◆ Kritisches Nachdenken über die aktuelle Modekultur haben
- ◆ Anwendung der nachhaltigsten Techniken und Materialien, um Entwürfe zu erstellen, die den Anforderungen der heutigen Gesellschaft gerecht werden
- ◆ Anwendung der wichtigsten Textiltechniken und -technologien zur Herstellung hochwertiger Kleidungsstücke
- ◆ Kontrolle aller Phasen der Vermarktung eines Kleidungsstücks
- ◆ Koordinierung und Leitung von Modenschauen
- ◆ Entwicklung einer eigenen Modemarke, die sich auf dem Markt durchsetzt
- ◆ Anwendung von Marketingtechniken, die die Markenpositionierung und das Markenbewusstsein fördern
- ◆ Die aktuellen Trends in der Modebranche zu kennen und Kollektionen zu entwerfen, die zu einem Must der Saison werden
- ◆ Beherrschung der Software CLO *Virtual Fashion*, die für die Erstellung von Kleidungsstücken für die Videospielindustrie unerlässlich ist
- ◆ Entwerfen von Schmuck und anderen Accessoires, die bei der Öffentlichkeit Anklang finden

04

Kursleitung

Der weiterbildende Masterstudiengang in Modedesign der TECH Technischen Universität wurde von einem erstklassigen Dozententeam entwickelt. Fachleute aus verschiedenen Bereichen der Modeindustrie, die wissen, wie wichtig es ist, den Studenten Fach- und Qualitätswissen zu vermitteln, damit sie hochqualifizierte Fachleute werden, die in der Lage sind, die aktuellen Trends zu verstehen und die wichtigsten Techniken und Methoden für diesen Sektor zu beherrschen.





66

Lernen Sie von den besten Spezialisten des Sektors und entwerfen Sie Ihre eigenen Kollektionen"

Leitung



Fr. García Barriga, María

- Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Erstellung von Inhalten in verschiedenen Bereichen: 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
- Graduiertenstudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen an der UCM
- MBA der ISEM Fashion Business School, der Hochschule für Mode an der Universität von Navarra
- Doktorandin im Bereich Mode-Trendsetting
- Verfasserin von The Pattern of Eternity: Creating a Spiral Identity for Automating Fashion Trends Today

Professoren

Hr. Pereira, Juan Carlos

- ◆ Designer und Leiter des Projekts DAB (Bolivianisches Design und Autoren)
- ◆ Verantwortlich für den kreativen Bereich und die Internationalisierung seiner Marke, die als Juan de la Paz bekannt wird
- ◆ Er ist auf Modekommunikation und Marketing spezialisiert
- ◆ Auftritte in Mode- und Kulturmagazinen auf der ganzen Welt wie Vogue Russia, Harpers Bazaar Russia, L' Officiel Italy, L' Oficial Arabia, Vogue Italy, Vogue Mexico, Elle China, L' Officiel Argentina, u.a., sowohl in der digitalen als auch in der Print-Ausgabe

Hr. Holgueras, Javier

- ◆ Marktmanager und Analyst am Hauptsitz von Apple in Irlanda
- ◆ Professor für das Marketing-Mix-Modellierungssystem, das er bereits bei Kellogg's in Spanien eingeführt hat
- ◆ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften
- ◆ Master in Big Data und Unternehmensanalyse

Fr. García Barriga, Elisa

- ◆ Dynamisiererin und *Community Managerin* eines Kosmetikunternehmens, das sich der Herstellung von Naturseifen widmet
- ◆ Verantwortlich für die Durchführung der verschiedenen Kampagnen, die von Cosmética Natural El Sapo durchgeführt werden
- ◆ Bild- und Fotograieberaterin für öffentliche Schulen in ganz Spanien
- ◆ Fotografin, spezialisiert auf 3D-Druck und soziale Medien, nonverbale Sprache und die Gestaltung von Umgebungen für Schulfotografie
- ◆ Hochschulabschluss im Lehramt

Fr. Romero Monente, Begoña

- ◆ Persönliche Mentorin und Coach für Unternehmerinnen und Unternehmer
- ◆ Dozentin und Lehrerin in verschiedenen Kursen über *Retail Management*, digitales Marketing und Personalmanagement
- ◆ Geschäftsführerin der Agentur Young Promotion, wo sie den *Personal ShopperService* in spanischen Flughäfen ins Leben rief und sich auf die Durchführung von Werbekampagnen in Duty Free Shops spezialisierte, mit Kunden wie AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etc.
- ◆ Koordinatorin der Vereinigung der Flughafen-Promotion-Agenturen
- ◆ Rundfunksprecher, Redakteur und Kommunikationsmanager in verschiedenen On- und Offline-Medien
- ◆ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Málaga
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der Universität Oberta de Catalunya
- ◆ MBA an der ISEM Fashion Business School der Universität von Navarra

- ◆ Zertifizierter Coach an der Europäischen Schule für Coaching

Fr. Vela Covisa, Susana

- ◆ Leiterin der Agentur Polka Press Kommunikation
- ◆ Gründerin und Leiterin des Laufstegs Atelier Couture
- ◆ Fördererin und Koordinatorin des Raums für nachhaltige Erfahrungen im MOMAD
- ◆ Dozentin und Tutorin an verschiedenen Universitäten, Wirtschaftsschulen und Ausbildungszentren, wie dem IED, der Universität Francisco de Vitoria, der Madrider Marketingsschule und der ELLE Fashion School
- ◆ Mehr als 30 Jahre Erfahrung als Leiterin verschiedener Modeabteilungen, insbesondere der Kommunikation verschiedener Marken, Pressestellen, Agenturen, Modeprojekte, internationaler Messen und Laufstege sowie in der Organisation von Veranstaltungen in diesem Sektor
- ◆ Mode Technikerin
- ◆ Zusatzausbildung in nachhaltiger Mode, spezialisiert auf Ökodesign, Mode und Kommunikation

Fr. Rodríguez Flomenboim, Florencia

- ◆ Imageberater und verantwortlich für das Management von Showrooms und die Umsetzung von *Concept Stores*
- ◆ Modeproduzentin und Redakteurin bei verschiedenen Redaktionen, Agenturen und Marken
- ◆ Kreative szenische Gestaltung verschiedener Theaterstücke unter Berücksichtigung der Symbolik des Bildes
- ◆ Hochschulabschluss in darstellende Künste an der ESAD Murcia
- ◆ Spezialisiert auf die künstlerische Gestaltung und die Analyse von Modetrends.
- ◆ Hochschulabschluss in Internationalen Beziehungen vom ITC Sraffa in Mailand





- ◆ Masterstudiengang in Fashion Editorial Production und Fashion Design an der American Modern School of Design, Buenos Aires, Argentinien

Fr. Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Freiberufliche Designerin bei Petite Antoinette
- ◆ Mitbegründerin der Marke @ThelraMare, die sich auf das Design von Schals und Accessoires spezialisiert hat und Zubehör
- ◆ Designerin auf verschiedenen Laufstegen
- ◆ Hochschulabschluss in Modedesign in Barreira Kunst und Design
- ◆ Absolventin der Hochschule für Modedesign und Styling bei Barreira Kunst und Design
- ◆ Absolventin des mittleren Studiengangs für Hut- und Accessoire-Design bei Barreira Kunst und Design
- ◆ Kurs Bekleidungstechnik
- ◆ Kurs in Schnittmustererstellung, Zuschnitt und Schneiderei von valencianischer Kleidung

Fr. Anguiano, Daniela

- ◆ Mode- und Grafikdesignerin und Autorin von Inhalten
- ◆ Grafikdesignerin, *Community Managerin* und Autorin von Inhalten. Partnerschaft zwischen Frauen und Soulem. Madrid
- ◆ Mode- und Grafikdesignerin. Fasrev. International Team
- ◆ Mode- und Grafikdesignerin für den Designer Fernando Claro. Madrid
- ◆ Gründerin und künstlerische Leiterin. Pipper's Design. Madrid
- ◆ Textildesignerin Baby Zanell
- ◆ Mode- und Textildesignerin. Universität von Palermo, Buenos Aires, Argentinien
- ◆ Kurs in Modeproduktion. EBA, Buenos Aires, Argentinien
- ◆ Kurs Elle Education in Branded Content Creator. Mindway, Madrid

05

Struktur und Inhalt

Dieser Weiterbildende Masterstudiengang in Modedesign ist auf die akademischen Bedürfnisse von Fachleuten in diesem Sektor ausgerichtet, die ihre Fähigkeiten in diesem Bereich verbessern und gleichzeitig ihren beruflichen Verpflichtungen nachkommen möchten. Daher wird ihnen durch ein 100%iges Online-Format die Möglichkeit geboten, sich über verschiedene Themen zu informieren, wie Textilprodukte, Accessoires und Schmuck, spezielle Kleidungsstücke, Modetrends oder die neuesten digitalen Tools für diesen Tätigkeitsbereich.



66

Stellen Sie nachhaltige Kleidungsstücke
und Accessoires her und setzen Sie sich für
die Entwicklung einer umweltfreundlichen
Modeindustrie ein"

Modul 1. Strukturelles und integrales Modedesign

- 1.1. Ausdrucksvolles Zeichnen
 - 1.1.1. Anatomischer Aufbau des menschlichen Körpers
 - 1.1.2. Dreidimensionaler Raum
 - 1.1.3. Perspektive und Matrix-Analyse
- 1.2. Visuelle Semiotik
 - 1.2.1. Farbe und Licht in dreidimensionalen Formen
 - 1.2.2. Konturierung und Schattierung
 - 1.2.3. Die Bewegung von Kleidungsstücken in der weiblichen und männlichen Anatomie
- 1.3. Zusammensetzung I
 - 1.3.1. Volumen
 - 1.3.2. Weibliche und männliche Silhouette
 - 1.3.3. Form und Negativform
- 1.4. Zusammensetzung II
 - 1.4.1. Symmetrie und Asymmetrie
 - 1.4.2. Aufbau und Rückbau
 - 1.4.3. Drapierungen und Schmuckverzierungen
- 1.5. Tools zur Repräsentation
 - 1.5.1. Die geometrische Skizze
 - 1.5.2. Rapid Sketching- und Poison-Techniken
 - 1.5.3. CANVA
- 1.6. Entwurfsmethodik
 - 1.6.1. Computergestützter Entwurf
 - 1.6.2. CAD/CAM: Prototypen
 - 1.6.3. Fertige Produkte und Produktionsläufe
- 1.7. Personalisierung und Umgestaltung von Kleidungsstücken
 - 1.7.1. Zuschnitt, Montage und Endbearbeitung
 - 1.7.2. Anpassungen der Muster
 - 1.7.3. Personalisierungen für Kleidungsstücke
- 1.8. Packaging
 - 1.8.1. Die Verpackung als Erweiterung des Brandings
 - 1.8.2. Nachhaltige Packaging
 - 1.8.3. Automatisierte Personalisierung

- 1.9. Atomic Design
 - 1.9.1. Systemkomponenten
 - 1.9.2. Vorlagen
 - 1.9.3. Typologie der Websites von Designern
- 1.10. App Design
 - 1.10.1. Mobile Illustrationstechniken
 - 1.10.2. Integrierte Entwurfstools: Procreate
 - 1.10.3. Unterstützende Tools: Pantone Studio

Modul 2. Das Textilprodukt

- 2.1. Anthropologie des Designs
 - 2.1.1. Der Wandel vom Kleid zur Sportbekleidung
 - 2.1.2. Visuelles Denken: Rhetorik und Sprache
 - 2.1.3. Produktkunst in der Modeindustrie
- 2.2. Geschlecht im Produktdesign
 - 2.2.1. Frauenkleid
 - 2.2.2. Der Herrenanzug
 - 2.2.3. Die Hybridisierung des Kleidungsstücks
- 2.3. Das Design von Schmuck und Accessoires
 - 2.3.1. Leder und Kunststoffe
 - 2.3.2. Juwelen
 - 2.3.3. Schuhwerk
- 2.4. Produktdesign
 - 2.4.1. Prototypenherstellung
 - 2.4.2. Das Fashion-Tech-Umfeld und neue industrielle Stoffe
 - 2.4.3. Umwandlung von Prototypen
- 2.5. Die Herstellung eines Kleidungsstücks
 - 2.5.1. Die Nähmaschine
 - 2.5.2. Körpervolumen und Maße
 - 2.5.3. Techniken des Nähens und der Konfektionierung
- 2.6. Industrielle Produktion von Modebekleidung I
 - 2.6.1. Schnittmusterherstellung und Produktionstechniken
 - 2.6.2. Drucke
 - 2.6.3. Moulage und industrieller Modellbau

- 2.7. Industrielle Produktion von Modebekleidung II
 - 2.7.1. Skalierungstechniken
 - 2.7.2. Größeneinstufung
 - 2.7.3. Umwandlung von Mustern
- 2.8. Textildesign
 - 2.8.1. Stoffe und Materialien
 - 2.8.2. Die Palette der Unternehmen und der Saisons
 - 2.8.3. Techniken der Produktentwicklung
- 2.9. Damenunterwäsche und Miederwaren
 - 2.9.1. Spezifische Stoffe für intime Kleidung
 - 2.9.2. Spezifische Muster
 - 2.9.3. Montage von Kleidungsstücken
- 2.10. Produktprüfung
 - 2.10.1. Feststellung der Produktkompetenz
 - 2.10.2. Bewertung des Produkts in Bezug auf den Markt und den Verbraucher
 - 2.10.3. Neugestaltung des Produkts
- 3.4. Produkt-Prototyping
 - 3.4.1. Zeichnen und Skizzieren
 - 3.4.2. Produktdatenblatt
 - 3.4.3. Massenproduktion 3D INGA
- 3.5. Schmuckdesign
 - 3.5.1. Edelsteine und Schmucksteine
 - 3.5.2. Modeschmuck und alternative Materialien
 - 3.5.3. Prototyping von Schmuck mit 3D-Druck
- 3.6. Rhinojewel
 - 3.6.1. Metallwerkzeuge und Edelsteine
 - 3.6.2. Modellierungswerkzeuge
 - 3.6.3. Kalibrierte Steinwerkzeuge
- 3.7. Produktentwicklung
 - 3.7.1. Kreativität und Machbarkeit des Zubehörs
 - 3.7.2. Entwicklung der Kollektion: Ausrichtung der Marke
 - 3.7.3. Methodik für die Präsentation einer Accessoire-Kollektion
- 3.8. Die Haut
 - 3.8.1. Tierfelle und ihre Behandlung
 - 3.8.2. Synthetische Stoffe
 - 3.8.3. Nachhaltigkeit und Umwelt
- 3.9. Personalisierung und Umgestaltung von Zubehör
 - 3.9.1. Manuelle Umwandlung
 - 3.9.2. Perlen und Glasperlen
 - 3.9.3. Schmuck: Gürtel, Taschenverschlüsse und Schmuckkleider
- 3.10. Uhren und Sonnenbrillen
 - 3.10.1. Goldschmiedekunst und Zusammensetzung
 - 3.10.2. Spezifische Materialien
 - 3.10.3. Montage

Modul 3. Das Design von Schmuck und Accessoires

- 3.1. Anatomie und Proportionen der Accessoires
 - 3.1.1. Schuhwerk
 - 3.1.2. Taschen und Gürtel
 - 3.1.3. Modeschmuck und Juwelen
- 3.2. Spezifische Materialien für die Gestaltung von Accessoires
 - 3.2.1. Beschläge und Hardware
 - 3.2.2. Synthetische Gewebe
 - 3.2.3. Technische Materialien
- 3.3. Arbeitsablauf
 - 3.3.1. Beziehungen mit den Lieferanten
 - 3.3.2. Industrielle Auftragsproduktion
 - 3.3.3. Marktpreise

Modul 4. Bekleidung von Spezialkleidungsstücken

- 4.1. Sport-Kollektionen
 - 4.1.1. Entwicklung der Sportmode
 - 4.1.2. Lässiges Design und Kreativität
 - 4.1.3. Kleidungsstücke *Sportswear* und *Activewear*
- 4.2. Muster und Design von Sportkleidung
 - 4.2.1. Ergonomie des Sportlers
 - 4.2.2. Technisches Muster
 - 4.2.3. Technische Materialien: Verdunstung, Atmungsaktivität und Wasserdichtigkeit
- 4.3. Bekleidungsdesign für Filme und TV-Serien
 - 4.3.1. Der Einfluss der Mode auf die darstellenden Künste
 - 4.3.2. Die Garderobenabteilung in einem Film
 - 4.3.3. Überarbeitung des Drehbuchs für das fiktionale Kostümdesign
- 4.4. Arbeitsablauf beim Film
 - 4.4.1. Dokumentation der Zeit und des Stils
 - 4.4.2. Filmische Atmosphäre durch Kleidungen
 - 4.4.3. Stoffe und Techniken für die Endbearbeitung
- 4.5. Filmkleidung
 - 4.5.1. Kleidung für Cartoons
 - 4.5.2. Marvel Kostüme
 - 4.5.3. Zeitgenössische Kostüme
- 4.6. Laufsteg und Filmgalas
 - 4.6.1. Experimenteller Modellbau
 - 4.6.2. Figurinismus für Models und Schauspielerinnen
 - 4.6.3. Die Inszenierung der Kostüme auf dem roten Teppich
- 4.7. Bühnenfiktion
 - 4.7.1. Opernkostüme
 - 4.7.2. Kostüme für das Theater
 - 4.7.3. Kostüme für Tanz und Zirkus
- 4.8. Haute Couture
 - 4.8.1. Schneidern von Kleidungsstücken
 - 4.8.2. Kreative Illustrationstechniken
 - 4.8.3. Brautmoden-Kollektionen
- 4.9. *Tailoring* und Schneiderei
 - 4.9.1. Das Kostümmuster für Männer und Frauen
 - 4.9.2. Saisonale Stoffe
 - 4.9.3. Künftige Trends bei der Maßkonfektion
- 4.10. *Product Placement*
 - 4.10.1. Kooperationen mit konsolidierten Marken für die Garderobe von Fernsehserien.
 - 4.10.2. Der Vorschlag und die Darstellung des Bedarfs
 - 4.10.3. Auswahl der Kleidungsstücke und Kosten der Zusammenarbeit

Modul 5. CLO Virtual Fashion Design

- 5.1. Aktuelle Entwurfstechniken
 - 5.1.1. Entwurf in 2 Dimensionen
 - 5.1.2. Entwurf in 3 Dimensionen
 - 5.1.3. Das Programm CLO Virtual Fashion
- 5.2. Digitale Erstellung und Versuchsplanung
 - 5.2.1. Digitale Erstellung und Versuchsplanung
 - 5.2.2. CLO Virtual Fashion Benutzerschnittstelle
 - 5.2.3. 3D-Avatar-Animation
- 5.3. Virtuelle Schneiderei
 - 5.3.1. Segmente nähen
 - 5.3.2. Freies Nähen
 - 5.3.3. Schichtstruktur
- 5.4. CLO Virtual Fashion Stoffbibliothek
 - 5.4.1. Häufig verwendete Stoffe
 - 5.4.2. Beschichtungen
 - 5.4.3. Anpassen von Kleidungsstücken
- 5.5. Streamline-Prozess
 - 5.5.1. Farben und Muster
 - 5.5.2. Gestaltung der Komposition
 - 5.5.3. 3D-Muster
- 5.6. Erstellung von Texturen

- 5.6.1. Vergeben und Bearbeiten von Texturen
- 5.6.2. Deckkraft, Reflexion und Position
- 5.6.3. Normale Karte und Verschiebungskarte
- 5.7. Erstellung von Kleidungsstücken I
 - 5.7.1. Die Kleidung
 - 5.7.2. Drucke
 - 5.7.3. Renders
- 5.8. Erstellung von Kleidungsstücken II
 - 5.8.1. Plissieren
 - 5.8.2. Böden und Paddel
 - 5.8.3. *Soleil* und Steppdecken
- 5.9. Simulierte Umgebungen
 - 5.9.1. Haarstyling-Techniken
 - 5.9.2. Visualisierung von Kleidungsstücken in Einzelhandelsumgebungen
 - 5.9.3. Förderung der virtuellen Sammlung
- 5.10. Aufstrebende Märkte und Markteintrittstechniken
 - 5.10.1. Kostenrechnung
 - 5.10.2. Die Auktionen
 - 5.10.3. der Videospielindustrie
- 6.3.1. Die Bedeutung der Farbe bei Kaufentscheidungen
- 6.3.2. Chromatische Emotionen
- 6.3.3. Farbe im Ökosystem der Mode
- 6.4. Trendanalyse und Forschung
 - 6.4.1. Der Trendjäger
 - 6.4.2. Von *Trendsettern* zum Massenkonsum
 - 6.4.3. Spezialisierte Agenturen
- 6.5. Strategischer Start
 - 6.5.1. Makro- und Mikrotrends
 - 6.5.2. Neuheit, Trend und „Hype“
 - 6.5.3. Der Produktverbreitungszyklus
- 6.6. Methodik für Tendenzen- Analyse
 - 6.6.1. Die Kunst und Wissenschaft der prädiktiven Analytik
 - 6.6.2. Informationsquellen für den Modemarkt
 - 6.6.3. Extraktion von *Insights*
- 6.7. Der Lebensstil des Modekonsumenten
 - 6.7.1. Werte und Prioritäten
 - 6.7.2. Der neue Luxus und sein Platz auf dem Modemarkt
 - 6.7.3. Zwischen dem physischen Geschäft und dem elektronischen Handel
- 6.8. Die Konzeptualisierung des Modemarktes
 - 6.8.1. Das Einkaufserlebnis
 - 6.8.2. „Hotspots“
 - 6.8.3. *Digital Concept Stores*
- 6.9. Der Trendbericht
 - 6.9.1. Struktur und Zusammensetzung
 - 6.9.2. Präsentation
 - 6.9.3. Bewertung und Entscheidungsfindung
- 6.10. Verbrauchertrends nach der Pandemie
 - 6.10.1. Dauerhafte Veränderungen der Verbrauchergewohnheiten
 - 6.10.2. Das Einkaufen der Zukunft
 - 6.10.3. Technologie und Nachhaltigkeit: die Achsen des Wandels

Modul 6. Styling und Modetrends

- 6.1. Der globale Verbraucher: Ost und West
 - 6.1.1. Mode im Kontext der Globalisierung
 - 6.1.2. Asiatische Prachtentfaltung
 - 6.1.3. Das westliche Erbe
- 6.2. Die Bedürfnisse der Verbraucher von heute
 - 6.2.1. Profile der neuen Verbraucher
 - 6.2.2. Der Prosumer
 - 6.2.3. Entscheidungsfindung während des Einkaufsprozesses
- 6.3. Der visuelle Ausdruck von Farbe

Modul 7. Visuelle Identität = UX +Branding

- 7.1. Die technologische Nutzung der Mode
 - 7.1.1. Künstliche Intelligenz
 - 7.1.2. Wettbewerbsvorteile realisieren
 - 7.1.3. Chatbot und persönlicher virtueller Shopper
- 7.2. Identitäts- und Änderungsmanagement
 - 7.2.1. Gestaltung der Markenidentität
 - 7.2.2. Konstruktion des Markenrufs
 - 7.2.3. Wirtschaftliche Auswirkungen
- 7.3. Google Analytics y Google Ads
 - 7.3.1. Strategische Positionierung einer Modemarkte
 - 7.3.2. Google Ads
 - 7.3.3. Google Analytics
- 7.4. Data Driven Marketing
 - 7.4.1. Der Prozess der Datenanalyse
 - 7.4.2. Datenerhebung und -auswahl
 - 7.4.3. Tabellierung: Datenstatistik
- 7.5. Erstellung von Mustersequenzen
 - 7.5.1. Verwaltung von Schlüsselkennzahlen
 - 7.5.2. Modespezifische Metriken
 - 7.5.3. Musterfolgen
- 7.6. Simulation von Innovationsszenarien
 - 7.6.1. Innovation und Kreativität
 - 7.6.2. Simulierung und Vorhersagung
 - 7.6.3. Microsoft Power Bi
- 7.7. Segmentierung und Datenbankverwaltung
 - 7.7.1. Marktsegmentierung
 - 7.7.2. Segmentierung des Publikums
 - 7.7.3. SQL für große Daten
- 7.8. Loyalität & Salesforce
 - 7.8.1. Das emotionale Profil des Modekonsumenten
 - 7.8.2. Akquisition von Nutzern, Kundenbindung und Kundenbotschaften
 - 7.8.3. CRM: Salesforce

- 7.9. Marketing Inhalte
 - 7.9.1. Schaffung eines Nutzererlebnisses in der digitalen Umgebung
 - 7.9.2. *Customer Engagement Behaviour*
 - 7.9.3. Inhalte innerhalb und außerhalb meiner Website
- 7.10. Kreativität mit Python
 - 7.10.1. Struktur und Elemente der Sprache
 - 7.10.2. Python-Funktionen
 - 7.10.3. Kreativität bei der Nutzung von Daten

Modul 8. Vermarktung der Kollektion

- 8.1. Die Dynamik der heutigen Mode
 - 8.1.1. *Fashion Weeks* und Haute Couture
 - 8.1.2. Die Konkretisierung von Ideen und das *Sketchbook*
 - 8.1.3. Die Konzeption der Sammlung
- 8.2. Erstellung einer Sammlung
 - 8.2.1. *Moodboards* und internationale Inspiration
 - 8.2.2. Fabriken und Lieferanten in der Welt
 - 8.2.3. Etikettierung und *Packaging*
- 8.3. Strategische Allianzen und Partnerschaften
 - 8.3.1. Strategische *Partners*
 - 8.3.2. Unter Designern, Unternehmern und Künstlern
 - 8.3.3. Capsule-Kollektionen
- 8.4. Styling
 - 8.4.1. *Visuelles Merchandising*.
 - 8.4.2. Schaufensterdekoration
 - 8.4.3. Digital Shooting: das mobile Schaufenster
- 8.5. Laufstege und Modemetropolen
 - 8.5.1. Die Parade
 - 8.5.2. Paris, London und New York
 - 8.5.3. Virtuelle Laufstege

- 8.6. Designmessen und -veranstaltungen
 - 8.6.1. Veranstaltungsmanagement auf dem Modemarkt
 - 8.6.3. Das B2B-Umfeld
- 8.7. Ökodesign und Umweltauswirkungen
 - 8.7.1. Kunst-Handwerk
 - 8.7.2. Der neue Luxus
 - 8.7.3. Nachhaltige Mode in Zahlen
- 8.8. Vermarktung der Kollektion
 - 8.8.1. Das Omnichannel-Orchester
 - 8.8.2. Optimierung des Online-Kanals
 - 8.8.3. Die verbleibenden Vorteile von Offline
- 8.9. Personalisierte Veranstaltungen
 - 8.9.1. Ausrichtung auf das Publikum
 - 8.9.2. Kommunikationsstrategien
 - 8.9.3. Aufführung
- 8.10. Abschließende Bewertung der Sammlung
 - 8.10.1. Eindrücke in Zahlen
 - 8.10.2. Erweiterte Analyse und Indikatoren
 - 8.10.3. Die Neuformulierung des Kleidungsstücks
- 9.3.1. Grafiken
- 9.3.2. Pivot-Tabellen
- 9.3.3. Formulare
- 9.4. Fehlerbehandlung
 - 9.4.1. Format
 - 9.4.2. Anzahl
 - 9.4.3. Text
- 9.5. Erstellen von Datenbanken mit Microsoft Access
 - 9.5.1. Programmierung in Access
 - 9.5.2. Datentypen und Feldeigenschaften
 - 9.5.3. Abfragen und Makros
- 9.6. Berichte von Datenbanken
 - 9.6.1. Datenspeichern
 - 9.6.2. Vorlagen Datenbanken mit Access
 - 9.6.3. Aktualisieren von Abfragen
- 9.7. Big data mit Tableau
 - 9.7.1. Organisation der Daten
 - 9.7.2. Darstellung von numerischen Werten
 - 9.7.3. Nutzung verschiedener Datenquellen
- 9.8. Personalisierung von Daten mit Tableau
 - 9.8.1. Verwendung von Berechnungen
 - 9.8.2. Schnelle Tabellenberechnungen
 - 9.8.3. Referenzlinien
- 9.9. Dashboard: Visualisierung von Daten
 - 9.9.1. Geografische Kartierung
 - 9.9.2. Visualisierung und Vergleich von Messungen
 - 9.9.3. Statistiken und Prognosen
- 9.10. Projektmanagement
 - 9.10.1. Product Owner
 - 9.10.2. Methodik Lean
 - 9.10.3. Methodik Agile

Modul 9. Einkaufsmanagement für Mode

- 9.1. Die Dynamik eines Modeeinkäufers
 - 9.1.1. Der Lebenszyklus von Modeprodukten
 - 9.1.2. Saisonalität im Modesektor
 - 9.1.3. Hebel, die den Markenwert aktivieren
- 9.2. Formulierung mit Microsoft Excel
 - 9.2.1. Vorgänge
 - 9.2.2. Berechnung
 - 9.2.3. Rezepturen
- 9.3. Excel-Anwendungen

Modul 10. Workshop über Unternehmertum und kreatives Management

- 10.1. Innovation und Kreativität auf den Modemärkten
 - 10.1.1. Das Bestehende im Modedesign neu erfinden
 - 10.1.2. Neue Muster aus dem Nichts schaffen
 - 10.1.3. Patente auf Gewebe
- 10.2. Disruptives Denken und das *Design Thinking*
 - 10.2.1. Disruptives Denken und seine Auswirkungen über die Welt
 - 10.2.2. Das visuelle Schema des Design Thinking
 - 10.2.3. Lösung von Problemen
- 10.3. Führungsqualitäten und unternehmerische Denkweise
 - 10.3.1. Das Team
 - 10.3.2. Persönliche Marke
 - 10.3.3. Management von Unternehmensentwicklung und Wachstum
- 10.4. Die Wertschöpfungskette in der Mode- und Luxusindustrie
 - 10.4.1. Struktur des globalen Modemarktes
 - 10.4.2. Die traditionelle Wertschöpfungskette
 - 10.4.3. Die Entwicklung der Glieder der Wertschöpfungskette in der Modebranche
- 10.5. Die *Start Up* der Mode
 - 10.5.2. Finanzierungsrunden
 - 10.5.3. Der Sprung zur Internationalisierung
- 10.6. Kreative Leitung für Modeunternehmen
 - 10.6.1. Die Dynamik der Kreativität
 - 10.6.2. Professionelle Profile
 - 10.6.3. Funktionen des Kreativdirektors
- 10.7. Neurobiologie der Kreativität
 - 10.7.1. Intelligenz
 - 10.7.2. Kreative Quantifizierung
 - 10.7.3. Soziale Medien
- 10.8. Kreativitätstechniken





- 10.8.1. Die Blockade
- 10.8.2. Techniken zur Ideenfindung
- 10.8.3. CRE- IN
- 10.9. Die Quellen der Inspiration
 - 10.9.1. Die Modevergangenheit meistern
 - 10.9.2. Ambitionen: die Zukunft
 - 10.9.3. Das kompositorische Gleichgewicht zwischen Vergangenheit und Zukunft
- 10.10. Aufführung
 - 10.10.1. Der kompositorische Rahmen in einer Modekollektion
 - 10.10.2. Wahrnehmung des Betrachters
 - 10.10.3. Das Imaginäre der Modemarken

“

*Die Kenntnis der Besonderheiten des
Modedesigns wird Ihnen helfen, sich in
diesem Bereich beruflich weiterzuentwickeln
und Kollektionen zu entwerfen, die zu einem
Muss der Saison werden”*

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.



66

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"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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”



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. 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 berufliche Realität berücksichtigt wird.

“

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

Die Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. 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 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.

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 Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, 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 wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. 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 Ihr Fachgebiet 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.

Von einem Experten zu lernen, stärkt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Sicherheit bei zukünftigen schwierigen Entscheidungen.



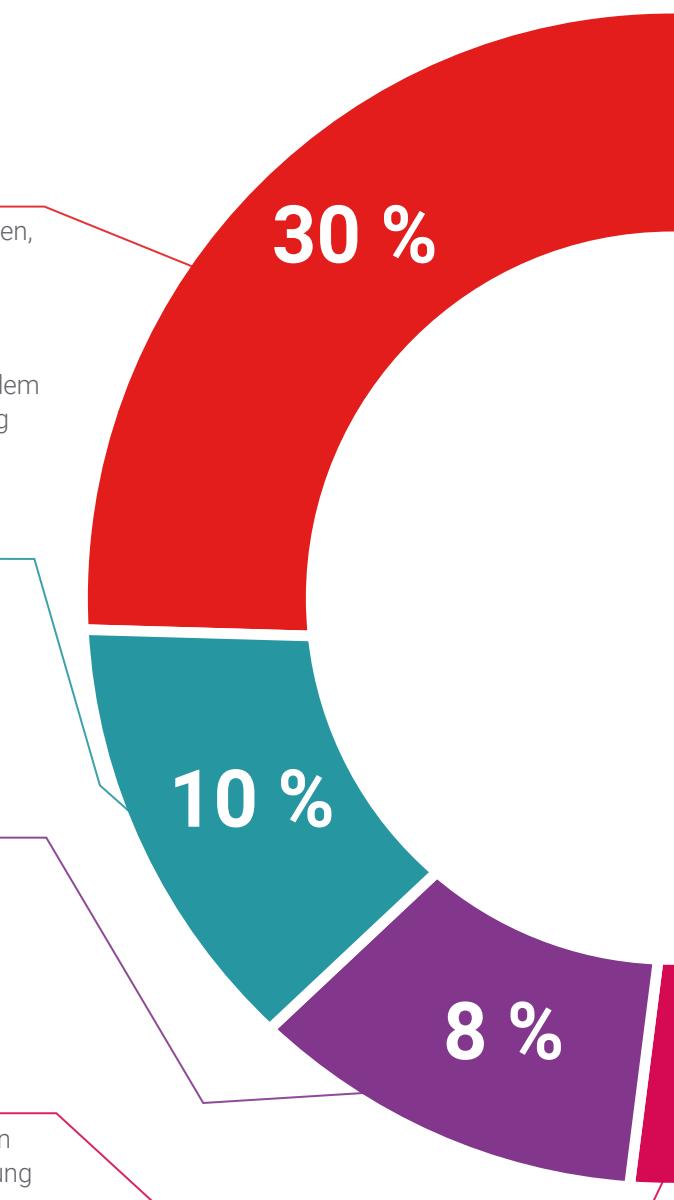
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

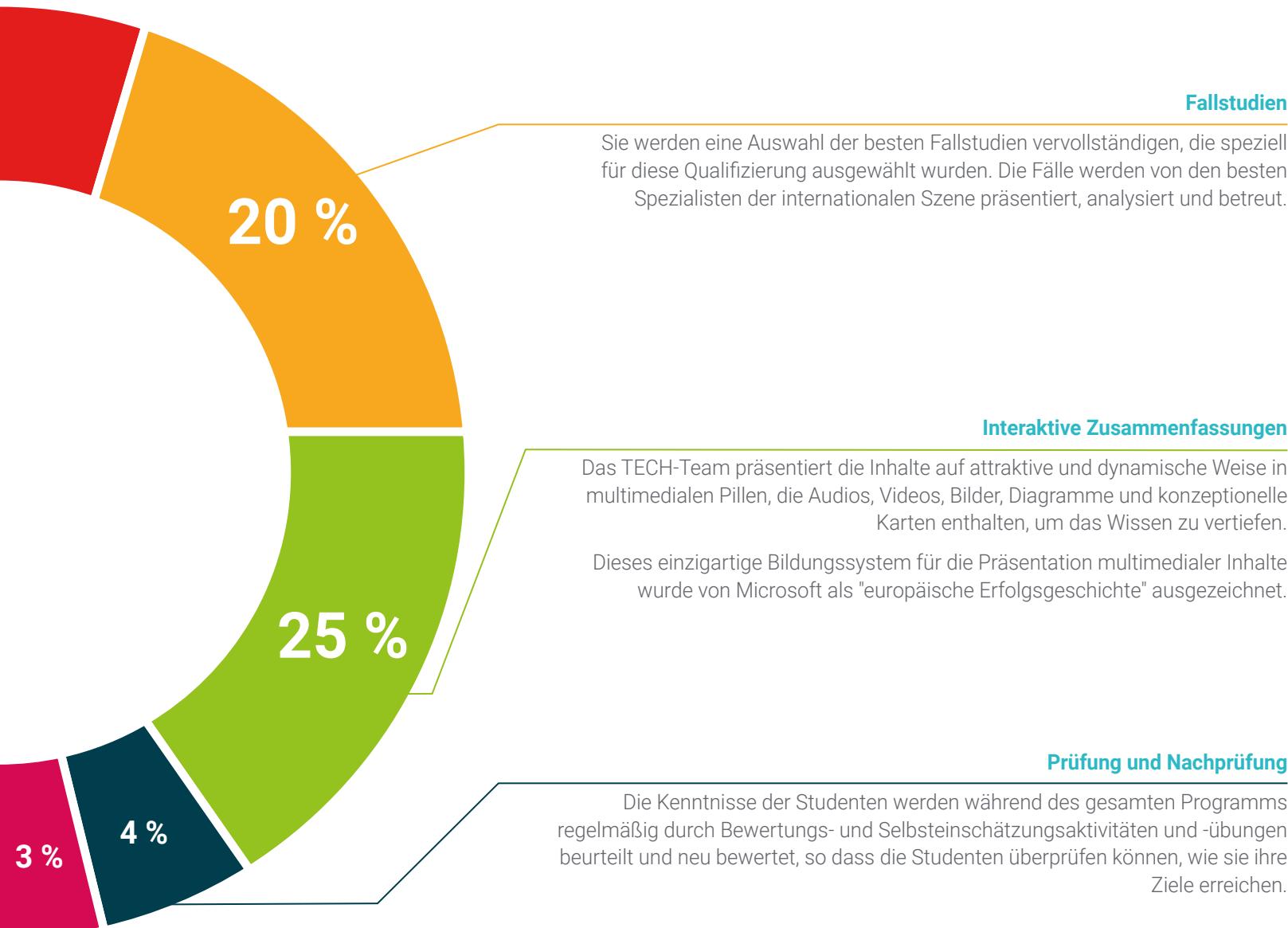
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Fortbildung benötigen.





07

Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Modedesign garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Global University ausgestellten Diplom.



“

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

Mit diesem Programm erwerben Sie den von **TECH Global University**, der größten digitalen Universität der Welt, bestätigten eigenen Titel **Weiterbildender Masterstudiengang in Modedesign**.

TECH Global University ist eine offizielle europäische Universität, die von der Regierung von Andorra ([Amtsblatt](#)) öffentlich anerkannt ist. Andorra ist seit 2003 Teil des Europäischen Hochschulraums (EHR). Der EHR ist eine von der Europäischen Union geförderte Initiative, die darauf abzielt, den internationalen Ausbildungsräume zu organisieren und die Hochschulsysteme der Mitgliedsländer dieses Raums zu vereinheitlichen. Das Projekt fördert gemeinsame Werte, die Einführung gemeinsamer Instrumente und die Stärkung der Mechanismen zur Qualitätssicherung, um die Zusammenarbeit und Mobilität von Studenten, Forschern und Akademikern zu verbessern.



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH Global University die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

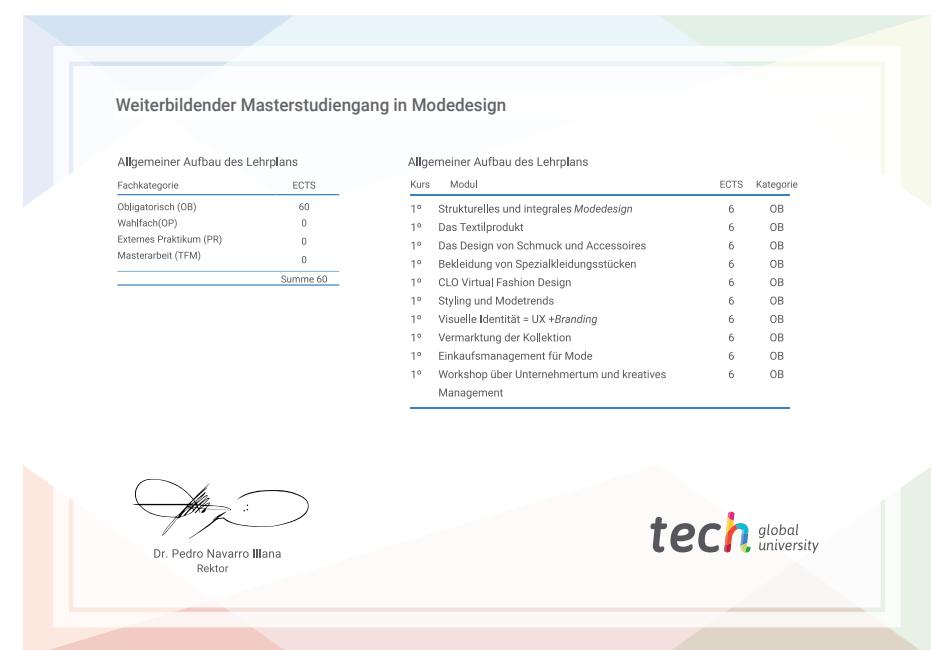
Dieser eigene Abschluss der **TECH Global University** ist ein europäisches Programm zur kontinuierlichen Weiterbildung und beruflichen Fortbildung, das den Erwerb von Kompetenzen in seinem Wissensgebiet garantiert und dem Lebenslauf des Studenten, der das Programm absolviert, einen hohen Mehrwert verleiht.

Titel: **Weiterbildender Masterstudiengang in Modedesign**

Modalität: **online**

Dauer: **12 monate**

Akkreditierung: **60 ECTS**



zukunft
gesundheit vertrauen menschen
erziehung information tutoren
garantie akkreditierung unterricht
institutionen technologie lernen
gemeinschaft verpflichtung
persönliche betreuung it
tech global
university
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer

Weiterbildender Masterstudiengang Modedesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Akkreditierung: 60 ECTS
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Weiterbildender Masterstudiengang

Modedesign



tech global
university