

# 校级硕士 新闻和批评的时尚





**tech** 科学技术大学

## 校级硕士 新闻和批评的时尚

- » 模式:在线
- » 时长:12个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 教学时数:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线

网络访问: [www.techtitute.com/cn/design/professional-master-degree/master-journalism-criticism-fashion](http://www.techtitute.com/cn/design/professional-master-degree/master-journalism-criticism-fashion)

# 目录

01

介绍

---

pág.4

02

目标

---

pág.8

03

能力

---

pág.14

04

结构和内容

---

pág.18

05

方法

---

pág.32

06

学位

---

pág.40

# 01 介绍

时尚界是复杂多变的，与围绕它的社会和文化以同样的速度发展。从远古时代到伟大的现代T台，时尚一直在转变，以反映人，技术，趋势等方面的变化。这就是为什么负责时尚传播和批评的专业人员必须对围绕这一领域的整个范式有广泛的了解，并对历史，相关人物和艺术运动有足够的指导，以便对要传播的内容有一个完整的了解。







“

如今,你拥有沟通时尚世界的所有可能性,这个时尚新闻和评论的校级硕士将给你提供正确,专业和细致的关键”

新闻和批评的时尚的校级硕士旨在指导学生以新闻工作所需的所有严谨和专业精神来对待时尚界, 并具备相应的知识, 对任何风格进行扎实而详尽的评论。特别令人感兴趣的是该节目的内容范围, 它不仅涵盖了时尚的历史, 还包括其最有影响力的人物和它在艺术中的约束作用。

学生将学习各种主题, 帮助他们以公正和知情的方式接近时尚世界, 了解其对人文领域的历史影响。在整个课程中, 将涵盖社会通过穿衣方式表达自己的所有阶段, 以及最相关的新闻学基础知识, 以便知道如何以最详细的方式传达该部门的所有内在因素。

在课程中, 我们将分析21世纪与时尚界有关的新的传播形式研究作为现代传播的关键轴心的影响者形象。社交网络也将发挥重要作用, 从最知名的YouTube和Facebook到用户数量迅速增长的Tik Tok等新秀。

一个硕士学位, 也允许100%在线的灵活性, 适应学生自己的义务和时间表, 而不是相反的方式。所有的教学内容都将在课程期间提供, 并可以从任何可以上网的设备上下载。

这个**新闻和批评的时尚的校级硕士**包含了市场上最完整和最新的教育方案。主要特点是:

- ◆ 由时尚专家介绍的案例研究的发展, 重点是传播领域
- ◆ 它所设想的图形化, 示意图和突出的实用性内容, 提供了对专业实践至关重要的那些学科的理论 and 实践信息
- ◆ 可以进行自我评估过程的实践, 以推进学习
- ◆ 其特别强调的是时尚的历史和如何正确沟通
- ◆ 理论课, 向专家提问, 关于有争议问题的讨论区和个人反思性论文
- ◆ 可以从任何有互联网连接的固定或便携式设备上获取内容

“

你将学习到使影响者, 记者和时尚评论家因流畅和真实的沟通而受到整个行业赞誉的关键”

“

社会在不断发展,而时尚是这一现象的主要反映。学习如何通过这个新闻和批评时尚的校级硕士向他人传递你的激情”。

该课程的教学人员包括来自该部门的专业人员,他们把自己的工作经验带到了培训中,还有来自主要协会和著名大学的公认专家。

它的多媒体内容是用最新的教育技术开发的,将允许专业人员进行情景式学习,即一个模拟的环境,提供一个身临其境的培训,为真实情况进行培训。

该课程的设计重点是**基于问题的学习**,通过这种方式,专业人员必须尝试解决整个学年出现的不同专业实践情况。它将得到一个由著名专家开发的创新互动视频系统的支持。

它深入研究了使时尚成为我们社会如此重要部门的事实和真相。

他研究了可可-香奈儿或克里斯蒂安-迪奥等人物,发现了导致他们在一个不断发展的领域中成为变革载体的关键。





# 02 目标

这个新闻和批评的时尚的校级硕士将使能够以严谨的方式传达他/她想要传达的时尚的所有方面和变化, 在历史, 趋势, 关键方面和该行业的相关人物方面具有高度的教育意义。这将发展必要的技能, 知道应该如何沟通某些时尚问题, 针对哪些受众, 在哪些平台上可以最有效地完成。







“

你的目标很明确：成为最好的时尚传播者。TECH将为你提供你所需要的一切，以保持你对该目标的关注”



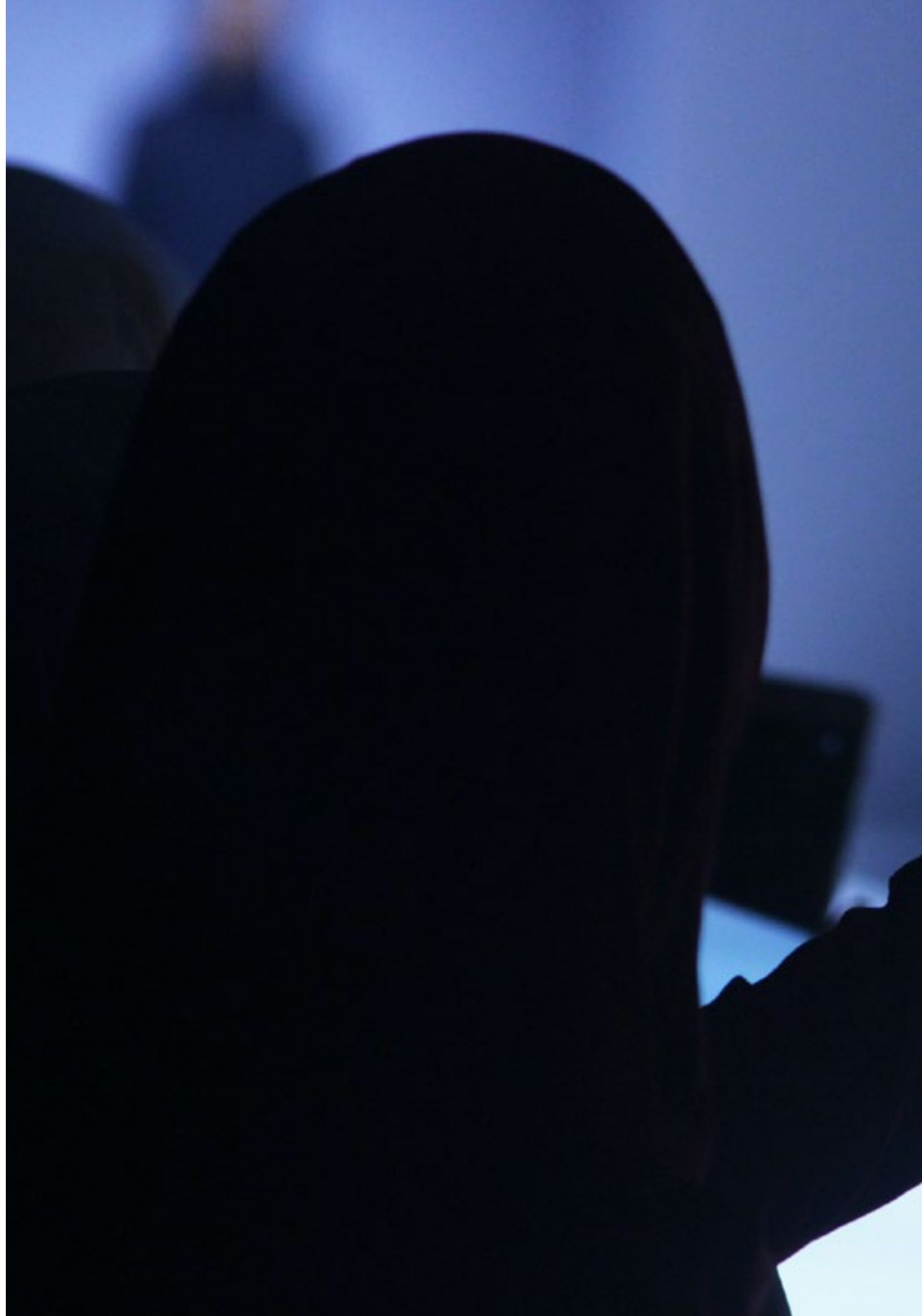
## 总体目标

---

- ◆ 分析时尚的全球背景以及它如何影响社会
- ◆ 了解时尚多年来的演变过程
- ◆ 了解时尚界伟大的男性和女性人物, 他们在今天仍然是参考者
- ◆ 在时尚和其媒体的背景下进行沟通: 从杂志到现代社交网络
- ◆ 了解时尚界的主要新闻价值
- ◆ 深入了解传播心理学以及如何在日常工作中应用

“

凭借你在这个校级硕士中获得的所有知识, 你将能够在Fair, Elle等杂志上为自己谋得一席之地, 或者在时尚领域创造你自己的传播品牌”





## 具体目标

### 模块1服装的历史

- ◆ 识别与服装业有关的语言和表达资源
- ◆ 选择研究和创新资源来解决服装的功能, 需求和材料中提出的问题
- ◆ 区分服装史上作品演变的心理过程
- ◆ 将形式和象征性语言与服装领域的功能联系起来
- ◆ 展示服装元素与人文领域之间的相互关系
- ◆ 为奢侈服装和道德价值之间的矛盾辩解
- ◆ 思考服装生产中的创新和质量对生活质量和环境的影响

### 模块2女性时尚大师的历史

- ◆ 找出谁是20世纪最重要的女设计师
- ◆ 深入研究他们的作品和风格, 以研究使他们世界闻名的特点
- ◆ 考察各自最相关的作品及其内在特点
- ◆ 解读超越传统概念的时尚作品, 了解它们在引领潮流方面的意义

### 模块3时尚的历史

- ◆ 将形式和象征性语言MOD领域的功能联系起来
- ◆ 为时尚奢侈品和道德价值之间的矛盾辩护
- ◆ 反思时装, Prêt-à-Porter 和低价时装 Low Cost生产中的创新和质量对生活质量和环境的影响
- ◆ 了解并重视时尚在历史上的用途和方式, 在这种情况下, 时尚一直诉诸于想象力的构建
- ◆ 知道如何对时尚图片进行正确的指称和内涵解读





#### 模块4时尚与艺术之间的关系

- ◆ 了解主题的语言和表达资源
- ◆ 学习如何根据要实施的设计项目, 选择最合适的研究和创新资源
- ◆ 将有助于支持和发展创造性过程的方法学和美学战略结合起来
- ◆ 区分服装物品演变中的心理学和社会学过程
- ◆ 将形式和象征性语言与服装领域的功能联系起来
- ◆ 理解历史上服装工艺的相关性

#### 模块5时尚大师的历史

- ◆ 了解谁是20世纪最重要的设计师
- ◆ 了解这些设计师用来使自己成为时尚界伟大人物的历史和差异化的方式
- ◆ 了解最相关的作品, 以及伟大的时装设计师对时尚做出的贡献
- ◆ 分析和识别重要的时尚作品, 作为论证和正式确定一个时尚概念的资源和支持

#### 模块6新闻学的基础知识

- ◆ 掌握从起源到今天的新闻传统, 关注主要媒体, 记者和重要的新闻报道
- ◆ 分析现有报纸的类型及其内容
- ◆ 记录新闻流程, 处理与文件处理有关的新技术
- ◆ 了解主要的新闻工具及其选择标准
- ◆ 利用目前可用于新闻业的所有方法, 语言和技术支持(报刊, 广播, 电视和网络), 表达公众意见并采取行动
- ◆ 了解和分析报纸的要素







### 模块7时尚和奢侈品媒体

- ◆ 理解战略沟通, 并以道德和职业责任感来应用它
- ◆ 通过了解公关在时尚界的运作方式, 建立为传播目的服务的公关
- ◆ 管理一个能够创造活动和独特用户体验的团队, 无论是在实体环境还是数字环境中
- ◆ 适应时尚和美容领域的专业媒体的动态
- ◆ 了解公共关系的演变和最新的市场趋势
- ◆ 发展谈判技巧, 以建立构成社会联系的协议

### 模块8杂志

- ◆ 了解杂志作为书面新闻媒介的特点, 其类型和市场的细分
- ◆ 了解书面传播技术和新闻设计的传统和历史背景
- ◆ 分析和识别杂志的不同组成部分
- ◆ 了解期刊, 其特殊性和出版市场

### 模块9时尚界的数字通信渠道

- ◆ 提供直接, 个人和充分的沟通, 能够满足每个社会网络的具体目标
- ◆ 对目前存在的每个数字通信渠道的具体设想
- ◆ 了解如何从沟通渠道发挥影响力, 以及从数字环境中行使的新权力策略
- ◆ 确定视听渠道作为公共舆论中的主导媒介的崛起

### 模块10沟通的心理理学

- ◆ 了解世界状况及其最近的历史演变, 以及其基本特征和参数 (政治, 经济和文化)
- ◆ 以一种连贯的方式组织复杂的交流知识, 以及它与其他社会科学和人文科学的关系
- ◆ 分析心理学中的范式和阶段
- ◆ 关于自动信息处理的知识

# 03 能力

这个时尚新闻和评论硕士学位的主要理念是为学生提供时尚界特有的多种技能和新闻界的一般技能,以最大限度地提高他们的沟通能力,使他们成为公众和高级时装之间的著名对话者。通过这种方式,学生将能够分辨出在传达时尚信息时什么是最重要的,以及受众对他们的期望,最大限度地发挥他们的潜力。





“

你将与世界上最好的设计师擦肩而过，  
你将成为他们在广大公众面前的扩音器，  
这些公众正热切地等待着用你自己的  
风格和优雅讲述的所有新产品”





## 总体能力

---

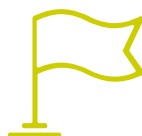
- ◆ 深入了解时尚界, 从它的起源到它的现代意义
- ◆ 在时尚领域应用新闻学的主要基本原理
- ◆ 认识到时尚界的不同风格
- ◆ 发展有效的沟通, 以发达和独特的风格吸引广泛的受众

“

这个学位将是你职业生涯所需的质量飞跃, 以确保你在最佳时尚传播者中占有一席之地”







## 具体能力

---

- ◆ 根据时尚的历史和关键概念, 制定审美策略
- ◆ 区分每个时期的时尚的最大特点
- ◆ 深入了解主要时装设计师的工作和贡献
- ◆ 在各种非常不同的领域工作, 从高级时装到传统和手工时尚
- ◆ 知道如何正确使用适应于时尚领域的主要新闻工具
- ◆ 有效地规划面向时尚和美容的具体沟通行动
- ◆ 根据情况和内容本身, 知道哪种媒介是最好的沟通方式
- ◆ 了解构成沟通的所有部分, 以及如何有效地利用它们来发挥你的优势

# 04

## 结构和内容

这个硕士学位由10个模块组成,而这些模块又被分为许多具体的主题,它汇集了所有实质性和互补性的信息,使学生能够从一个广泛和认真的角度了解时尚界的现实。这是一个独特的机会,可以在高度专业的水平和广泛的受众中预测你的职业生涯,他们将要求并需要该课程提供的所有专业知识。



“

一个涵盖众多不同领域的  
教学大纲, 通过它你可以成  
为一个时尚和沟通的专家”

## 模块1.服装的历史

- 1.1. 史前史
  - 1.1.1. 介绍
  - 1.1.2. 史前文明
  - 1.1.3. 史前时代的贸易
  - 1.1.4. 史前时代的服装
  - 1.1.5. 毛皮和毛皮店
  - 1.1.6. 纺织品和技术
  - 1.1.7. 史前服装的年代协调性和相似性
- 1.2. 古老的时代。埃及和美索不达米亚
  - 1.2.1. 埃及
  - 1.2.2. 亚述人
  - 1.2.3. 古老的时代
- 1.3. 古代: 古典希腊
  - 1.3.1. 克里特人的服装
  - 1.3.2. 古希腊使用的织物
  - 1.3.3. 古希腊服装
  - 1.3.4. 古希腊内衣
  - 1.3.5. 古希腊鞋类
  - 1.3.6. 古希腊的帽子和头饰
  - 1.3.7. 古希腊的色彩和装饰品
  - 1.3.8. 古希腊配件
- 1.4. 古代: 罗马帝国
  - 1.4.1. 古代罗马的纺织品
  - 1.4.2. 古罗马服装
  - 1.4.3. 古罗马内衣
  - 1.4.4. 古罗马的鞋类
  - 1.4.5. 古罗马的帽子和头饰
  - 1.4.6. 古代罗马社会地位与服装的关系
  - 1.4.7. 拜占庭风格







- 1.5. 中世纪高层和中世纪晚期
  - 1.5.1. 中世纪时期的一般历史特征
  - 1.5.2. 中世纪早期的服装
  - 1.5.3. 卡洛林王朝时期的服装
  - 1.5.4. 罗马式时期的服装
  - 1.5.5. 哥特式服装
- 1.6. 现代化时代文艺复兴, 巴洛克和洛可可风格
  - 1.6.1. 15和16世纪。文艺复兴
  - 1.6.2. 17世纪。巴洛克风格
  - 1.6.3. 18世纪。洛可可风格
- 1.7. 当代时代: 新古典主义和浪漫主义
  - 1.7.1. 服装业
  - 1.7.2. Charles Frederick Worth
  - 1.7.3. Jacques Doucet
  - 1.7.4. 女式服装
  - 1.7.5. 约瑟芬-波拿巴: 帝国风格
- 1.8. 当代时代: 维多利亚时代和美好时代
  - 1.8.1. 维多利亚女王
  - 1.8.2. 男式服装
  - 1.8.3. Dandy
  - 1.8.4. Paul Poiret
  - 1.8.5. Madeleine Vionnet
- 1.9. 当代时代: 从服装到时尚
  - 1.9.1. 新的背景和社会变革
  - 1.9.2. 时尚设计师
  - 1.9.3. Coco Chanel
  - 1.9.4. 新面貌
- 1.10. 当代时代: 设计师和时尚的世纪
  - 1.10.1. 现代服装
  - 1.10.2. 美国设计师的崛起
  - 1.10.3. 伦敦的情况

## 模块2. 女性时尚大师的历史

- 2.1. Jeanne Lanvin
  - 2.1.1. 传记
  - 2.1.2. 制定的背景
  - 2.1.3. 工作和贡献
- 2.2. Jeanne Paquin
  - 2.2.1. 传记
  - 2.2.2. 制定的背景
  - 2.2.3. 工作和贡献
- 2.3. Emilie Flöge
  - 2.3.1. 传记
  - 2.3.2. 制定的背景
  - 2.3.3. 工作和贡献
- 2.4. Madeleine Vionnet
  - 2.4.1. 传记
  - 2.4.2. 制定的背景
  - 2.4.3. 工作和贡献
- 2.5. Gabrielle Chanel
  - 2.5.1. 传记
  - 2.5.2. 制定的背景
  - 2.5.3. 工作和贡献
- 2.6. Elsa Schiaparelli
  - 2.6.1. 传记
  - 2.6.2. 制定的背景
  - 2.6.3. 工作和贡献
- 2.7. Carolina Herrera
  - 2.7.1. 传记
  - 2.7.2. 制定的背景
  - 2.7.3. 工作和贡献
- 2.8. Miuccia Prada
  - 2.8.1. 传记
  - 2.8.2. 制定的背景
  - 2.8.3. 工作和贡献

- 2.9. Donatella Versace
  - 2.9.1. 传记
  - 2.9.2. 制定的背景
  - 2.9.3. 工作和贡献
- 2.10. Stella McCartney
  - 2.10.1. 传记
  - 2.10.2. 制定的背景
  - 2.10.3. 工作和贡献

## 模块3. 时尚的历史

- 3.1. 从服装到时尚
  - 3.1.1. 新的背景和社会变革
  - 3.1.2. 妇女解放
  - 3.1.3. 时尚设计师的新概念
  - 3.1.4. 20世纪初
- 3.2. 现代服装
  - 3.2.1. 现代服装
  - 3.2.2. 美国设计师的崛起
  - 3.2.3. 伦敦的情况
  - 3.2.4. 1970年代的纽约
  - 3.2.5. 80年代的时尚
  - 3.2.6. 多品牌的奢侈品集团
  - 3.2.7. 功能性时装
  - 3.2.8. 运动装
  - 3.2.9. 时尚, 艺术和流行文化
  - 3.2.10. 名人
  - 3.2.11. 摄影和互联网
- 3.3. 伟大的时尚大师
  - 3.3.1. Jeanne Lanvin
  - 3.3.2. Jeanne Paquin
  - 3.3.3. Emilie Flöge
  - 3.3.4. Madeleine Vionnet
  - 3.3.5. Gabrielle Chanel
  - 3.3.6. Elsa Schiaparelli
  - 3.3.7. Carolina Herrera

- 3.4. 伟大的时尚大师
  - 3.4.1. Charles Frederick Worth
  - 3.4.2. Jacques Doucet
  - 3.4.3. Paul Poiret
  - 3.4.4. Cristóbal Balenciaga
  - 3.4.5. Christian Dior
  - 3.4.6. Karl Lagerfeld
  - 3.4.7. Alexander McQueen
- 3.5. Haute Couture
  - 3.5.1. Haute Couture的历史
  - 3.5.2. 高级时装和时尚联合会
  - 3.5.3. 联合会的成员
  - 3.5.4. 从高级时装到高级成衣
- 3.6. 工艺品
  - 3.6.1. 纺织品作为一种艺术
  - 3.6.2. 补充服装的手工艺品
  - 3.6.3. 与时尚有关的艺术家和手工艺人
- 3.7. 快速时尚
  - 3.7.1. 快速时尚的历史和起源
  - 3.7.2. 快速时尚的商业模式
  - 3.7.3. 快速时尚对世界的影响
- 3.8. 时尚领域的广告和摄影
  - 3.8.1. 原型和刻板印象
  - 3.8.2. 时尚形象
  - 3.8.3. 时尚的视觉传播
  - 3.8.4. 伟大的时尚摄影师
- 3.9. 时尚的影响
  - 3.9.1. 纺织业
  - 3.9.2. 艺术与时尚的关系
  - 3.9.3. 时尚与社会
- 3.10. 时尚理论和批评
  - 3.10.1. 目前的设计师和他们的影响
  - 3.10.2. 目前的趋势
  - 3.10.3. 时尚的琐碎化

## 模块4.时尚与艺术之间的关系

- 4.1. 对艺术作品的感知和分析
  - 4.1.1. 历史背景下的艺术作品
  - 4.1.2. 意大利文Trecento
  - 4.1.3. 意大利文Quattrocento
- 4.2. 现代服饰的基础
  - 4.2.1. 经济起飞:服装行业的活力和专业化程度
  - 4.2.2. 君主制的巩固
    - 4.2.2.1. 王子的法庭
    - 4.2.2.2. 勃艮第
    - 4.2.2.3. 阿拉贡王室
  - 4.2.3. 文化和社会因素
    - 4.2.3.1. 阶级对立
    - 4.2.3.2. 新的爱情关系
- 4.3. 商业的兴起
  - 4.3.1. 意大利文Cinquecento
  - 4.3.2. 西班牙的主导地位
  - 4.3.3. 商业的崛起:重商主义和金融资产阶级
  - 4.3.4. 工业革命的开始(17和18世纪)
- 4.4. 制造业
  - 4.4.1. 巴洛克绘画和雕塑
  - 4.4.2. 洛可可绘画和雕塑
  - 4.4.3. 欧洲早期国有制造业的组织 and 地位
  - 4.4.4. 地中海国家在17世纪的经济危机中的情况
  - 4.4.5. 新教国家在17世纪的经济中的情况
- 4.5. 启蒙运动
  - 4.5.1. 法国在17世纪欧洲政策的发展和影响
  - 4.5.2. 启蒙运动的政治和宗教后果
  - 4.5.3. 18世纪的技术和科学发展
    - 4.5.3.1. 对社会和经济的影响



- 4.6. 时尚设计的开始
  - 4.6.1. 世纪的伟大消费者十九:着装混乱
  - 4.6.2. 模仿和社会阶层之间的竞争分化
  - 4.6.3. 浪漫主义和现实主义绘画
  - 4.6.4. 时尚设计的开始
  - 4.6.5. 2世纪下半叶的画像和装饰性改造。到19世纪为止
- 4.7. 工业革命
  - 4.7.1. 印象派和后印象派
  - 4.7.2. 法国大革命以来政治和社会结构的变化
  - 4.7.3. 第一次工业革命带来的社会经济变革工业革命
  - 4.7.4. 第一次工业革命
  - 4.7.5. 第二次工业革命:大资本主义
  - 4.7.6. 19世纪的资产阶级和无产阶级
- 4.8. 现代艺术
  - 4.8.1. 世纪初20世纪
  - 4.8.2. 立体主义
  - 4.8.3. 表现主义
  - 4.8.4. 超现实主义
  - 4.8.5. 肿瘤学
  - 4.8.6. 俄罗斯建构主义
  - 4.8.7. 现代运动
  - 4.8.8. 时尚的普及
  - 4.8.9. 时装设计师的世纪
- 4.9. 锅碗瓢盆的现代性
  - 4.9.1. 后绘画的抽象性
  - 4.9.2. 光学艺术
  - 4.9.3. 极简艺术
  - 4.9.4. 波普艺术
  - 4.9.5. 技术发展
  - 4.9.6. 锅碗瓢盆的现代性
  - 4.9.7. 第一次世界大战中的妇女状况
- 4.10. 全球化
  - 4.10.1. 20世纪50年代,60年代和70年代的文化 and 性变化
  - 4.10.2. 美国的生活方式
  - 4.10.3. 二战后的技术和科学进步

## 模块5.时尚大师的历史

- 5.1. Charles Frederick Worth
  - 5.1.1. 传记
  - 5.1.2. 制定的背景
  - 5.1.3. 工作和贡献
- 5.2. Jacques Doucet
  - 5.2.1. 传记
  - 5.2.2. 制定的背景
  - 5.2.3. 工作和贡献
- 5.3. Mariano Fortuny
  - 5.3.1. 传记
  - 5.3.2. 制定的背景
  - 5.3.3. 工作和贡献
- 5.4. Paul Poiret
  - 5.4.1. 传记
  - 5.4.2. 制定的背景
  - 5.4.3. 工作和贡献
- 5.5. Jean Patou
  - 5.5.1. 传记
  - 5.5.2. 制定的背景
  - 5.5.3. 工作和贡献
- 5.6. Cristóbal Balenciaga
  - 5.6.1. 传记
  - 5.6.2. 制定的背景
  - 5.6.3. 工作和贡献
- 5.7. Christian Dior
  - 5.7.1. 传记
  - 5.7.2. 制定的背景
  - 5.7.3. 工作和贡献
- 5.8. Karl Lagerfeld
  - 5.8.1. 传记
  - 5.8.2. 制定的背景
  - 5.8.3. 工作和贡献

- 5.9. Yves Saint Laurent
  - 5.9.1. 传记
  - 5.9.2. 制定的背景
  - 5.9.3. 工作和贡献
- 5.10. Alexander McQueen
  - 5.10.1. 传记
  - 5.10.2. 制定的背景
  - 5.10.3. 工作和贡献

## 模块6.新闻学的基础知识

- 6.1. 报纸的定义和类型
  - 6.1.1. 简介:传播学作为一门社会科学的研究
  - 6.1.2. 关键概念:传播,信息和新闻
  - 6.1.3. 媒体和他们与社区的关系
  - 6.1.4. 报纸和它们与其他媒体的关系
  - 6.1.5. 日报的定义和特点
    - 6.1.5.1.历史
    - 6.1.5.2.主题
    - 6.1.5.3.销售价格
    - 6.1.5.4.格式
  - 6.1.6. 报纸的内容
    - 6.1.6.1.部门
- 6.2. 主要的新闻工具
  - 6.2.1. 介绍
  - 6.2.2. 主要的新闻工具
  - 6.2.3. 挑选标准
    - 6.2.3.1.是什么?
    - 6.2.3.2.分类
    - 6.2.3.3.与时事的关系
- 6.3. 报纸的要素
  - 6.3.1. 介绍
  - 6.3.2. 报纸的要素
  - 6.3.3. 不同的元素
- 6.4. 记者和他或她的新闻技能
  - 6.4.1. 介绍
  - 6.4.2. 记者和他或她的新闻产量
  - 6.4.3. 讨论记者职业
  - 6.4.4. 态度
    - 6.4.4.1.实际的态度
    - 6.4.4.2.知识和道德的态度
- 6.5. 一家报纸的组织
  - 6.5.1. 介绍
  - 6.5.2. 两个结构合二为一:公司和新闻室
  - 6.5.3. 编辑原则
  - 6.5.4. 编辑章程
    - 6.5.4.1.新闻室中的角色
  - 6.5.5. 尾声:从数字版到数字版
- 6.6. 新闻工作
  - 6.6.1. 介绍
  - 6.6.2. 新闻工作
  - 6.6.3. 它是什么,一个新闻编辑室是如何组织的
  - 6.6.4. 在日常的基础上
  - 6.6.5. 长期规划
  - 6.6.6. 个人和集体工作
    - 6.6.6.1.个人工作
    - 6.6.6.2.集体工作
    - 6.6.6.3.风格指南
- 6.7. 新闻职业道德学
  - 6.7.1. 介绍
  - 6.7.2. 起源和历史发展
    - 6.7.2.1.哈钦斯报告
    - 6.7.2.2.麦克布赖德报告
  - 6.7.3. 监管该行业的一种方式
  - 6.7.4. 自我调控的功能
  - 6.7.5. 道德准则

- 6.8. 新闻业的类型
  - 6.8.1. 介绍
  - 6.8.2. 调查性新闻工作
    - 6.8.2.1.调查性新闻工作者的素质
    - 6.8.2.2.威廉姆斯计划
    - 6.8.2.3.调查性创新的技术
  - 6.8.3. 精确的新闻工作
    - 6.8.3.1.精准新闻的专业性
  - 6.8.4. 服务记者
    - 6.8.4.1.主题特征
  - 6.8.5. 新闻专业
  - 6.8.6. 开发专门的信息
- 6.9. 新闻学和修辞学
  - 6.9.1. 介绍
  - 6.9.2. 信息和意见的分离
  - 6.9.3. 新闻体裁的理论
  - 6.9.4. 修辞学的贡献
  - 6.9.5. 口才 或演说
- 6.10. 新闻业是一个政治行为体
  - 6.10.1. 介绍
  - 6.10.2. 该报根据理论家的说法
  - 6.10.3. 报纸,冲突的行为者
    - 6.10.3.1.报纸作为通信
    - 6.10.3.2.报纸上的外中,内层次
  - 6.10.4. 报纸作为和平使者
    - 6.10.4.1.报警机制
    - 6.10.4.2.报纸是气氛的创造者和和平的动员者
  - 6.10.5. 报纸是一个创造问题和解决问题的复杂系统
  - 6.10.6. 报纸作为一个传教机构
  - 6.10.7. 报纸作为爱恨情仇的三角关系的顶点
  - 6.10.8. 报纸作为冲突的叙述者和参与者
- 6.11. 新闻业是一个社会行为者
  - 6.11.1. 介绍
  - 6.11.2. 报纸作为解释者和调解人
  - 6.11.3. 报纸作为政治系统的一员,也作为准政治系统
  - 6.11.4. 报纸作为情报员和伪政治传播者
  - 6.11.5. 报纸作为其他社会行动者的传播政策的对象







## 模块7.时尚和奢侈品媒体

- 7.1. 在专业媒体上的传播
  - 7.1.1. 专注于时尚和美容的媒体, 女性媒体
  - 7.1.2. 传播机构在传播中的作用
  - 7.1.3. 线下媒体的当前价值
- 7.2. 公关传播模式的演变
  - 7.2.1. 公共关系的概念
  - 7.2.2. 公关经典模式的理论方法 (Grunig 和 Hunt)
  - 7.2.3. 走向公关的新方法, 第 5 种模式
- 7.3. 公关中的劝说性沟通
  - 7.3.1. 公关中的说服性和信息性部分
  - 7.3.2. 公共关系和新闻活动之间的区别
  - 7.3.3. RRPP的作用与营销和广告的作用
- 7.4. 与新闻界沟通的工具
  - 7.4.1. 新闻办公室和它的工作方式
  - 7.4.2. 有用的新闻材料
  - 7.4.3. 如何编写一份有效的新闻稿
- 7.5. 时尚和美容传播规划和战略
  - 7.5.1. 初步研究: 对简报的分析
  - 7.5.2. RACE方法
  - 7.5.3. 沟通计划
- 7.6. 时尚和美容的交流行动和活动
  - 7.6.1. 为品牌服务的传播类型
  - 7.6.2. 选择传播行动的标准
  - 7.6.3. 设计活动和议程 在美容和时尚方面的设置
- 7.7. 测量结果
  - 7.7.1. 监测公共关系的需要
  - 7.7.2. 经典的定量测量工具: 剪裁和 VPE
  - 7.7.3. 质化评估的重要性
- 7.8. 在传播和公关领域应避免的错误
  - 7.8.1. 淡化媒体的重要性
  - 7.8.2. 过多的内容和缺乏相关性
  - 7.8.3. 即兴发挥vs.规划



- 7.9. 伦理和社会心理角度
  - 7.9.1. 21 世纪的公共关系:在进步和社会福利之间
  - 7.9.2. 社会责任和公共关系
  - 7.9.3. 公共关系的道德:自我意识,独立
- 7.10. 公共关系的最新趋势和研究
  - 7.10.1. 新的公共关系,比以前更"社会"
  - 7.10.2. 情感传播与神经营销
  - 7.10.3. 当前消费者的关键见解

## 模块8.杂志

- 8.1. 什么是杂志
  - 8.1.1. 介绍
  - 8.1.2. 什么是杂志其特殊性和出版市场
  - 8.1.3. 本刊的特点
  - 8.1.4. 杂志市场:一般问题
  - 8.1.5. 主要期刊出版集团
- 8.2. 杂志社的读者
  - 8.2.1. 介绍
  - 8.2.2. 杂志社的读者
  - 8.2.3. 寻找和建立读者忠诚度
  - 8.2.4. 印刷杂志的读者
  - 8.2.5. 数字杂志读者
  - 8.2.6. 读者群和广告
- 8.3. 杂志的创作和生活
  - 8.3.1. 介绍
  - 8.3.2. 创建期刊
  - 8.3.3. 名称
  - 8.3.4. 期刊的生命周期
- 8.4. 期刊的细分和专业化
  - 8.4.1. 介绍
  - 8.4.2. 期刊的细分和专业化
  - 8.4.3. 期刊的类型
    - 8.4.3.1.文化杂志
    - 8.4.3.2.心灵的杂志
    - 8.4.3.3.补品
- 8.5. 杂志的结构和内容
  - 8.5.1. 介绍
  - 8.5.2. 曼切特
  - 8.5.3. 结构
  - 8.5.4. 内容
- 8.6. 期刊在欧洲和美国的诞生和发展
  - 8.6.1. 介绍
  - 8.6.2. 起源:16至18世纪之间。从关系到公报
  - 8.6.3. 19世纪的欧洲
  - 8.6.4. 19世纪的欧洲
- 8.7. 20世纪:现代杂志的整合
  - 8.7.1. 介绍
  - 8.7.2. 二十世纪头几十年的欧洲杂志
  - 8.7.3. 20世纪20年代至60年代的美国:第二次杂志热潮
  - 8.7.4. 二战后的欧洲:1940年代以来的杂志
  - 8.7.5. 从1960年代起:杂志的复兴
- 8.8. 美国杂志历史上的里程碑
  - 8.8.1. 介绍
  - 8.8.2. 《国家地理》,是流行杂志史上的一个里程碑
  - 8.8.3. 《时代》新闻杂志的一个里程碑
  - 8.8.4. 《读者文摘》杂志的一个里程碑
  - 8.8.5. 《纽约客》是意见和文化杂志的一个里程碑
- 8.9. 欧洲的杂志
  - 8.9.1. 介绍
  - 8.9.2. 扩散
  - 8.9.3. 按国家分类的顶级期刊
- 8.10. 拉美地区的期刊
  - 8.10.1. 介绍
  - 8.10.2. 源头
  - 8.10.3. 按国家分类的顶级期刊

## 模块9.时尚界的数字通信渠道

- 9.1. 新的数字渠道中的影响力和其他权力战略
  - 9.1.1. 与时尚传播相关的权力策略
  - 9.1.2. 在社交网络领域的影响
  - 9.1.3. 管理新的数字领导人:时尚影响者
- 9.2. 沟通渠道的选择:Forrester研究理论
  - 9.2.1. 新的舆论:逐一解决群众的问题
  - 9.2.2. 什么是福瑞斯特理论?
  - 9.2.3. 将Forrester研究理论应用于时尚行业
- 9.3. 视听语言和非语言沟通的力量
  - 9.3.1. 非语言沟通的市场份额不断增加
  - 9.3.2. 视听信息对时尚的影响
  - 9.3.3. 社交网络中的摄影话语的构成
- 9.4. 社会网络在时尚界的演变和功能
  - 9.4.1. 互联网的出现和演变阶段
  - 9.4.2. 时尚社交网络内的多渠道战略
  - 9.4.3. 什么是社会网络?与传统渠道的差异
- 9.5. 大型数据库Facebook
  - 9.5.1. 横向沟通
  - 9.5.2. 社区利益
  - 9.5.3. Facebook上的存在模式
- 9.6. Instagram, 远比时尚照片更重要
  - 9.6.1. 情感信息和移情管理
  - 9.6.2. 图像中的日常隐私
  - 9.6.3. 在时尚最重要的社交网络中脱颖而出
- 9.7. LinkedIn上的专业内容
  - 9.7.1. 个人品牌建设
  - 9.7.2. 时尚品牌建设中的认知信息
  - 9.7.3. 管理与竞争对手的关系
- 9.8. 推特的政治化
  - 9.8.1. 冲动的和全方位的沟通
  - 9.8.2. 直接信息和20个字符内的内容创作
  - 9.8.3. 标题的影响:从深入到轻松

- 9.9. TikTok, 超越Z世代
  - 9.9.1. 慢时尚背景下的视听革命和时尚变化的加速
  - 9.9.2. 视听内容创作的民主化
  - 9.9.3. 时尚作为一种有价值的新闻和新闻事件
- 9.10. YouTube作为视听内容的传播者
  - 9.10.1. 视听内容创作中的期望值管理
  - 9.10.2. YouTube上关于时尚,美容和奢侈品的内容地图
  - 9.10.3. 舆论的新趋势:微信公众号

## 模块10.沟通的心理理学

- 10.1. 心理学的历史
  - 10.1.1. 介绍
  - 10.1.2. 我们从研究心理学开始。
  - 10.1.3. 不断发展的科学历史和范式的转变
  - 10.1.4. 心理学的范式和阶段
  - 10.1.5. 认知科学
- 10.2. 社会心理学
  - 10.2.1. 介绍
  - 10.2.2. 从社会心理学的研究开始:社会心理学的影响
  - 10.2.3. 同理心,利他主义和帮助行为
- 10.3. 社会认知
  - 10.3.1. 介绍
  - 10.3.2. 思考和认识,重要的需要
  - 10.3.3. 社会认知
  - 10.3.4. 组织信息
  - 10.3.5. 思维:原型或分类法
  - 10.3.6. 我们在思考中犯的错误:推理偏见
  - 10.3.7. 自动信息处理

- 10.4. 人格心理学
  - 10.4.1. 介绍
  - 10.4.2. 什么是自我?身份和个性
  - 10.4.3. 自我意识
  - 10.4.4. 自尊心
  - 10.4.5. 自知之明
  - 10.4.6. 人格配置中的人际变量
  - 10.4.7. 人格构成中的宏观社会变量
  - 10.4.8. 关于人格研究的新视角。叙事性人格
- 10.5. 情感
  - 10.5.1. 介绍
  - 10.5.2. 当你情绪激动时,你会谈论什么?
  - 10.5.3. 情感的本质
    - 10.5.3.1.情感是行动的准备
  - 10.5.4. 情感和个性
  - 10.5.5. 从另一个角度来看。社会情绪
- 10.6. 沟通的心理理学。劝说和态度转变
  - 10.6.1. 介绍
  - 10.6.2. 态度
  - 10.6.3. 说服力沟通研究的历史模式
  - 10.6.4. 发展的概率模式
  - 10.6.5. 通过媒体的传播过程
    - 10.6.5.1.一个历史的视角
- 10.7. 发行人
  - 10.7.1. 介绍
  - 10.7.2. 说服力沟通的来源
  - 10.7.3. 来源特点公信力
  - 10.7.4. 来源特点吸引力
  - 10.7.5. 发射器的特性权力
  - 10.7.6. 说服力沟通的过程基于初级认知的机制
  - 10.7.7. 沟通的新过程基于二级认知的机制





- 10.8. 该信息
  - 10.8.1. 介绍
  - 10.8.2. 我们首先看一下信息的构成
  - 10.8.3. 信息的类型:理性与感性信息
  - 10.8.4. 情感信息和沟通:引起恐惧的信息
- 10.9. 接收者。
  - 10.9.1. 介绍
  - 10.9.2. 根据阐述的概率模型,接受者的作用
  - 10.9.3. 接受者的需求和动机:它们对改变态度的影响
  - 10.9.4. 需要自尊心和交流
- 10.10. 通信研究的新方法
  - 10.10.1. 介绍
  - 10.10.2. 自动信息处理自动流程
  - 10.10.3. 测量通信中的自动过程
  - 10.10.4. 新范式的第一步
  - 10.10.5. 双重处理系统的理论
    - 10.10.5.1. 双重系统理论的主要局限性



你已经有了成为一个成功的传播者的态度和激情,现在你只需要正确的技能,就能在时尚评论的新闻界成为明星"



# 05 方法

这个培训计划提供了一种不同的学习方式。我们的方法是通过循环的学习模式发展起来的:再学习。

这个教学系统被世界上一些最著名的医学院所采用,并被新英格兰医学杂志等权威出版物认为是最有效的教学系统之一。





“

发现再学习, 这个系统放弃了传统的线性学习, 带你体验循环教学系统: 这种学习方式已经证明了其巨大的有效性, 尤其是在需要记忆的科目中”

## 案例研究, 了解所有内容的背景

我们的方案提供了一种革命性的技能和知识发展方法。我们的目标是在一个不断变化, 竞争激烈和高要求的环境中加强能力建设。

“

和TECH,你可以体验到一种正在动摇世界各地传统大学基础的学习方式”



你将进入一个以重复为基础的学习系统, 在整个教学大纲中采用自然和渐进式教学。



学生将通过合作活动和真实案例，学习如何解决真实商业环境中的复杂情况。

## 一种创新并不同的学习方法

该技术课程是一个密集的教学计划，从零开始，提出了该领域在国内和国际上最苛刻的挑战和决定。由于这种方法，个人和职业成长得到了促进，向成功迈出了决定性的一步。案例法是构成这一内容的技术基础，确保遵循当前经济，社会和职业现实。

“我们的课程使你准备好在不确定的环境中面对新的挑战，并取得事业上的成功”

案例法一直是世界上最好的院系最广泛使用的学习系统。1912年开发的案例法是为了让法律学生不仅在理论内容的基础上学习法律，案例法向他们展示真实的复杂情况，让他们就如何解决这些问题作出明智的决定和价值判断。1924年，它被确立为哈佛大学的一种标准教学方法。

在特定情况下，专业人士应该怎么做？这就是我们在案例法中面临的问题，这是一种以行动为导向的学习方法。在整个课程中，学生将面对多个真实案例。他们必须整合所有的知识，研究，论证和捍卫他们的想法和决定。



## 再学习方法

TECH有效地将案例研究方法 与基于循环的100%在线学习系统相结合，在每节课中结合了8个不同的教学元素。

我们用最好的100%在线教学方法加强案例研究:再学习。

在2019年,我们取得了世界上所有西班牙语在线大学中最好的学习成绩。



在TECH, 你将用一种旨在培训未来管理人员的尖端方法进行学习。这种处于世界教育学前沿的方法被称为再学习。

我校是唯一获准使用这一成功方法的西班牙语大学。2019年,我们成功地提高了学生的整体满意度(教学质量, 材料质量, 课程结构, 目标.....), 与西班牙语最佳在线大学的指标相匹配。

在我们的方案中,学习不是一个线性的过程,而是以螺旋式的方式发生(学习,解除学习,忘记和重新学习)。因此,我们将这些元素中的每一个都结合起来。这种方法已经培养了超过65万名大学毕业生,在生物化学,遗传学,外科,国际法,管理技能,体育科学,哲学,法律,工程,新闻,历史,金融市场和工具等不同领域取得了前所未有的成功。所有这些都是在一个高要求的环境中进行的,大学学生的社会经济状况很好,平均年龄为43.5岁。

再学习将使你的学习事半功倍,表现更出色,使你更多地参与到训练中,培养批判精神,捍卫论点和对比意见:直接等同于成功。

从神经科学领域的最新科学证据来看,我们不仅知道如何组织信息,想法,图像记忆,而且知道我们学到东西的地方和背景,这是我们记住它并将其储存在海马体的根本原因,并能将其保留在长期记忆中。

通过这种方式,在所谓的神经认知背景依赖的电子学习中,我们课程的不同元素与学员发展其专业实践的背景相联系。



该方案提供了最好的教育材料,为专业人士做了充分准备:



### 学习材料

所有的教学内容都是由教授该课程的专家专门为该课程创作的,因此,教学的发展是具体的。

然后,这些内容被应用于视听格式,创造了TECH在线工作方法。所有这些,都是用最新的技术,提供最高质量的材料,供学生使用。



### 大师课程

有科学证据表明第三方专家观察的有用性。

向专家学习可以加强知识和记忆,并为未来的困难决策建立信心。



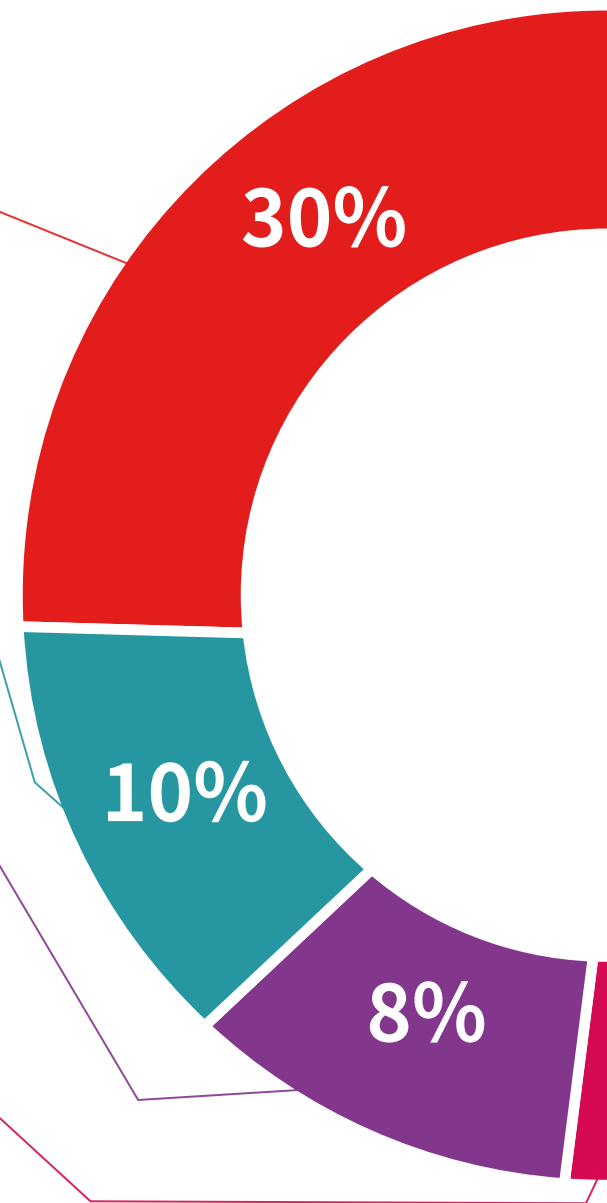
### 技能和能力的实践

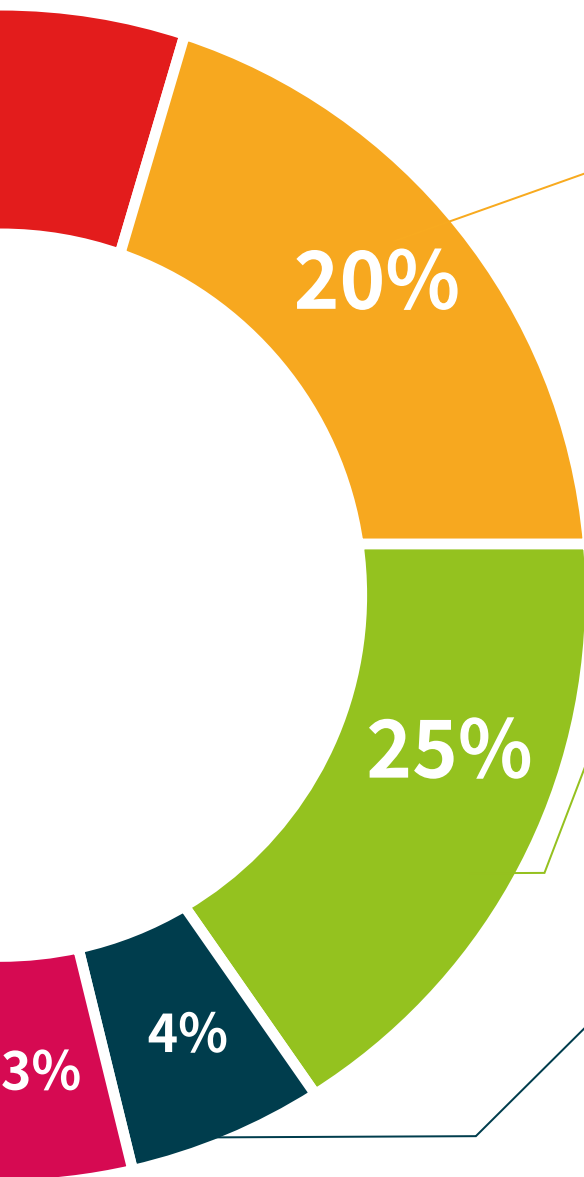
你将开展活动以发展每个学科领域的具体能力和技能。在我们所处的全球化框架内,我们提供实践和氛围帮你取得成为专家所需的技能和能力。



### 延伸阅读

最近的文章,共识文件和国际准则等。在TECH的虚拟图书馆里,学生可以获得他们完成培训所需的一切。





### 案例研究

他们将完成专门为这个学位选择的最佳案例研究。由国际上最好的专家介绍,分析和辅导案例。



### 互动式总结

TECH团队以有吸引力和动态的方式将内容呈现在多媒体丸中,其中包括音频,视频,图像,图表和概念图,以强化知识。  
这个用于展示多媒体内容的独特教育系统被微软授予“欧洲成功案例”称号。



### 测试和循环测试

在整个课程中,通过评估和自我评估活动和练习,定期评估和重新评估学习者的知识:通过这种方式,学习者可以看到他/她是如何实现其目标的。





# 06 学位

新闻和批评的时尚校级硕士课程除了保证最严格和最新的培训外,还可以获得由TECH科技大学颁发的校级硕士学位证书。





“

顺利完成该课程并获得大学学位, 无需旅行或通过繁琐的程序”

这个**新闻和批评的时尚校级硕士**包含了市场上最完整和最新的课程。

评估通过后, 学生将通过邮寄收到**TECH科技大学**颁发的相应的**校级硕士学位**。

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

学位:**新闻和批评的时尚校级硕士**

官方学时:**1,500小时**



\*海牙认证。如果学生要求他或她的纸质学位进行海牙认证, TECH EDUCATION将作出必要的安排, 并收取额外的费用。

**tech** 科学技术大学

校级硕士  
新闻和批评的时尚

- » 模式:在线
- » 时长:12个月
- » 学历:TECH科技大学
- » 教学时数:16小时/周
- » 时间表:按你方便的
- » 考试:在线



# 校级硕士 新闻和批评的时尚

