

Специализированная магистратура

Мода и стиль





Специализированная магистратура Мода и стиль

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: TECH Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/design/professional-master-degree/master-fashion-styling

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Структура и содержание

стр. 18

05

Методология

стр. 32

06

Квалификация

стр. 40

01

Презентация

Моду невозможно понять без стиля. В действительности именно стиль определяет моду и гармонично объединяет весь эстетический ансамбль наряда. Таким образом, рекомендуется иметь особую квалификацию в данной области, если вы хотите добиться успеха в этой художественной дисциплине. Поэтому данное обучение было разработано с целью предоставить студентам все необходимые знания в области стиля, имиджа и коммуникации, с тем чтобы они могли создавать проекты, привлекательные для публики, и в то же время уметь распространять их надлежащим образом. Это позволит студентам добиться высокого авторитета в международном мире моды.





“

Специализируйтесь в области моды
и стиля и передайте свои идеи
публике в привлекательной форме”

Мода и имидж – неразделимые аспекты, которые должны следовать одной линии, для того чтобы привлечь публику и получить ее поддержку. Следовательно, профессионалы в области дизайна одежды должны не только уметь создавать инновационные и привлекательные для публики образы, но и уметь доносить через свой дизайн собственные идеи и вдохновение. Это непростой процесс, необходимый для достижения успеха и требующий обширных знаний и опыта.

В этом смысле дизайн одежды не должен быть отдельным предметом, но должен рассматриваться как единый образ, способный привлечь публику и *инфлюенсеров*, выступающих промоутерами бренда, обеспечивая известность дизайну, который в 21 веке доступен каждому через социальные сети. С целью повышения уровня подготовки специалистов данной сферы была разработана данная Специализированная магистратура в области моды и стиля, включающая в себя наиболее актуальную информацию по истории современного искусства, одежды, дизайна моды, фотографии, стиля и маркетинга моды, чтобы студенты приобрели необходимую подготовку для развития в данной сфере.

TECH Технологический университет предлагает высококвалифицированную специализацию, востребованную модными дизайнерами, которые ищут специализированные программы высокого качества, позволяющие повысить уровень подготовки и предложить пользователям одежду, которая станет незаменимой в их гардеробе. Для достижения этой цели TECH предлагает передовую учебную программу, адаптированную к последним достижениям в этой области с современным учебным планом и преподаваемую опытными специалистами, готовыми предоставить все свои знания в распоряжение студентов. Следует отметить, что данная Специализированная магистратура проходит полностью в формате онлайн, и студенты не ограничены фиксированным расписанием или необходимостью переезжать в другое физическое место, и могут получать доступ к материалам в любое время суток, совмещая свою работу и личную жизнь с учебой.

Данная **Специализированная магистратура в области моды и стиля** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разработка практических кейсов, представленных экспертами в области моды
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям в области стиля, имиджа и модной коммуникации
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Достигните профессионального мастерства в таком конкурентном секторе, как индустрия моды благодаря высококачественной специализации, предлагаемой TECH"

“

*Онлайн-формат данной
Специализированной
магистратуры будет иметь важное
значение при совмещении учебы
с прочими повседневными
обязанностями студента”*

В преподавательский состав входят профессионалы из индустрии моды, которые привносят свой опыт работы в данное обучение, а также признанные специалисты, принадлежащие к ведущим научным сообществам и престижным университетам.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту пройти обучение с учетом ситуации и контекста, то есть в интерактивной среде, которая обеспечит погружение в учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях.

В центре внимания этой программы – проблемно-ориентированное обучение, с помощью которого специалисты должны попытаться решить различные ситуации профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. Для этого специалисту будет помогать инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными и опытными специалистами.

*Комплексная программа, которая
станет незаменимой для вашего
профессионального развития в
индустрии моды.*

*Получите доступ к множеству
практических кейсов и
специализируйтесь для того, чтобы
работать в передовом секторе.*



02

Цели

Специализированная магистратура в области моды и стиля направлена на содействие деятельности профессионалов, чтобы они узнали об основных разработках в данной области, что поможет им выполнять свою повседневную работу с высочайшим качеством и профессионализмом. Таким образом, студенты смогут успешно продвигаться в таком бурно развивающемся секторе, как индустрия моды, где все чаще требуются специалисты с высокой квалификацией и способные быстро адаптироваться к изменениям.





“

Получите уникальные
знания в области моды
и стиля и добейтесь
профессионального успеха”



Общие цели

- ♦ Получить подробные знания по истории моды, актуальные для профессионалов, желающих развиваться в данном секторе
- ♦ Знать существующие связи между историей искусств и модой
- ♦ Уметь создавать успешные проекты для мира моды
- ♦ Получить углубленные знания в области модного стиля, имиджа и коммуникации, позволяющие специалистам выделиться в данном секторе

“

Если вы желаете расширить свои знания и навыки в данной области, не раздумывайте. У TECH есть все необходимое, для того чтобы помочь вам достичь успеха”





Конкретные цели

Модуль 1. Колориметрия

- ♦ Знать и понимать теоретически и практически феномен цвета в различных его проявлениях
- ♦ Познакомиться с различными инструментами и обновленными ресурсами для использования цвета в дизайне и применять различные способы нанесения цвета как вручную, так и цифровым способом в процессе дизайна
- ♦ Понимать, как применять цвет, используя преимущества хроматических ресурсов и международных стандартов для достижения конкретных целей в дизайн-проектах
- ♦ Анализировать и различать основные законы зрительного восприятия, используя номенклатуру и специальную терминологию
- ♦ Понимать основные схемы композиции в дизайне

Модуль 2. История современного искусства

- ♦ Разработать методологию истории современного искусства с точки зрения классификации и анализа
- ♦ Знать специальную терминологию истории современного искусства и уместно ее использовать
- ♦ Анализировать и понимать историческое значение современного искусства и его влияние на общество
- ♦ Управлять ресурсами и источниками
- ♦ Рассмотреть историю искусства как источник вдохновения, творчества и качества дизайнерской продукции

Модуль 3. Фотография

- ♦ Изучить основы работы с фотоаппаратами
- ♦ Ознакомиться с *программным* обеспечением для разработки и редактирования фотографий
- ♦ Овладеть и понять лексику и основные понятия визуального и аудиовизуального языка
- ♦ Критически анализировать изображения различных типов
- ♦ Управлять ресурсами и источниками, связанными с предметом

Модуль 4. История одежды

- ♦ Определить языковые и выразительные ресурсы в соотношении с содержанием
- ♦ Выбирать исследовательские и инновационные ресурсы для решения вопросов, поставленных в рамках функций, потребностей и материалов одежды
- ♦ Объединить методологические и эстетические стратегии, которые помогают основывать и развивать творческие процессы
- ♦ Различать психологические процессы в эволюции предметов в истории одежды
- ♦ Связывать формальный и символический язык с функциональностью в области одежды
- ♦ Продемонстрировать взаимосвязь между элементами костюма и гуманистическими областями
- ♦ Обосновать противоречия между одеждой класса люкс и этическими ценностями
- ♦ Осмыслить влияние инноваций и качества в производстве одежды на качество жизни и окружающую среду

Модуль 5. Теория эстетики и искусств

- ♦ Научиться аргументировать свое мнение с точностью и строгостью, используя терминологию и лексику конкретной дисциплины
- ♦ Аргументировать эстетические основы дизайн-проектов
- ♦ Определять формальные и коммуникативные характеристики произведений дизайна моды
- ♦ Понимать взаимосвязь между направлениями искусства и дизайном
- ♦ Анализировать произведения дизайна, применяя формальные, коммуникативные и символические критерии

Модуль 6. История моды

- ♦ Объединить методологические и эстетические стратегии, которые помогают основывать и развивать творческие процессы
- ♦ Связать формальный и символический язык с функциональностью в области моды
- ♦ Обосновать противоречия между модной роскошью и этическими ценностями
- ♦ Осмыслить распространенность инноваций и качества в модном производстве, производстве готовой одежды и *бюджетной моды* на качество жизни и окружающую среду
- ♦ Знать и ценить историческое использование и способы, с помощью которых мода прибегала к воображаемым образам
- ♦ Научиться правильно денотативно и коннотативно интерпретировать модные образы

Модуль 7. Стил

- ♦ Определять и интерпретировать различные потребительские профили, чтобы адаптироваться к потребностям клиента и уметь удовлетворять их потребности в проектах в области стили
- ♦ Организовывать и управлять профессиональной работой стилиста моды в издательском контексте
- ♦ Исследовать, анализировать и переосмысливать новые эстетические тенденции
- ♦ Организовывать и управлять профессиональной работой стилиста моды в контексте *электронной коммерции*
- ♦ Ознакомиться с окружающей визуальной и творческой средами

Модуль 8. Маркетинг в индустрии моды

- ♦ Понять концепцию маркетинга
- ♦ Научиться позиционировать себя на рынке моды и в его окружении
- ♦ Понимать, как установить ценовую и товарную политику
- ♦ Знать процедуры распределения продукции
- ♦ Доносить идеи и проектные решения до клиентов, обоснованно аргументировать, умело оценивать предложения и направлять диалог в нужное русло

Модуль 9. Журналы

- ♦ Знать особенности, определяющие журнал как средство письменной журналистики, его типологию и сегментацию рынка
- ♦ Выпускать печатные и цифровые периодические издания
- ♦ Знать традиции и исторические предпосылки технологии письменной коммуникации и журналистского дизайна
- ♦ Проанализировать и определить различные компоненты журнала
- ♦ Знать особенности журнала, его специфику и издательский рынок

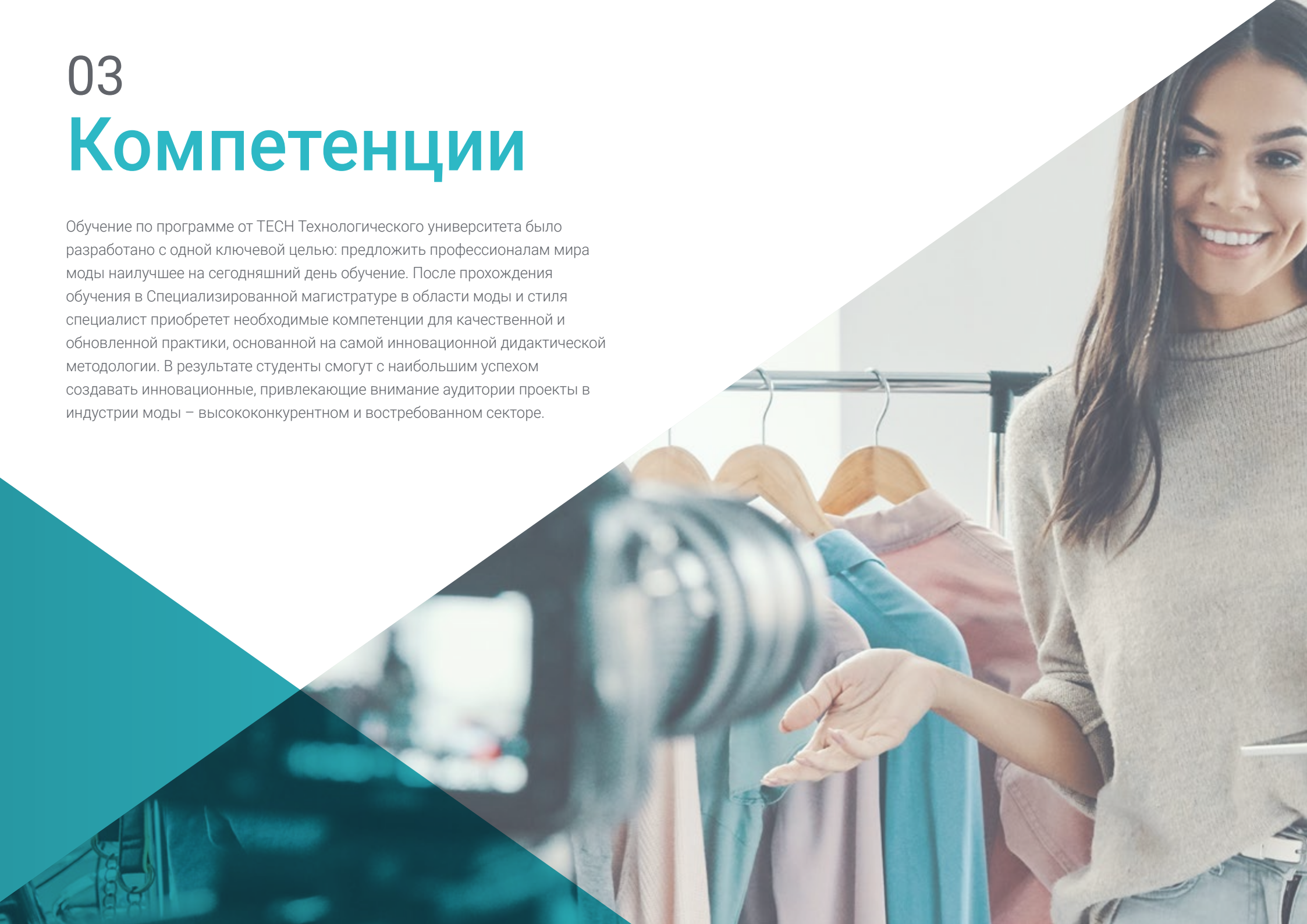
Модуль 10. Каналы коммуникации в индустрии моды

- ♦ Предлагать прямую, личную и уместную коммуникацию, способную удовлетворить конкретные цели для каждой социальной сети
- ♦ Иметь четкое представление о каждом из существующих в настоящее время цифровых каналов коммуникации
- ♦ Понять, как оказывать влияние с помощью каналов коммуникации и новых стратегий, которые реализуются с помощью цифровой среды
- ♦ Продолжать оказывать влияние со своего канала в социальных сетях
- ♦ Определить развитие аудиовизуального канала как ведущего средства выражения общественного мнения

03

Компетенции

Обучение по программе от ТЕСН Технологического университета было разработано с одной ключевой целью: предложить профессионалам мира моды наилучшее на сегодняшний день обучение. После прохождения обучения в Специализированной магистратуре в области моды и стиля специалист приобретет необходимые компетенции для качественной и обновленной практики, основанной на самой инновационной дидактической методологии. В результате студенты смогут с наибольшим успехом создавать инновационные, привлекающие внимание аудитории проекты в индустрии моды – высококонкурентном и востребованном секторе.



“

Современное обучение для
профессионалов, желающих
специализироваться в
высококонкурентном секторе”



Общие профессиональные навыки

- ♦ Создавать привлекательные модели, которые станут *must* предметами сезона
- ♦ Применять исторические критерии индустрии моды к текущим моделям, чтобы они стали неотъемлемыми предметами любого гардероба
- ♦ Разрабатывать эффективные стратегии коммуникации о модном бизнесе

“

Приобретите
необходимые навыки
для вашего успешного
развития в сфере в моде”





Профессиональные навыки

- ◆ Овладеть глубокими знаниями по колориметрии и применять наиболее подходящие цвета для каждого дизайна
- ◆ Проанализировать влияние современного искусства на моду
- ◆ Свободно владеть фотографией
- ◆ Создавать проекты одежды на основе эскизов и моделей
- ◆ Познакомиться с эволюцией одежды и процессом ее создания
- ◆ Освоить художественные направления, связанные с модой
- ◆ Ознакомиться со всеми этапами дизайна одежды
- ◆ Применять инновационные критерии при разработке и создании одежды
- ◆ Адаптировать создание модных коллекций к потребностям публики
- ◆ Применять маркетинговые инструменты в секторе моды с целью обеспечить известность бренда среди широкой общественности

04

Структура и содержание

Содержание Специализированной магистратуры охватывает все области знаний, необходимых профессионалам модной индустрии, включая самые интересные разработки и инновации в этом секторе. Обучение высокого качества, которое позволит студентам быть конкурентоспособными и компетентными в мире моды. Именно с этой целью учебный план был разработан профессионалами с большим опытом работы, вложивших весь свой опыт в программу, которая станет незаменимой для специалистов 21 века.



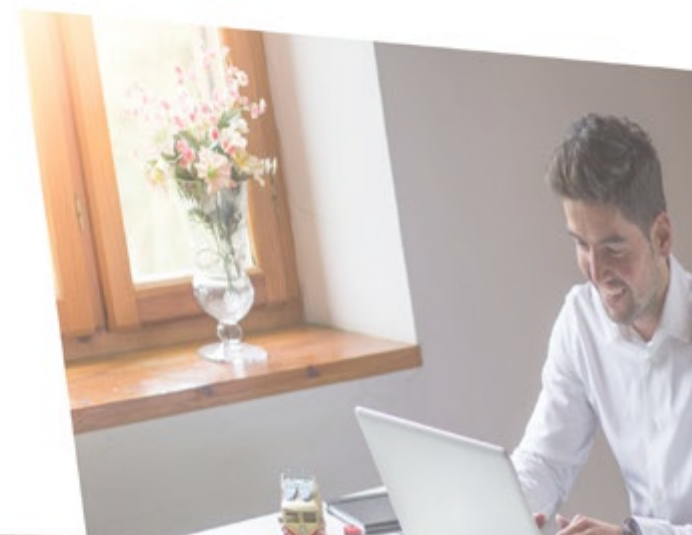
Apr
05

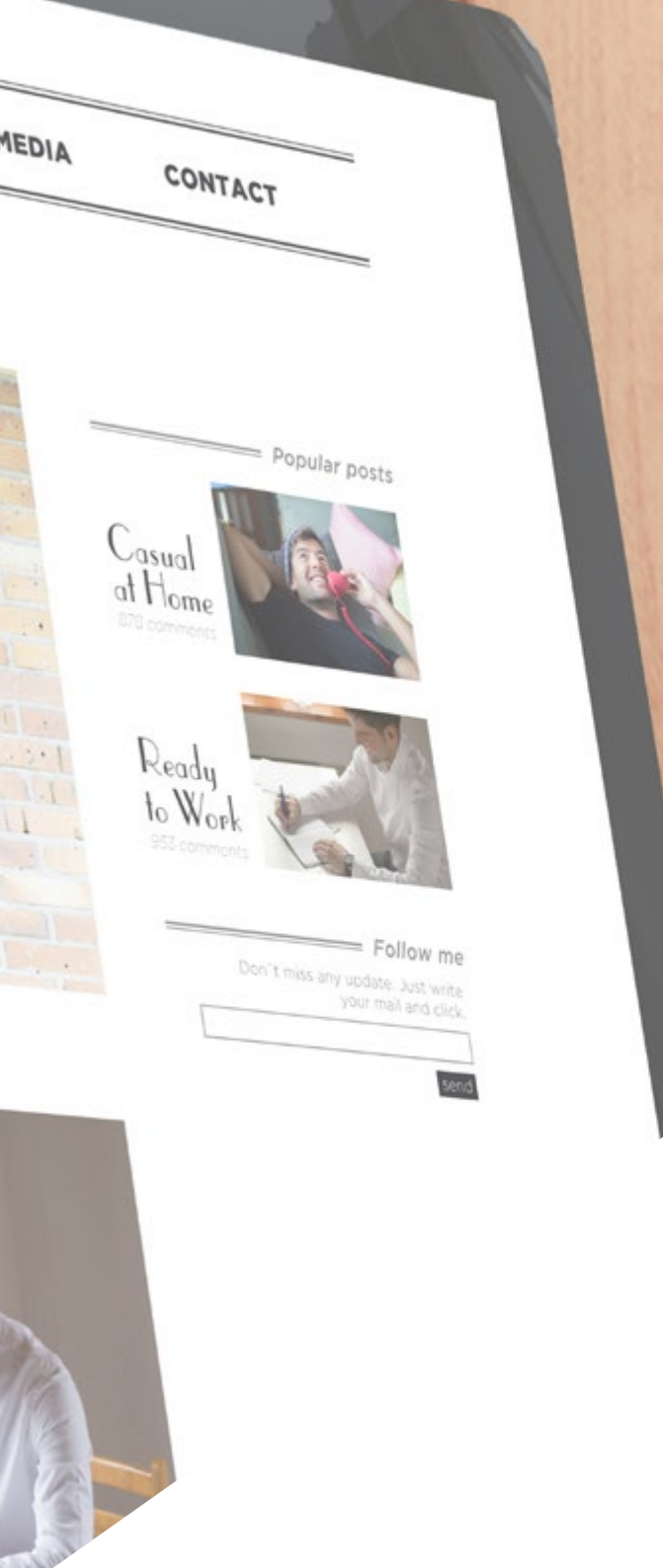
Office Outfit

465 comments

Today I want to show you a
simply casual look to go office
everyday...

[read more](#)





“

Это полноценный, грамотно структурированный учебный план, призванный обеспечить подробный обзор самых современных концепций в области моды и стиля”

Модуль 1. Колориметрия

- 1.1. Теория цвета
 - 1.1.1. Восприятие формы и пространства
 - 1.1.2. Цвет Определение
 - 1.1.3. Восприятие цвета
 - 1.1.4. Свойства или параметры цвета
 - 1.1.5. Классификация цвета
- 1.2. Восприятие цвета
 - 1.2.1. Человеческий глаз
 - 1.2.2. Восприятие цвета
 - 1.2.3. Переменные в восприятии цвета
 - 1.2.4. Невизуальное восприятие цвета
- 1.3. Цветовое моделирование и стандартизация
 - 1.3.1. История цвета
 - 1.3.1.1. Первые теории
 - 1.3.1.2. Леонардо да Винчи
 - 1.3.1.3. Исаак Ньютон
 - 1.3.1.4. Мозес Харрис
 - 1.3.1.5. Гёте
 - 1.3.1.6. Рунге
 - 1.3.1.7. Шеврёль
 - 1.3.1.8. Руд
 - 1.3.1.9. Мунселл
 - 1.3.1.10. Оствальд
 - 1.3.2. Визуальное восприятие
 - 1.3.2.1. Поглощение и отражение
 - 1.3.2.2. Молекулы пигмента
 - 1.3.3. Атрибуты цвета
 - 1.3.3.1. Тонус
 - 1.3.3.2. Освещенность
 - 1.3.3.3. Насыщенность
 - 1.3.4. Теплые и холодные цвета
 - 1.3.5. Гармония цвета
 - 1.3.6. Контраст
 - 1.3.7. Цветовые эффекты
 - 1.3.7.1. Размер
 - 1.3.7.2. Прозрачность, вес и масса
- 1.4. Семиотика и семантика цвета
 - 1.4.1. Семиотика цвета
 - 1.4.2. Описание цвета
 - 1.4.3. Цвета: материал, свет, восприятие, ощущения
 - 1.4.4. Цвет и материя
 - 1.4.5. Правда цвета
 - 1.4.6. Восприятие цвета
 - 1.4.7. Масса цвета
 - 1.4.8. Словарь цвета
- 1.5. Цвет в дизайне
 - 1.5.1. Цветовые тенденции
 - 1.5.2. Графический дизайн
 - 1.5.3. Дизайн интерьера
 - 1.5.4. Архитектура
 - 1.5.5. Ландшафтный дизайн
 - 1.5.6. Дизайн одежды
- 1.6. Состав
 - 1.6.1. Общие сведения
 - 1.6.1.1. Применяемые коды
 - 1.6.1.2. Степень оригинальности и банальности
 - 1.6.1.3. Степень иконичности и абстракции
 - 1.6.2. Конфигурационная организация изображения: отношения между фоном и фигурой
 - 1.6.3. Конфигурационная организация изображения: законы гештальта
 - 1.6.4. Конфигурационная организация изображения: системы пространственной организации
 - 1.6.4.1. Равновесие: статическое или динамическое Фокальная или ортогональная система
 - 1.6.4.2. Пропорции
 - 1.6.4.3. Симметрия
 - 1.6.4.4. Движение и ритм
 - 1.6.5. Полевое обследование

- 1.7. Функции изображения
 - 1.7.1. Представительная
 - 1.7.1.1. Картографическая
 - 1.7.1.2. Научная
 - 1.7.1.3. Архитектурная
 - 1.7.1.4. Проекционная
 - 1.7.2. Убеждающая
 - 1.7.3. Художественная
- 1.8. Психология цвета
 - 1.8.1. Теплые и холодные цвета
 - 1.8.2. Физиологические эффекты
 - 1.8.3. Символизм цвета
 - 1.8.4. Личные цветовые предпочтения
 - 1.8.5. Эмоциональные эффекты
 - 1.8.6. Локальный цвет и выразительность
- 1.9. Значение цвета
 - 1.9.1. Синий
 - 1.9.2. Красный
 - 1.9.3. Желтый
 - 1.9.4. Зеленый
 - 1.9.5. Черный
 - 1.9.6. Белый
 - 1.9.7. Оранжевый
 - 1.9.8. Фиолетовый
 - 1.9.9. Розовый
 - 1.9.10. Золотой
 - 1.9.11. Серебряный
 - 1.9.12. Коричневый
 - 1.9.13. Серый

- 1.10. Использование цвета
 - 1.10.1. Источники красок и пигментов
 - 1.10.2. Освещение
 - 1.10.3. Смесь масла и акрила
 - 1.10.4. Глазурованная керамика
 - 1.10.5. Цветное стекло
 - 1.10.6. Цветная штамповка
 - 1.10.7. Цветная фотография

Модуль 2. История современного искусства

- 2.1. Фовизм
 - 2.1.1. Истоки и влияние
 - 2.1.2. Характеристики
 - 2.1.3. Работы
 - 2.1.4. Основные представители
- 2.2. Экспрессионизм
 - 2.2.1. Истоки и влияние
 - 2.2.2. Характеристики
 - 2.2.3. Работы
 - 2.2.4. Основные представители
- 2.3. Футуризм
 - 2.3.1. Истоки и влияние
 - 2.3.2. Характеристики
 - 2.3.3. Работы
 - 2.3.4. Основные представители
- 2.4. Абстрактное искусство
 - 2.4.1. Истоки и влияние
 - 2.4.2. Характеристики
 - 2.4.3. Работы
 - 2.4.4. Основные представители

- 2.5. Конструктивизм
 - 2.5.1. Истоки и влияние
 - 2.5.2. Характеристики
 - 2.5.3. Работы
 - 2.5.4. Основные представители
- 2.6. Дадаизм
 - 2.6.1. Истоки и влияние
 - 2.6.2. Характеристики
 - 2.6.3. Работы
 - 2.6.4. Основные представители
- 2.7. Сюрреализм
 - 2.7.1. Истоки и влияние
 - 2.7.2. Характеристики
 - 2.7.3. Работы
 - 2.7.4. Основные представители
- 2.8. Первые художественные течения постконцептуального искусства
 - 2.8.1. Информализм
 - 2.8.2. Новая образность
 - 2.8.3. Кинетическое искусство
 - 2.8.4. Поп-арт
 - 2.8.5. Новый реализм
 - 2.8.6. Искусство действия
- 2.9. Вторые художественные течения постконцептуального искусства
 - 2.9.1. Минимализм
 - 2.9.2. Гиперреализм
 - 2.9.3. Концептуальное искусство
 - 2.9.4. Постмодернизм
 - 2.9.5. *Стрит-арт*
 - 2.9.6. *Лэнд-арт*
- 2.10. Постконцептуальное искусство в наши дни
 - 2.10.1. Поп-арт
 - 2.10.2. Арт-объект
 - 2.10.3. *Боди-арт*
 - 2.10.4. *Перформанс*
 - 2.10.5. Объекты

Модуль 3. Фотография

- 3.1. История фотографии
 - 3.1.1. Предпосылки фотографии
 - 3.1.2. Цветная фотография
 - 3.1.3. Фотопленка
 - 3.1.4. Цифровая камера
- 3.2. Создание изображения
 - 3.2.1. Фотокамера
 - 3.2.2. Основные параметры в фотографии
 - 3.2.3. Фотометрия
 - 3.2.4. Объективы и фокусное расстояние
- 3.3. Язык фотографии
 - 3.3.1. Функции
 - 3.3.2. Формальные, композиционные и интерпретационные элементы фотографического изображения
 - 3.3.3. Кадрирование
 - 3.3.4. Изображение времени и движения в фотографии
 - 3.3.5. Отношение фотографии с реальностью и истиной
- 3.4. Фотокамера
 - 3.4.1. Аналоговые и цифровые камеры
 - 3.4.2. Простые камеры
 - 3.4.3. Зеркальные камеры
 - 3.4.4. Базовые техники фотографии
 - 3.4.5. Выдержка и экспонометры
 - 3.4.6. Цифровая зеркальная камера. Сенсор
 - 3.4.7. Обращение с цифровой камерой в сравнении с аналоговой камерой
 - 3.4.8. Конкретные аспекты, представляющие интерес
 - 3.4.9. Режимы работы с цифровой камерой
- 3.5. Цифровое изображение
 - 3.5.1. Форматы файлов
 - 3.5.2. Баланс белого
 - 3.5.3. Цветовая температура
 - 3.5.4. Гистограмма. Экспозиция в цифровой фотографии
 - 3.5.5. Динамичный ранг

- 3.6. Поведение света
 - 3.6.1. Фотон
 - 3.6.2. Отражение и поглощение света
 - 3.6.3. Количество и качество света
 - 3.6.3.1. Жесткий свет и мягкий свет
 - 3.6.3.2. Прямой и рассеянный свет
- 3.7. Выразительность и эстетика освещения
 - 3.7.1. Тени, модификаторы и глубина изображения
 - 3.7.2. Углы освещения
 - 3.7.3. Схемы освещения
 - 3.7.4. Измерение света
 - 3.7.4.1. Фотометр
 - 3.7.4.2. Падающий свет
 - 3.7.4.3. Отраженный свет
 - 3.7.4.4. Измерения по нескольким точкам
 - 3.7.4.5. Контраст
 - 3.7.4.6. Серый цвет
 - 3.7.5. Естественный свет
 - 3.7.5.1. Диффузоры
 - 3.7.5.2. Отражатели
 - 3.7.6. Освещение искусственным светом
 - 3.7.6.1. Фотостудия
 - 3.7.6.2. Источники света
 - 3.7.6.3. Холодный свет
 - 3.7.6.4. Студийные вспышки и компактные вспышки
 - 3.7.6.5. Аксессуары
- 3.8. Программное обеспечение для редактирования
 - 3.8.1. Adobe Lightroom
 - 3.8.2. Adobe Photoshop
 - 3.8.3. Плагины
- 3.9. Фоторедактирование и проявка
 - 3.9.1. Проявка в формате Camera RAW
 - 3.9.2. Шум и фокус
 - 3.9.3. Регулировка экспозиции, контраста и насыщенности. Уровни и кривые

- 3.10. Примеры и применения
 - 3.10.1. Самые значимые фотографии в истории
 - 3.10.2. Фотография в дизайне интерьера
 - 3.10.3. фотография в дизайне продукции
 - 3.10.4. Фотография в области дизайна моды
 - 3.10.5. Фотография в графическом дизайне

Модуль 4. История одежды

- 4.1. Предыстория
 - 4.1.1. Введение
 - 4.1.2. Доисторические цивилизации
 - 4.1.3. Торговля в доисторический период
 - 4.1.4. Костюм доисторической эпохи
 - 4.1.5. Меха и кушнирство
 - 4.1.6. Полотна и техники
 - 4.1.7. Хронологическое соответствие и сходство в доисторическом костюме
- 4.2. Древность: Египет и Месопотамия
 - 4.2.1. Египет
 - 4.2.2. Ассирийцы
 - 4.2.3. Персидские народы
- 4.3. Древность: Классическая Греция
 - 4.3.1. Критский костюм
 - 4.3.2. Полотна, используемые в Древней Греции
 - 4.3.3. Древнегреческие предметы одежды
 - 4.3.4. Древнегреческая нижняя одежда
 - 4.3.5. Древнегреческая обувь
 - 4.3.6. Древнегреческие головные уборы
 - 4.3.7. Древнегреческие цвета и украшения
 - 4.3.8. Древнегреческие аксессуары
- 4.4. Древность: Римская империя
 - 4.4.1. Полотна Древнего Рима
 - 4.4.2. Древнеримские предметы одежды
 - 4.4.3. Древнеримская нижняя одежда
 - 4.4.4. Древнеримская обувь

- 4.4.5. Древнеримские головные уборы
- 4.4.6. Взаимосвязь социального статуса и одежды в Древнем Риме
- 4.4.7. Византийский стиль
- 4.5. Раннее и позднее Средневековье
 - 4.5.1. Общие исторические особенности средневекового периода
 - 4.5.2. Костюм в период раннего средневековья
 - 4.5.3. Костюм в период Каролингов
 - 4.5.4. Костюм в романский период
 - 4.5.5. Готический костюм
- 4.6. Раннее Новое время: Ренессанс, барокко и рококо
 - 4.6.1. XV и XVI века: Эпоха Возрождения
 - 4.6.2. XVII век: Барокко
 - 4.6.3. XVIII век: Рококо
- 4.7. Позднее Новое время: неоклассицизм и романтизм
 - 4.7.1. Индустрия одежды
 - 4.7.2. Шарль Фредерик Уорт
 - 4.7.3. Жак Дусе
 - 4.7.4. Женская одежда
 - 4.7.5. Жозефина Бонапарт: стиль ампир
- 4.8. Позднее Новое время: викторианская эпоха и *Belle Époque*
 - 4.8.1. Королева Виктория
 - 4.8.2. Мужская одежда
 - 4.8.3. Дэнди
 - 4.8.4. Поль Пуаре
 - 4.8.5. Мадлен Вионне
- 4.9. Позднее Новое время: от одежды к моде
 - 4.9.1. Новый контекст и социальные изменения
 - 4.9.2. Дизайнеры одежды
 - 4.9.3. Коко Шанель
 - 4.9.4. Нью-лук
- 4.10. Современный век: век дизайнеров и моды
 - 4.10.1. Современная одежда
 - 4.10.2. Восхождение американских дизайнеров
 - 4.10.3. Лондонская сцена





Модуль 5. Теория эстетики и искусств

- 5.1. Возникновение и становление эстетики
 - 5.1.1. Определение эстетики
 - 5.1.2. Платонизм
 - 5.1.3. Аристотелизм
 - 5.1.4. Неоплатонизм
- 5.2. Мимесис, поэзис и катарсис
 - 5.2.1. Мимесис
 - 5.2.2. Поэзис
 - 5.2.3. Катарсис
- 5.3. Средние века и современность
 - 5.3.1. Схоластика
 - 5.3.2. Эпоха Возрождения
 - 5.3.3. Маньеризм
 - 5.3.4. Барокко
 - 5.3.5. Рационализм
 - 5.3.6. Эмпиризм
 - 5.3.7. Эпоха Просвещения
 - 5.3.8. Идеализм
- 5.4. Определение искусства в наши дни
 - 5.4.1. Искусство
 - 5.4.2. Художник
 - 5.4.3. Вкус и критика
 - 5.4.4. Изящные искусства
- 5.5. Изящные искусства
 - 5.5.1. Архитектура
 - 5.5.2. Скульптура
 - 5.5.3. Живопись
 - 5.5.4. Музыка
 - 5.5.5. Поэзия

- 5.6. Эстетика и рефлексия
 - 5.6.1. Эстетика позитивизма
 - 5.6.2. Эстетика идеализма
 - 5.6.3. Критическая эстетика
 - 5.6.4. Эстетика либертарианства
- 5.7. Эстетика и этика
 - 5.7.1. Просвещение
 - 5.7.2. Идеализм
 - 5.7.2.1. Кант
 - 5.7.2.2. Шиллер, Фихте, Шеллинг
 - 5.7.2.3. Гегель
 - 5.7.3. Романтизм
 - 5.7.3.1. Кьеркегор, Шопенгауэр и Вагнер
 - 5.7.3.2. Ницше
- 5.8. Эстетика и вкус
 - 5.8.1. Эстетический вкус как просвещенный теоретический статус
 - 5.8.2. Вкус к воздействию
 - 5.8.3. Эстетизация вкуса
- 5.9. Современная эстетика
 - 5.9.1. Формализм
 - 5.9.2. Иконология
 - 5.9.3. Неоидеализм
 - 5.9.4. Марксизм
 - 5.9.5. Прагматизм
 - 5.9.6. Новесентизм
 - 5.9.7. Теория разума
 - 5.9.8. Логический эмпиризм
 - 5.9.9. Семиотика
 - 5.9.10. Феноменология
 - 5.9.11. Экзистенциализм
 - 5.9.12. Эстетика постмодерна

- 5.10. Категории эстетики
 - 5.10.1. Красота
 - 5.10.2. Уродство
 - 5.10.3. Возвышенное
 - 5.10.4. Трагедия
 - 5.10.5. Комедия
 - 5.10.6. Гротеск

Модуль 6. История моды

- 6.1. От одежды к моде
 - 6.1.1. Новый контекст и социальные изменения
 - 6.1.2. Освобождение женщины
 - 6.1.3. Новая концепция модного дизайнера
 - 6.1.4. Начало XX века
- 6.2. Современная одежда
 - 6.2.1. Современная одежда
 - 6.2.2. Восхождение американских дизайнеров
 - 6.2.3. Лондонская сцена
 - 6.2.4. Нью-Йорк в 70-е годы
 - 6.2.5. Мода 80-х годов
 - 6.2.6. Мультибрендовые группы класса люкс
 - 6.2.7. Функциональная мода
 - 6.2.8. *Activewear*
 - 6.2.9. Мода, искусство и поп-культура
 - 6.2.10. *Знаменитости*
 - 6.2.11. Фотография и Интернет
- 6.3. Великие мастера моды
 - 6.3.1. Жанна Ланвен
 - 6.3.2. Жанна Пакен
 - 6.3.3. Эмилия Флёге
 - 6.3.4. Мадлен Вионне
 - 6.3.5. Габриель Шанель
 - 6.3.6. Эльза Скьяпарелли
 - 6.3.7. Каролина Эррера

- 6.4. Великие мастера моды
 - 6.4.1. Шарль Фредерик Уорт
 - 6.4.2. Жак Дусе
 - 6.4.3. Поль Пуаре
 - 6.4.4. Кристоаль Баленсиага
 - 6.4.5. Кристиан Диор
 - 6.4.6. Карл Лагерфельд
 - 6.4.7. Александр Маккуин
- 6.5. *Высокая мода*
 - 6.5.1. История *высокой моды*
 - 6.5.2. Федерация высокой моды и искусства
 - 6.5.3. Члены федерации
 - 6.5.4. *От высокой моды до готовой одежды*
- 6.6. Ремесло
 - 6.6.1. Полотна как искусство
 - 6.6.2. Рукоделие, дополняющее одежду
 - 6.6.3. Художники и ремесленники, связанные с модой
- 6.7. *Быстрая мода*
 - 6.7.1. История и происхождение *быстрой моды*
 - 6.7.2. Бизнес-модели *быстрой моды*
 - 6.7.3. Влияние *быстрой моды* в мире
- 6.8. Модная реклама и фотография
 - 6.8.1. Архетипы и стереотипы
 - 6.8.2. Модный образ
 - 6.8.3. Визуальная коммуникация в мире моды
 - 6.8.4. Великие фотографы в мире моды
- 6.9. Влияние моды
 - 6.9.1. Текстильная промышленность
 - 6.9.2. Взаимосвязь между искусством и модой
 - 6.9.3. Мода и общество
- 6.10. Теория и критика в моде
 - 6.10.1. Современные дизайнеры и их влияние
 - 6.10.2. Современные тенденции
 - 6.10.3. Тривиализация моды

Модуль 7. Стиль

- 7.1. Введение в понятие стиля
 - 7.1.1. Эстетика и стиль
 - 7.1.2. Анализ и знание стиля
 - 7.1.3. Роль стилиста
 - 7.1.4. Коммуникация в индустрии моды
 - 7.1.5. Цифровая коммуникация
 - 7.1.5.1. Социальные сети
 - 7.1.5.2. *Инфлюенсеры*
 - 7.1.5.3. *Блогеры*
 - 7.1.6. Организационные и производственные методы в стиле
- 7.2. Стиль на подиуме
 - 7.2.1. Что такое дефиле
 - 7.2.2. Цели дефиле
 - 7.2.3. Главные мировые подиумы
 - 7.2.4. Предварительная подготовка
 - 7.2.5. Команда
 - 7.2.6. *Fitting*
 - 7.2.7. Модели
 - 7.2.8. Луки
 - 7.2.9. Музыка
 - 7.2.10. Пространство
 - 7.2.11. Post-event
- 7.3. Аудиовизуальный стиль
 - 7.3.1. Кино
 - 7.3.2. *Fashion film*
 - 7.3.3. *Шоурум* и *шоуруминг*
 - 7.3.4. *Электронная коммерция*
- 7.4. Этикет в одежде
 - 7.4.1. Форменная одежда
 - 7.4.2. Повседневная одежда
 - 7.4.4. Спортивная одежда
 - 7.4.5. Виды этикета

- 7.5. Морфология тела и колориметрия
 - 7.5.1. Типологии тела
 - 7.5.2. Силуэты тела
 - 7.5.3. Теория цвета, применяемая в консалтинге
 - 7.5.4. Цветовая теория времен года
 - 7.5.5. Классификация цвета
- 7.6. Макияж
 - 7.6.1. Введение в макияж
 - 7.6.2. Материалы для макияжа
 - 7.6.3. Нанесение макияжа
 - 7.6.4. Стили в макияже
- 7.7. *Личный ассистент покупок*
 - 7.7.1. Кто такой *личный ассистент покупок*?
 - 7.7.2. Процесс имидж-консалтинга по одежде и аксессуарам
 - 7.7.3. Характеристики консультанта по имиджу
 - 7.7.4. Как подойти к процессу имидж-консалтинга
 - 7.7.5. Развитие процесса: техническая документация
 - 7.7.6. Изучение и оценка имиджа клиента
 - 7.7.7. Составление предложения для клиента о принятии нового эстетического образа в одежде
 - 7.7.8. Методы утверждения эстетичных моделей одежды
 - 7.7.9. Методы обучения клиента
 - 7.7.10. Консультации по вопросам покупки одежды и аксессуаров
- 7.8. Стиль одежды
 - 7.8.1. Предыстория и древние времена
 - 7.8.1.1. Предыстория
 - 7.8.1.2. Месопотамия: шумеры, вавилоняне и ассирийцы, персы и меды
 - 7.8.1.3. Египет
 - 7.8.1.4. Крит: минойская цивилизация
 - 7.8.1.5. Грета
 - 7.8.1.6. Этрурия
 - 7.8.1.7. Рим
 - 7.8.1.8. Византийская империя
 - 7.8.2. История костюма: Средневековье и Эпоха Возрождения
 - 7.8.2.1. Средневековье
 - 7.8.2.2. Эпоха Возрождения
 - 7.8.3. История одежды: Барокко и рококо
 - 7.8.3.1. Барокко: XVII век
 - 7.8.3.2. Рококо: XVIII век
 - 7.8.4. История одежды: XIX век
 - 7.8.4.1. Исторический контекст
 - 7.8.4.2. Женская одежда
 - 7.8.4.3. Мужская одежда
 - 7.8.5. История костюма: XX век
 - 7.8.5.1. Исторический контекст
 - 7.8.5.2. Одежда с 1900 по 1950 годы
 - 7.8.5.3. Одежда с 1950 по 2000 годы
- 7.9. Лексикон для одежды
 - 7.9.1. Шляпы, кепки и шапочки
 - 7.9.2. Пальто и куртки
 - 7.9.3. Мужской костюм
 - 7.9.4. Узлы галстука
 - 7.9.5. Рубашки
 - 7.9.6. Футболки
 - 7.9.7. Воротники, вырезы и воротнички
 - 7.9.8. Рукава
 - 7.9.9. Брюки
 - 7.9.10. Платья
 - 7.9.11. Туфли
 - 7.9.12. Юбки
 - 7.9.13. Аксессуары
- 7.10. Основные стили в одежде
 - 7.10.1. Тенденции
 - 7.10.2. *Кулхантер*
 - 7.10.3. Классический стиль
 - 7.10.4. Стиль авангард

- 7.10.5. Повседневный стиль или кэжуал
- 7.10.6. Богемный стиль
- 7.10.7. Минимализм
- 7.10.8. Стиль ретро или *винтаж*
- 7.10.9. Стиль *оверсайз*
- 7.10.10. Женственный стиль и *нижнее белье*
- 7.10.11. Стиль *гранж*
- 7.10.12. Этнический стиль
- 7.10.13. Стиль *хиппи*
- 7.10.14. Стиль панк
- 7.10.15. Представительский стиль
- 7.10.16. Готический стиль
- 7.10.17. Стиль сафари
- 7.10.18. Стиль милитари
- 7.10.19. Фольклорный стиль
- 7.10.20. Стиль *андерграунд*
- 7.10.21. Прочие стили

Модуль 8. Маркетинг в индустрии моды

- 8.1. Маркетинг в индустрии моды
 - 8.1.1. Введение в маркетинг в индустрии моды
 - 8.1.2. Определение маркетинга
 - 8.1.3. Маркетинг и переменные факторы
- 8.2. Исследование модного рынка
 - 8.2.1. Среда модного рынка
 - 8.2.2. Структура рынка
 - 8.2.3. Агенты производственного процесса
 - 8.2.4. Международный рынок
- 8.3. Стратегии на рынке моды
 - 8.3.1. Сегментация рынка
 - 8.3.2. Позиционирование продукта
 - 8.3.3. Исследование рынка

- 8.4. Потребитель моды
 - 8.4.1. Потребитель моды
 - 8.4.2. Покупательское поведение
 - 8.4.3. Процесс принятия решения о покупке
- 8.5. Мода как продукт
 - 8.5.1. Мода как продукт
 - 8.5.2. Жизненный цикл продукта
 - 8.5.3. Идентичность бренда
- 8.6. Ценовая политика в сфере моды
 - 8.6.1. Цена
 - 8.6.2. Затраты
 - 8.6.3. Ценообразование
- 8.7. Коммуникация в мире моды
 - 8.7.1. Коммуникация и продвижение продукции
 - 8.7.2. Подиум
 - 8.7.3. Тенденции
 - 8.7.4. Контроль качества процесса
- 8.8. Распространение в мире моды
 - 8.8.1. Распространение
 - 8.8.2. Логистика
 - 8.8.3. Торговое пространство
 - 8.8.4. *Мерчандайзинг*
- 8.9. Маркетинг в индустрии моды
 - 8.9.1. Стратегический маркетинг
 - 8.9.2. Планирование маркетинга
 - 8.9.3. Маркетинг онлайн
- 8.10. Ответственность компаний модной индустрии
 - 8.10.1. Корпоративная социальная ответственность
 - 8.10.2. Социальные факторы
 - 8.10.3. Профессиональный профиль маркетолога

Модуль 9. Журналы

- 9.1. Что такое журнал
 - 9.1.1. Введение
 - 9.1.2. Что такое журнал? Его особенности и издательский рынок
 - 9.1.3. Специфика журнала
 - 9.1.4. Рынок журналов: общие вопросы
 - 9.1.5. Крупнейшие издательские группы журналов
- 9.2. Читатели журнала
 - 9.2.1. Введение
 - 9.2.2. Читатели журнала
 - 9.2.3. Поиск и формирование лояльности читателей
 - 9.2.4. Читатель печатных журналов
 - 9.2.5. Читатель цифровых журналов
 - 9.2.6. Читательская аудитория и реклама
- 9.3. Создание и жизнь журнала
 - 9.3.1. Введение
 - 9.3.2. Создание журнала
 - 9.3.3. Название
 - 9.3.4. Жизненный цикл журнала
- 9.4. Сегментация и специализация журналов
 - 9.4.1. Введение
 - 9.4.2. Сегментация и специализация журналов
 - 9.4.3. Типы журналов
 - 9.4.3.1. Культурные журналы
 - 9.4.3.2. Бульварные журналы
 - 9.4.3.3. Добавки
- 9.5. Структура и содержание журналов
 - 9.5.1. Введение
 - 9.5.2. Заголовок
 - 9.5.3. Структура
 - 9.5.4. Содержание
- 9.6. Рождение и развитие журналов в Европе и США
 - 9.6.1. Введение
 - 9.6.2. Зарождение: с XVI по XVIII век. От отношений до газет
 - 9.6.3. XIX век в Европе
 - 9.6.4. Баланс XIX века
- 9.7. XX век: становление современного журнала
 - 9.7.1. Введение
 - 9.7.2. Первые десятилетия XX века в европейских журналах
 - 9.7.3. Соединенные Штаты между 1920-ми и 1960-ми годами: второй стремительный рост журналов
 - 9.7.4. Европа после Второй мировой войны: журналы с 1940-х годов и далее
 - 9.7.5. Начиная с 1960-х годов: обновленный журнал
- 9.8. Этапы истории американских журналов
 - 9.8.1. Введение
 - 9.8.2. National Geographic - этап в истории популярных журналов.
 - 9.8.3. Time - важная ступень в развитии еженедельных *новостных журналов*
 - 9.8.4. Reader's Digest - веха в журнальном деле
 - 9.8.5. The New Yorker - веха в журнале мнений и культуры
- 9.9. Журналы в Европе
 - 9.9.1. Введение
 - 9.9.2. Распространение
 - 9.9.3. Лучшие журналы по странам
- 9.10. Журналы в Латинской Америке
 - 9.10.1. Введение
 - 9.10.2. Происхождение
 - 9.10.3. Лучшие журналы по странам

Модуль 10. Каналы коммуникации в индустрии моды

- 10.1. Влияние и другие стратегии воздействия в новых цифровых каналах
 - 10.1.1. Стратегии воздействия, связанные с коммуникацией в индустрии моды
 - 10.1.2. Влияние в сфере социальных сетей
 - 10.1.3. Управление новыми цифровыми лидерами: Модные *инфлюенсеры*
- 10.2. Выбор канала коммуникации: теория Форрестера
 - 10.2.1. Новое общественное мнение: руководство массами, каждым по очереди
 - 10.2.2. Что такое теория Форрестера?
 - 10.2.3. Применение теории Форрестера к индустрии моды
- 10.3. Сила аудиовизуального языка и невербального коммуникации
 - 10.3.1. Рост доли рынка невербальной коммуникации
 - 10.3.2. Влияние аудиовизуального послания на моду
 - 10.3.3. Композиция фотографического дискурса в социальных сетях
- 10.4. Эволюция и функционирование социальных медиа в индустрии моды
 - 10.4.1. Этапы возникновения и развития сети Интернет
 - 10.4.2. Многоканальная стратегия в социальных сетях в индустрии моды
 - 10.4.3. Что такое социальная сеть? Отличия от традиционных каналов коммуникации
- 10.5. Facebook, большая база данных
 - 10.5.1. Сквозная коммуникация
 - 10.5.2. Общественный интерес
 - 10.5.3. Модели присутствия в Facebook
- 10.6. Instagram — гораздо больше, чем модные фотографии
 - 10.6.1. Эмоциональные послания и управление эмпатией
 - 10.6.2. Интимность повседневной жизни в фотографиях
 - 10.6.3. Выделиться в самой важной социальной сети в индустрии моды
- 10.7. Профессиональный контент в LinkedIn
 - 10.7.1. Создание личного бренда
 - 10.7.2. Когнитивные сообщения в модном брендинге
 - 10.7.3. Управление отношениями с конкурентами
- 10.8. Политизация Twitter
 - 10.8.1. Импульсивная и омниканальная коммуникация
 - 10.8.2. Прямые сообщения и создание содержания в 20 символах
 - 10.8.3. Влияние заголовков: от глубины к легкости
- 10.9. TikTok за пределами поколения Z
 - 10.9.1. Аудиовизуальная революция и ускорение изменений в моде в контексте *Slow Fashion*
 - 10.9.2. Демократизация в создании аудиовизуального содержания
 - 10.9.3. Мода как новостное и информационное событие
- 10.10. YouTube как способ выражения аудиовизуального содержания
 - 10.10.1. Управление ожиданиями при создании аудиовизуального содержания
 - 10.10.2. Карта контента YouTube о моде, красоте и роскоши
 - 10.10.3. Новые тенденции в общественном мнении: *микроинфлюенсеры*

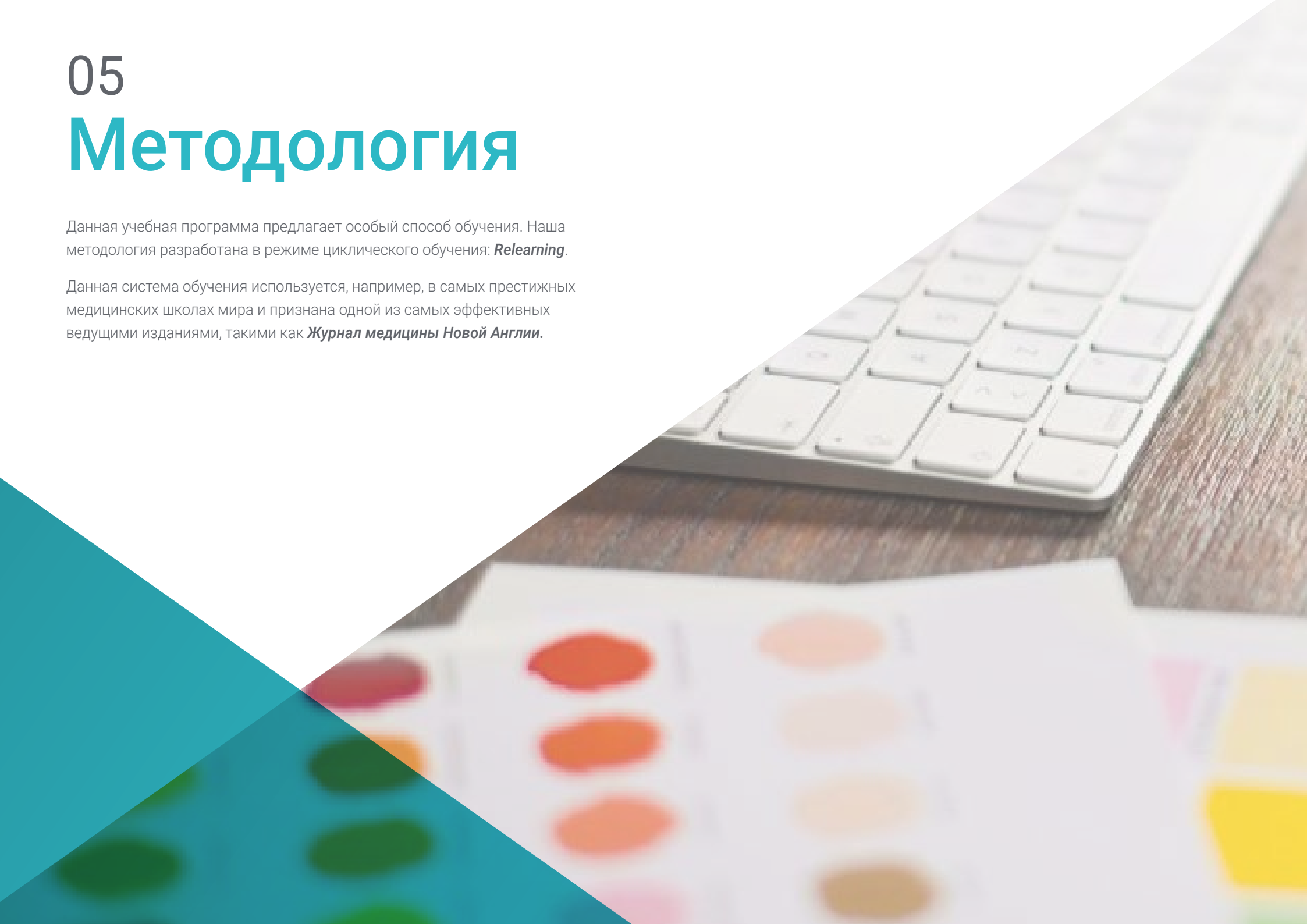


Уникальная программа, которая даст вам ключи к успешному развитию в мире моды"

05 Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



“

Откройте для себя методику *Relearning*, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“*Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере*”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения лучшими преподавателями в мире. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.



В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удерживать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



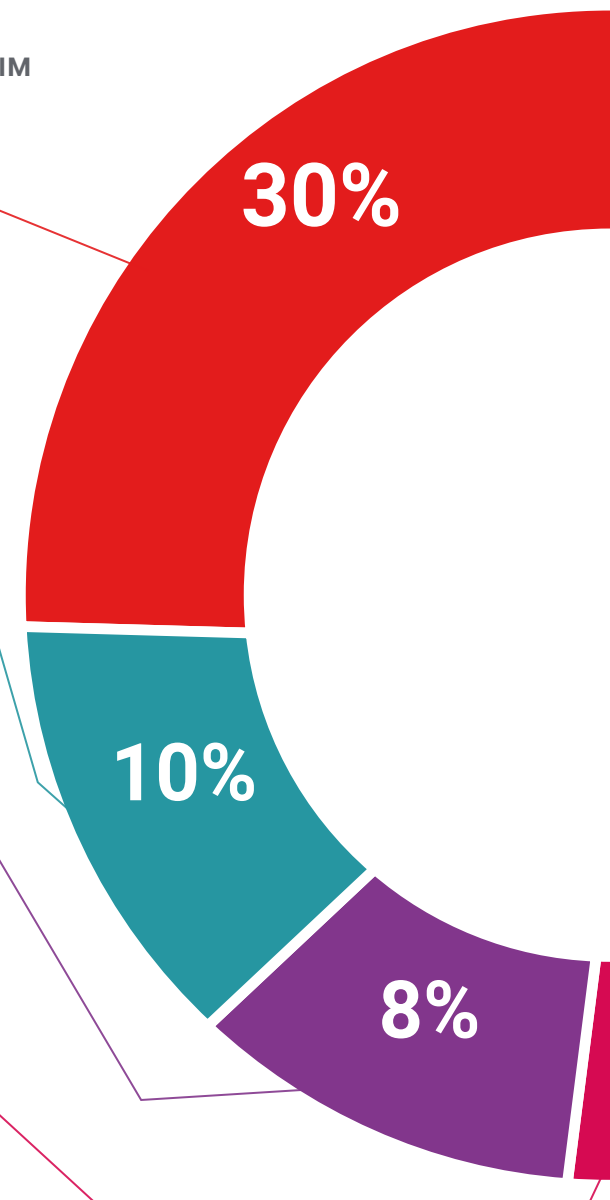
Практика навыков и компетенций

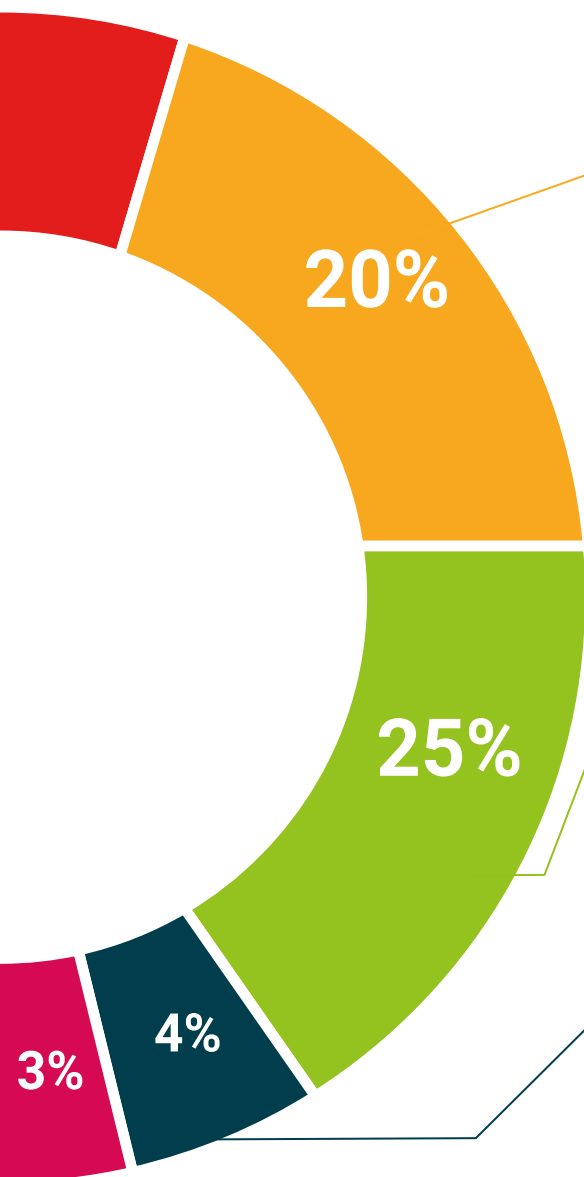
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



06

Квалификация

Специализированная магистратура в области моды и стиля гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого TECH Технологическим университетом.



“

Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данная **Специализированная магистратура в области моды и стиля** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области моды и стиля**
Количество учебных часов: **1500 часов**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее
Здоровье Доверие Люди
Образование Информация Тьюторы
Гарантия Аккредитация Преподавание
Институты Технология Обучение
Сообщество Обязательство
Персональное внимание Инновации
Знания Настоящее Качество
Веб обучение
Развитие Институты
Виртуальный класс Языки



Специализированная
магистратура
Мода и стиль

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура

Мода и стиль

