

# Esperto Universitario

## Giornalismo Specializzato in Moda





## Esperto Universitario Giornalismo Specializzato in Moda

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: [www.techitute.com/it/design/specializzazione/specializzazione-giornalismo-specializzato-moda](http://www.techitute.com/it/design/specializzazione/specializzazione-giornalismo-specializzato-moda)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Struttura e contenuti

---

*pag. 12*

04

Metodologia

---

*pag. 18*

05

Titolo

---

*pag. 26*

# 01

# Presentazione

Il giornalismo specializzato in moda richiede un linguaggio molto tecnico e specifico, ne sono un esempio termini come *cashmere*, *Chambray*, *Peplum* o *Trendsetter*. Pertanto, chi vuole lavorare nella comunicazione della moda deve conoscere non solo il giornalismo in sé, ma anche i fondamenti del giornalismo applicato al mondo della moda. Allo stesso modo, deve conoscere i dettagli della moda e la sua storia per poter comunicare con successo a un pubblico tanto specializzato quanto esigente. Questo programma di TECH si propone di insegnare agli studenti tutte queste aree per trasformarli nei migliori comunicatori di moda possibili.





“

*Grazie a questo Esperto Universitario sarai in grado di raggiungere il tuo pubblico con successo, conoscendo a fondo la natura complessa del mondo della moda"*

La comunicazione della moda deve evolversi allo stesso ritmo della moda, adattandosi alle nuove tendenze, alle nuove piattaforme di diffusione e alle figure o agli eventi che acquistano maggiore rilevanza. Per questo motivo, i professionisti specializzati in Giornalismo di Moda devono possedere una serie di conoscenze specifiche per svolgere con successo il proprio lavoro professionale.

L'Esperto Universitario in Giornalismo Specializzato in Moda insegna ai suoi studenti tutte le competenze necessarie affinché sappiano trasmettere informazioni relative alla moda e comunicare anche i più piccoli dettagli tecnici al loro pubblico, dimostrando migliori competenze rispetto ad altri professionisti che non possiedono queste conoscenze.

Si tratta quindi di un'opportunità unica per orientare la carriera professionale dello studente di design verso il campo della comunicazione, ottenendo allo stesso tempo competenze che lo aiuteranno a distinguersi e a posizionarsi favorevolmente nel mondo del lavoro.

Un Esperto Universitario che si svolge completamente online. Gli studenti possono adattare il programma di studio al proprio ritmo e ai propri impegni, non dovendo frequentare un centro fisico o rispettare un orario fisso.

L'intero corso è disponibile per tutta la durata del programma e può essere scaricato da qualsiasi dispositivo con accesso a Internet.

Questo **Esperto Universitario in Giornalismo Specializzato in Moda** possiede il programma educativo più completo e aggiornato del mercato.

Le caratteristiche principali del corso sono:

- ◆ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti della moda e della comunicazione
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni teoriche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Speciale enfasi sulla storia della moda e su come comunicarla correttamente
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



*Ottieni un posto in prima fila sulle migliori passerelle ed eventi, diventando il comunicatore di prestigio con cui tutti vogliono avere a che fare"*

“

*Potrai occuparti delle star e degli stilisti più prestigiosi con un linguaggio preciso, efficace e accattivante”*

Il personale docente del programma comprende rinomati specialisti che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

*Sarai in grado di adattarti a qualsiasi situazione. Grazie alla tua conoscenza del giornalismo e della moda, potrai entrare in contatto con il tuo pubblico ovunque tu sia.*

*Sarai in vantaggio rispetto ai tuoi concorrenti conoscendo le piattaforme di comunicazione più utilizzate, gli influencer più noti e il modo più efficace di comunicare su di esse.*



# 02

## Obiettivi

L'obiettivo di questo Esperto Universitario in Giornalismo Specializzato in Moda è quello di istruire gli studenti sulla corretta comunicazione di tutti gli aspetti e le tendenze del mondo della moda. A tal fine, vengono trasmesse tutte le conoscenze necessarie sulla storia della moda, nonché le principali basi giornalistiche e la stampa specializzata del settore. Grazie a ciò, lo studente diventerà un professionista della comunicazione competente e produttivo, sapendosi adattare in modo specifico al mondo della moda.





“

*Il tuo obiettivo è molto chiaro. TECH  
ti aiuterà a raggiungerlo con i migliori  
strumenti didattici possibili"*



## Obiettivi generali

---

- ◆ Analizzare il contesto globale della moda e il suo impatto sulla società
- ◆ Capire come la moda si è evoluta nel corso degli anni
- ◆ Conoscere le grandi figure maschili e femminili della moda, che sono ancora oggi dei riferimenti
- ◆ Contestualizzare la comunicazione nel contesto della moda e dei suoi principali media: dalle riviste ai moderni social network
- ◆ Conoscere i principali valori giornalistici nel mondo della moda
- ◆ Approfondire la psicologia comunicativa e come applicarla nel lavoro quotidiano





## Obiettivi specifici

### Modulo 1. Storia della moda

- ◆ Associare il linguaggio formale e simbolico alla funzionalità nel campo della moda
- ◆ Giustificare le contraddizioni tra il lusso della moda e i valori etici
- ◆ Riflettere sull'impatto dell'innovazione e della qualità nella produzione della moda, del *prêt-à-porter* e della moda *Low cost* sulla qualità della vita e sull'ambiente
- ◆ Conoscere e valorizzare gli usi storici e i modi in cui la moda ha fatto ricorso alla costruzione di immaginari
- ◆ Saper effettuare una corretta lettura denotativa e connotativa delle immagini di moda

### Modulo 2. Fondamenti di giornalismo

- ◆ Padroneggiare la tradizione giornalistica dalle origini ai giorni nostri, con attenzione ai principali media, ai giornalisti e alle notizie più importanti
- ◆ Analizzare i tipi di giornali esistenti e i loro contenuti
- ◆ Documentare i processi giornalistici e gestire le nuove tecnologie legate al trattamento dei documenti
- ◆ Conoscere i principali strumenti giornalistici e i loro criteri di selezione
- ◆ Esprimere e agire sull'opinione pubblica, utilizzando tutti i metodi, i linguaggi e i supporti tecnologici attualmente a disposizione del giornalismo (stampa, radio, televisione e reti)
- ◆ Conoscere e analizzare gli elementi del giornale

### Modulo 3. Stampa specializzata nel settore della moda e del lusso

- ◆ Comprendere la comunicazione strategica e applicarla in modo responsabile, etico e professionale
- ◆ Stabilire relazioni pubbliche che servano a comunicare, sapendo come funzionano le relazioni pubbliche nel settore della moda
- ◆ Gestire un team in grado di creare un evento e un'esperienza utente unica, sia in ambiente fisico che digitale
- ◆ Adattarsi alle dinamiche della stampa specializzata nei settori della Moda e della Bellezza
- ◆ Conoscere l'evoluzione delle relazioni pubbliche e le ultime tendenze del mercato
- ◆ Sviluppare capacità di negoziazione per stabilire accordi che costituiscano un legame sociale



*I tuoi obiettivi professionali nella moda sono più vicini di quanto pensi. Iscriviti ora e raggiungili"*

# 03

## Struttura e contenuti

Il piano di studi di questo Esperto Universitario è stato progettato tenendo conto delle esigenze di comunicazione che devono essere coperte nel campo della moda, istruendo gli studenti in una vasta gamma di argomenti con periodi storici, stilisti di successo, teoria giornalistica e tipi di comunicazione nella moda e nella bellezza. È composto da 3 diversi moduli, a loro volta costituiti da numerosi sottotemi che compongono il programma di studio, rendendolo più facile e comprensibile.



“

*Questo Esperto Universitario affronta tutto ciò che serve non solo per comunicare sul mondo della moda, ma per farlo in modo efficace e per raggiungere meglio il proprio pubblico"*

## Modulo 1. Storia della moda

- 1.1. Dall'abbigliamento alla moda
  - 1.1.1. Nuovo contesto e cambiamento sociale
  - 1.1.2. Liberazione delle donne
  - 1.1.3. Nuovo concetto di stilista
  - 1.1.4. Inizio del XX secolo
- 1.2. Abbigliamento moderno
  - 1.2.1. Abbigliamento moderno
  - 1.2.2. L'ascesa dei designer americani
  - 1.2.3. La scena di Londra
  - 1.2.4. New York negli anni '70
  - 1.2.5. La moda negli anni '80
  - 1.2.6. Gruppi di lusso multimarca
  - 1.2.7. Moda funzionale
  - 1.2.8. *Activewear*
  - 1.2.9. Moda, arte e cultura pop
  - 1.2.10. *Celebrità*
  - 1.2.11. Fotografia e Internet
- 1.3. Grandi maestre della moda
  - 1.3.1. Jeanne Lanvin
  - 1.3.2. Jeanne Paquin
  - 1.3.3. Emilie Flöge
  - 1.3.4. Madeleine Vionnet
  - 1.3.5. Gabrielle Chanel
  - 1.3.6. Elsa Schiaparelli
  - 1.3.7. Carolina Herrera
- 1.4. Grandi maestri della moda
  - 1.4.1. Charles Frederick Worth
  - 1.4.2. Jacques Doucet
  - 1.4.3. Paul Poiret
  - 1.4.4. Cristóbal Balenciaga
  - 1.4.5. Christian Dior
  - 1.4.6. Karl Lagerfeld
  - 1.4.7. Alexander McQueen
- 1.5. *Haute Couture*
  - 1.5.1. Storia dell'*Haute Couture*
  - 1.5.2. Federazione dell'Alta Moda e della Moda
  - 1.5.3. Membri della federazione
  - 1.5.4. Dall'*Haute Couture* al *Prêt-à-Porter*
- 1.6. Artigianato
  - 1.6.1. Il tessile come arte
  - 1.6.2. Artigianato complementare all'abbigliamento
  - 1.6.3. Artisti e artigiani legati alla moda
- 1.7. *Fast Fashion*
  - 1.7.1. Storia e origine del *Fast-Fashion*
  - 1.7.2. Modello di business del *Fast-Fashion*
  - 1.7.3. Impatto del *Fast-Fashion* nel mondo
- 1.8. Pubblicità e fotografia nella moda
  - 1.8.1. Archetipi e stereotipi
  - 1.8.2. L'immagine della moda
  - 1.8.3. Comunicazione visiva della moda
  - 1.8.4. I grandi fotografi di moda
- 1.9. Impatto della moda
  - 1.9.1. L'industria tessile
  - 1.9.2. Rapporto tra arte e moda
  - 1.9.3. Moda e società
- 1.10. Teoria e critica della moda
  - 1.10.1. I designer attuali e la loro influenza
  - 1.10.2. Tendenze attuali
  - 1.10.3. La banalizzazione della moda

**Modulo 2. Fondamenti di giornalismo**

- 2.1. Definizione e tipi di giornali
  - 2.1.1. Introduzione: lo studio della comunicazione come scienza sociale
  - 2.1.2. Concetti chiave: comunicazione, informazione e giornalismo
  - 2.1.3. I media e il loro rapporto con la comunità
  - 2.1.4. I giornali e il loro rapporto con gli altri media
  - 2.1.5. Definizione e caratteristiche del quotidiano
    - 2.1.5.1. Storia
    - 2.1.5.2. Tematiche
    - 2.1.5.3. Prezzo di vendita
    - 2.1.5.4. Formato
  - 2.1.6. Il contenuto della rivista
    - 2.1.6.1. Sezioni
- 2.2. Principali strumenti giornalistici
  - 2.2.1. Introduzione
  - 2.2.2. Principali strumenti giornalistici
  - 2.2.3. Criteri di selezione
    - 2.2.3.1. Cosa sono?
    - 2.2.3.2. Classificazione
    - 2.2.3.3. Rapporto con il presente
- 2.3. Elementi del giornale
  - 2.3.1. Introduzione
  - 2.3.2. Elementi del giornale
  - 2.3.3. Elementi diversi
- 2.4. Il giornalista e le sue competenze giornalistiche
  - 2.4.1. Introduzione
  - 2.4.2. I giornalisti e le loro competenze giornalistiche
  - 2.4.3. Dibattito sulla professione giornalistica
  - 2.4.4. Abilità
    - 2.4.4.1. Abilità pratiche
    - 2.4.4.2. Abilità intellettuali e morali
- 2.5. L'organizzazione di un giornale
  - 2.5.1. Introduzione
  - 2.5.2. Due strutture in una: l'azienda e la redazione
  - 2.5.3. Principi editoriali
  - 2.5.4. Statuto editoriale
    - 2.5.4.1. Ruoli redazionali
  - 2.5.5. Epilogo: dalla versione digitale all'edizione digitale
- 2.6. Il lavoro giornalistico
  - 2.6.1. Introduzione
  - 2.6.2. Il lavoro giornalistico
  - 2.6.3. Cos'è e come è organizzata una redazione giornalistica
  - 2.6.4. Nella quotidianità
  - 2.6.5. Pianificazione a lungo termine
  - 2.6.6. Lavoro individuale e collettivo
    - 2.6.6.1. Lavoro individuale
    - 2.6.6.2. Lavoro collettivo
    - 2.6.6.3. Libri di stile
- 2.7. Etica giornalistica
  - 2.7.1. Introduzione
  - 2.7.2. Origine ed evoluzione storica
    - 2.7.2.1. Il Rapporto Hutchins
    - 2.7.2.2. Il rapporto McBride
  - 2.7.3. Un modo per regolamentare la professione
  - 2.7.4. Le funzioni dell'autoregolamentazione
  - 2.7.5. Codici deontologici
- 2.8. Tipi di giornalismo
  - 2.8.1. Introduzione
  - 2.8.2. Giornalismo investigativo
    - 2.8.2.1. Qualità del giornalismo investigativo
    - 2.8.2.2. Lo schema Williams
    - 2.8.2.3. Tecniche di ricerca-innovazione

- 2.8.3. Giornalismo di precisione
  - 2.8.3.1. Specializzazione del giornalismo di precisione
- 2.8.4. Giornalismo di servizio
  - 2.8.4.1. Caratteristiche tematiche
- 2.8.5. Specializzazione giornalistica
- 2.8.6. Sviluppo dell'informazione specializzata
- 2.9. Giornalismo e retorica
  - 2.9.1. Introduzione
  - 2.9.2. Separazione informazione-opinione
  - 2.9.3. La teoria dei generi giornalistici
  - 2.9.4. Contributi della retorica
  - 2.9.5. *L'elocutio* o elocuzione
- 2.10. Il giornalismo come attore politico
  - 2.10.1. Introduzione
  - 2.10.2. Il giornale secondo i teorici
  - 2.10.3. Il giornale come attore del conflitto
    - 2.10.3.1. Il giornale come comunicazione
    - 2.10.3.2. Il giornale ai livelli extra, inter e intra
  - 2.10.4. Il giornale come costruttore di pace
    - 2.10.4.1. Meccanismo di allarme
    - 2.10.4.2. Creatore di atmosfera, mobilitatore per la pace
  - 2.10.5. Il giornale come sistema complesso di creazione e soluzione di problemi
  - 2.10.6. Il giornale come istituzione missionaria
  - 2.10.7. Il giornale come vertice di un triangolo di relazioni di amore-odio
  - 2.10.8. Il giornale come narratore e partecipante ai conflitti
- 2.11. Il giornalismo come attore sociale
  - 2.11.1. Introduzione
  - 2.11.2. Il giornale come interprete e mediatore
  - 2.11.3. Il giornale come membro del sistema politico e come sistema parapolitico
  - 2.11.4. Il giornale come informatore e comunicatore pseudo-politico
  - 2.11.5. Il giornale come destinatario delle politiche di comunicazione di altri attori sociali





**Modulo 3. Stampa specializzata nel settore della moda e del lusso**

- 3.1. La comunicazione nella stampa specializzata
  - 3.1.1. I media specializzati nella moda e nella bellezza, la stampa femminile
  - 3.1.2. Il ruolo dell'agenzia di comunicazione nella comunicazione
  - 3.1.3. Il valore attuale della stampa **offline**
- 3.2. Evoluzione dei modelli di comunicazione nelle Relazioni Pubbliche
  - 3.2.1. Concetto di relazioni pubbliche
  - 3.2.2. Approccio teorico ai modelli classici di relazioni pubbliche (Grunig e Hunt)
  - 3.2.3. Verso un nuovo approccio alle Relazioni Pubbliche. Il 5° modello
- 3.3. Comunicazione persuasiva nelle Relazioni Pubbliche
  - 3.3.1. La componente persuasiva e informativa delle Relazioni Pubbliche
  - 3.3.2. Distinguere tra relazioni pubbliche e attività giornalistica
  - 3.3.3. La funzione delle Relazioni Pubbliche rispetto al Marketing e alla pubblicità
- 3.4. Strumenti per la comunicazione con la stampa
  - 3.4.1. L'ufficio stampa e il suo funzionamento
  - 3.4.2. Materiale stampa utile
  - 3.4.3. Come costruire un comunicato stampa efficace
- 3.5. Pianificazione e strategia di comunicazione per la moda e la bellezza
  - 3.5.1. Studio preliminare: analisi del *Briefing*
  - 3.5.2. Il Metodo RACE
  - 3.5.3. Il piano di comunicazione
- 3.6. Azioni di comunicazione ed eventi per la moda e la bellezza
  - 3.6.1. Tipi di comunicazione al servizio dei marchi
  - 3.6.2. Criteri di selezione delle azioni di comunicazione
  - 3.6.3. Progettazione di attività e agenda *Setting* della bellezza e della moda
- 3.7. La misurazione dei risultati
  - 3.7.1. La necessità di monitorare le relazioni pubbliche
  - 3.7.2. Strumenti classici di misurazione quantitativa: *Clipping* e VPE
  - 3.7.3. L'importanza della valutazione qualitativa
- 3.8. Errori da evitare nel campo della comunicazione e delle Relazioni Pubbliche
  - 3.8.1. Sminuire l'importanza dei media
  - 3.8.2. Eccesso di contenuti e mancanza di rilevanza
  - 3.8.3. Improvvisazione vs. Pianificazione

- 3.9. Etica e prospettiva psicosociale
  - 3.9.1. Le relazioni pubbliche nel XXI secolo: tra progresso e benessere sociale
  - 3.9.2. Responsabilità sociale e relazioni pubbliche
  - 3.9.3. L'Etica delle Relazioni Pubbliche: autocoscienza, indipendenza e impegno
- 3.10. Ultime tendenze e studi sulle relazioni pubbliche
  - 3.10.1. Le nuove Relazioni Pubbliche, più "social" che mai
  - 3.10.2. Comunicazione emozionale e *Neuromarketing*
  - 3.10.3. *Insights* chiave dei consumatori attuali



*Grazie alle conoscenze acquisite potrai diventare uno dei migliori comunicatori di moda. Non aspettare oltre e iscriviti subito per continuare a migliorare professionalmente"*

# 04 Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

*Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”*

## Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

*Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"*



*Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.*



*Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.*

## Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“

*Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

## Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

*Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.*

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

*Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.*

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



#### Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



#### Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



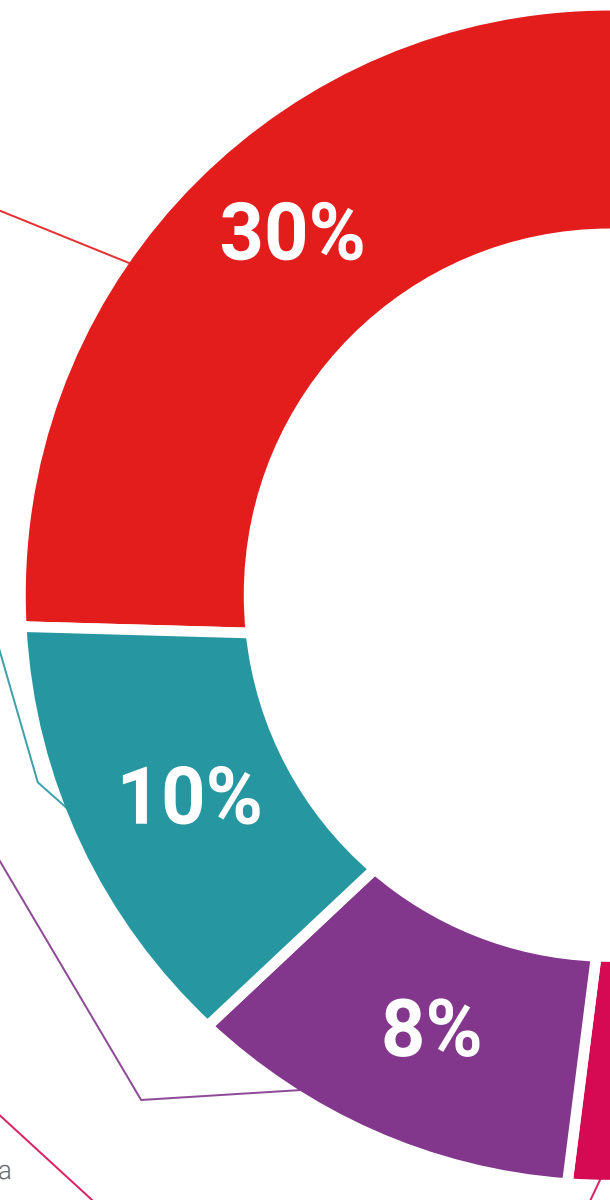
#### Pratiche di competenze e competenze

Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.

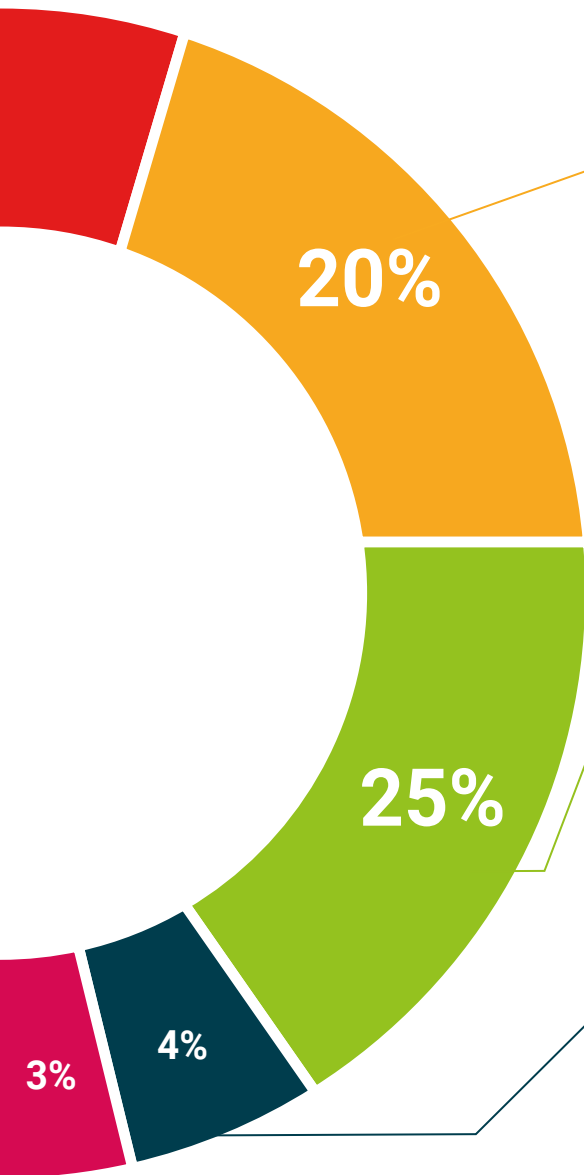


#### Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.







#### Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



#### Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



#### Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



# 05 Titolo

L'Esperto Universitario in Giornalismo Specializzato in Moda garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Esperto Universitario rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

*Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”*

Questo **Esperto Universitario in Giornalismo Specializzato in Moda** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà, mediante lettera certificata\* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Esperto Universitario** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** indica la qualifica ottenuta nel programma, e soddisfa i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Giornalismo Specializzato in Moda**

N° Ore Ufficiali: **450 o.**



\*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro  
salute fiducia persone  
educazione informazione tutor  
garanzia accreditamento insegnamento  
istituzioni tecnologia apprendimento  
comunità impegno  
attenzione personalizzata innovazione  
conoscenza presente qualità  
formazione online  
sviluppo istituzioni  
classe virtuale lingue

**tech** università  
tecnologica

Esperto Universitario  
Giornalismo  
Specializzato in Moda

- » Modalità: online
- » Durata: 6 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

# Esperto Universitario

## Giornalismo Specializzato in Moda

