

# Esperto Universitario

Strategie Commerciali e Piani di  
Comunicazione nell'Industria di  
Moda, Bellezza e Lusso





## Esperto Universitario Strategie Commerciali e Piani di Comunicazione nell'Industria di Moda, Bellezza e Lusso

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

Accesso al sito web: [www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-strategie-commerciali-piani-comunicazione-industria-moda-bellezza-lusso](http://www.techtitute.com/it/giornalismo-comunicazione/specializzazione/specializzazione-strategie-commerciali-piani-comunicazione-industria-moda-bellezza-lusso)

# Indice

01

Presentazione

---

*pag. 4*

02

Obiettivi

---

*pag. 8*

03

Direzione del corso

---

*pag. 12*

04

Struttura e contenuti

---

*pag. 16*

05

Metodologia

---

*pag. 22*

06

Titolo

---

*pag. 30*

# 01

# Presentazione

Le aziende del settore della moda, della bellezza e del lusso devono adeguare costantemente le loro strategie comunicative per rimanere aggiornate in un settore che sta cambiando continuamente i suoi paradigmi. Questo programma insegnerà ai professionisti della comunicazione e del giornalismo il modo corretto di ideare piani di comunicazione di successo che potenzino i risultati delle attività commerciali del settore. Come giornalista specializzato o collaboratore all'interno di un ufficio stampa, il professionista rivaluterà così il suo profilo e potrà diventare una risorsa importantissima per le aziende di questo ambito.







“

*Grazie a questo Esperto Universitario acquisirai le conoscenze necessarie a generare piani di comunicazione di successo e strategie di business che migliorino i risultati delle aziende del settore"*

Il settore della moda, della bellezza e del lusso è in costante evoluzione, e di conseguenza, ai professionisti della comunicazione che lavorano in questo ambito è richiesto un continuo aggiornamento. Questo Esperto Universitario offre pertanto un approccio alle strategie di business che possono essere messe in atto con l'obiettivo di promuovere la crescita delle imprese del settore. Il professionista acquisirà dunque le competenze necessarie ad affermarsi come direttore di comunicazione di successo in questo ambito.

Verrà approfondita anche la gestione della comunicazione da una prospettiva globale che aiuti l'azienda ad ottenere un posizionamento migliore nel settore. Inoltre, particolare attenzione sarà dedicata alla gestione delle crisi nelle aziende del settore della moda, della bellezza e del lusso. Il professionista della comunicazione sarà perciò in grado di intraprendere una gestione integrale nei casi in cui la reputazione dell'azienda sia in gioco a causa di un caso divenuto del dominio pubblico.

Per questo motivo, e consapevole dell'importanza della reputazione per le aziende di questi settori, il programma dell'Esperto Universitario affronterà anche il modo corretto di rafforzare l'immagine dell'azienda sia online che offline. A tal fine, verranno insegnate agli studenti diverse tecniche che contribuiscono a creare nell'opinione pubblica una reputazione positiva, aumentando il raggio d'azione dell'azienda e migliorandone i risultati.

Infine, durante questo Esperto Universitario si approfondirà l'importanza della comunicazione strategica nel settore della bellezza e della moda. I professionisti impareranno pertanto a progettare e attuare un piano di comunicazione completo in cui si indagherà a fondo il contesto in cui si muove l'impresa e che comprenda le azioni necessarie a portarla al successo. Questo programma ha un formato 100% online, il che favorisce la crescita del professionista permettendogli di gestire i tempi di studio in base ai suoi orari.

Questo **Esperto Universitario in Strategie Commerciali e Piani di Comunicazione nell'Industria di Moda, Bellezza e Lusso** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi di studio presentati da esperti in giornalismo di moda, bellezza e lusso
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Novità in giornalismo di moda, bellezza e lusso
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative nel giornalismo e nella comunicazione di moda, bellezza e lusso
- ♦ Sistema di apprendimento interattivo basato su algoritmi per prendere decisioni riguardanti le situazioni proposte in materia di giornalismo e comunicazione digitale
- ♦ 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



*TECH mette a tua disposizione la migliore preparazione del mercato in giornalismo e comunicazione di moda, bellezza e lusso. Basta che tu sia disposto a studiare"*

“

*Scopri le strategie comunicative più efficaci per gestire le aziende del settore moda e diventa un professionista molto più competente"*

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti nell'ambito del giornalismo e della comunicazione, nonché riconosciuti specialisti appartenenti a società scientifiche e università prestigiose, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studi 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 lo specialista 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 e con una vasta esperienza nel settore del giornalismo di moda, bellezza e lusso.

*Scopri tutti gli aspetti che un professionista della comunicazione politica di successo deve saper padroneggiare.*

*Impara a creare piani di comunicazione grazie a questo Esperto Universitario che TECH mette a tua disposizione.*



# 02

## Obiettivi

Questo programma è progettato per rafforzare le capacità dello studente, e aiutarlo a sviluppare competenze e abilità nel campo della comunicazione, che saranno indispensabili per il suo sviluppo professionale del settore della moda, della bellezza e del lusso. Dopo aver completato il corso, sarà in grado di lavorare con competenze di alto livello in media specializzati, uffici stampa e dipartimenti di marketing, avvalendosi delle tecniche che offrono i migliori risultati nella diffusione di informazioni. Potrà così affermarsi come comunicatore di successo nel campo della moda, della bellezza e del lusso, acquisendo grandi capacità per competere tra i migliori del settore.





“

*L'obiettivo di questa preparazione è di far capire agli studenti quali sono le strategie più innovative e che ottengono i migliori risultati per le aziende del settore moda, bellezza e lusso"*



## Obiettivi generali

---

- ♦ Avere una visione completa e professionale dell'ambiente della comunicazione nei settori della moda, del lusso e della bellezza, individuando le peculiarità del settore, nonché il suo impatto e la sua ripercussione sul tessuto imprenditoriale nel suo complesso
- ♦ Acquisire conoscenze di base e avanzate per essere in grado di generare nuovi ecosistemi di comunicazione in relazione alla moda
- ♦ Sviluppare capacità gestionali, analitiche, creative e di leadership come competenze fondamentali per crescere nel settore
- ♦ Sviluppare eccellenti capacità di comunicazione orale e scritta, verbale e non verbale
- ♦ Acquisire la necessaria responsabilità etica
- ♦ Sviluppare il pensiero critico
- ♦ Generare all'interno del settore una strategia di comunicazione competitiva avvalendosi di una comprensione approfondita delle sue dinamiche, del business della moda e dei fattori determinanti
- ♦ Identificare le opportunità ed essere in grado di evolvere in base all'osservazione del proprio lavoro
- ♦ Generare impatto sociale e orientare l'opinione pubblica con responsabilità etica e professionale
- ♦ Migliorare l'agilità nel processo decisionale mediante l'osservazione, l'analisi, l'interpretazione e l'azione in relazione a criteri professionali basate su relazioni critiche
- ♦ Comprendere e riprodurre il processo di comunicazione in modo efficace, sapendo adattarlo a ciascun canale, profilo aziendale e pubblico di riferimento





## Obiettivi specifici

---

### Modulo 1. Comunicazione interna, corporativismo e gestione delle crisi

- ♦ Conoscere l'organigramma di un'azienda di comunicazione del settore moda e bellezza
- ♦ Ridurre l'incertezza dei dipendenti, sia di fronte ai cambiamenti interni che a quelli esterni all'organizzazione
- ♦ Istruire e costruire una squadra di lavoro che si impegni a rispettare obiettivi, missione e valori del marchio
- ♦ Comprendere il processo di risoluzione delle crisi e il ruolo del responsabile della comunicazione nei momenti difficili
- ♦ Organizzare un discorso adeguato per i social network e i mass media che sia in linea con i valori dell'azienda
- ♦ Inserire la sostenibilità nella strategia di comunicazione senza perdere la propria identità
- ♦ Identificare le potenziali avversità che il tuo marchio dovrà affrontare in futuro
- ♦ Elaborare un piano strategico e un piano di emergenza riciclabile

### Modulo 2. Tecniche di Comunicazione nell'Ecosistema della Moda, della Bellezza e del Lusso

- ♦ Identificare le dinamiche in cui le aziende di moda e bellezza nascono e si mantengono
- ♦ Adeguare la strategia di comunicazione al modello di business più adatto per ogni marchio
- ♦ Comprendere e applicare strategie e tattiche proprie del settore della moda e della bellezza
- ♦ Stabilire una proposta di valore "comunicabile"
- ♦ Comunicare attraverso le vendite di prodotti negli ambienti *Phygital*
- ♦ Comunicare l'innovazione e riallineare il pubblico di riferimento quando si verifica un cambiamento e calcolarne l'impatto sul prezzo del prodotto

### Modulo 3. Piano di comunicazione

- ♦ Applicare le conoscenze acquisite finora per elaborare un piano di comunicazione competitivo
- ♦ Comprendere e integrare la nostra strategia di comunicazione al settore della moda
- ♦ Comprendere la struttura del piano di comunicazione e la sua ragion d'essere, nonché le principali tecniche che utilizziamo in ciascuna delle sue fasi
- ♦ Sviluppare il pensiero critico per la valutazione della strategia di comunicazione
- ♦ Stabilire azioni di comunicazione specifiche per il settore della moda e della bellezza
- ♦ Attuare una strategia di comunicazione a lungo termine, valutarla e riadattarla



*TECH mette a tua disposizione i contenuti più recenti del settore con un unico obiettivo: aiutarti a raggiungere tutti i tuoi obiettivi professionali"*



03

# Direzione del corso

La creazione di questo programma didattico è stata affidata a giornalisti di moda e comunicazione che vantano una vasta esperienza professionale e didattica. Consapevoli della necessità di un aggiornamento costante e di qualità, hanno messo a disposizione le proprie conoscenze per offrirti la specializzazione più completa del mercato, che ti consentirà di progredire nel campo del giornalismo di moda, bellezza e lusso, ottenendo competenze di prim'ordine e diventando un professionista ancora più rinomato in questo ambito.



“

*Impara dai migliori professionisti del settore gli ultimi sviluppi in materia di strategie di business e piani di comunicazione di moda, bellezza e lusso"*



## Direzione



### **Dott.ssa García Barriga, María**

- ♦ Laurea in Scienze dell'Informazione conseguita presso la UCM
- ♦ Post-laurea in Marketing e Comunicazione nelle Aziende della Moda e del Lusso
- ♦ MBA in ISEM Fashion Business School
- ♦ Oltre 15 anni di esperienza nella generazione di contenuti di vario genere: logistica e distribuzione, moda e letteratura o conservazione del patrimonio artistico
- ♦ Ha lavorato in importanti media come RTVE e Telemadrid

## Personale docente

### Dott.ssa Gárgoles Saes, Paula

- ♦ Dottoressa, giornalista e ricercatrice specializzata in moda e comunicazione
- ♦ Docente di ricerca presso la Scuola di comunicazione e responsabile dell'Accademia di comunicazione aziendale dell'Università Panamericana, Città del Messico
- ♦ Docente della facoltà di comunicazione presso istituti di istruzione superiore di prestigio
- ♦ Consulente di comunicazione e sostenibilità presso Ethical Fashion Space, Città del Messico
- ♦ Consulente di Sostenibilità presso COINTEGRA, Madrid
- ♦ Soggiorno di ricerca presso la Facoltà di Tecnologia tessile dell'Università di Zagabria
- ♦ Dipartimento di Comunicazione della ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Giornalista di moda per l'agenzia Europa Press e la rivista digitale Asmoda
- ♦ Dottorato in Creatività Applicata Università della Navarra
- ♦ PhD Candidate (cum laude), ISEM ISEM Fashion Business School, Madrid
- ♦ Laurea in Giornalismo. Università Complutense di Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA presso la ISEM Fashion Business School
- ♦ Specializzazione in Moda presso il Fashion Institute of Technology di New York e presso il Future Concept Lab di Milano

### Dott.ssa Vela Covisa, Susana

- ♦ Tecnica di moda senior, con formazione aggiuntiva in moda sostenibile, specializzata in eco design, moda e comunicazione
- ♦ Responsabile dell'agenzia Polka Press Communication, fondatrice e direttrice della passerella Atelier Couture e promotrice e coordinatrice dello spazio Sustainable Experience del MOMAD
- ♦ Docente e tutor presso diverse università, scuole di business e centri di formazione, come IED, Università Francisco de Vitoria, Scuola di Marketing di Madrid e Scuola di Moda ELLE

### Dott.ssa Macías, Lola

- ♦ Consulente e ricercatrice di marketing
- ♦ Consulente esterna omologata da IVACE dal 2014. Istituto de promozione esterna della Comunidad Valenciana, nei programmi di consulenza per l'internazionalizzazione delle imprese esportatrici
- ♦ Coordinatrice dell'Osservatorio di Mercato tessile Aitex
- ♦ Oltre 20 anni di esperienza nell'area dell'internazionalizzazione, ricoprendo il ruolo di Export Manager in aziende di diversi settori
- ♦ Docente presso l'Università Europea di Valencia
- ♦ Docente presso l'Università Autonoma di Barcellona
- ♦ Docente del Master in Moda, Design Management e Operatività presso l'Università CEU-Cardenal
- ♦ Dottoranda in Marketing. Università di Valencia
- ♦ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale presso l'Università di Valencia Ha realizzato l'ultimo corso presso la Business of Nottingham, UK
- ♦ Master in Gestione e Amministrazione d'Impresa Institut d' Administration des Entreprises, Université Paris I. Panthéon – Sorbonne
- ♦ Master in Fashion, Design Management and Operations. Aitex, Associazione di ricerca del Settore Tessile
- ♦ Master Universitario in Formazione degli Insegnanti di Scuola Secondaria e Formazione Professionale conseguito presso l'Università Cattolica di Valencia

# 04

## Struttura e contenuti

L'Esperto Universitario in Strategie Commerciali e Piani di Comunicazione nell'Industria di Moda, Bellezza e Lusso di TECH è un programma su misura, 100% online, che ti consentirà di decidere dove e quando studiare, in base alla tua disponibilità, ai tuoi orari e ai tuoi interessi. Un programma della durata di 6 mesi, ideato dai professionisti più rinomati, che offrono allo studente le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente e ad affermarsi come un comunicatore e giornalista di alto livello.



“

*Grazie a un programma molto efficiente, i professionisti impareranno a lavorare in modo adeguato nel settore della moda, della bellezza e del lusso, sia come giornalisti specializzati o a capo di uffici stampa e comunicazione"*

## Modulo 1. Comunicazione interna, corporativismo e gestione delle crisi

- 1.1. L'ecosistema degli *stakeholder*: qual è il mio pubblico di riferimento?
  - 1.1.1. Cos'è uno *stakeholder*?
  - 1.1.2. I principali *stakeholder* della moda: consumatore, dipendente
  - 1.1.3. Il concetto di responsabilità sociale: componenti e principi
- 1.2. Comunicazione interna I: *Employer Branding*
  - 1.2.1. Gestione della comunicazione interna: concetto e strumenti
  - 1.2.2. Evoluzione e principi dell'*Employer Branding*
  - 1.2.3. Le risorse umane come strumento della comunicazione nell'industria della moda
- 1.3. Comunicazione interna II: *Employee Advocacy*
  - 1.3.1. *Employee Advocacy*: concetto e evoluzione
  - 1.3.2. I dipendenti come ambasciatori del marchio nel settore del lusso
  - 1.3.3. Strumenti: *Buffer* e *Hootsuite*
- 1.4. Costruire la reputazione I: l'identità del marchio in MBL
  - 1.4.1. Concetto di identità del marchio: identità aziendale
  - 1.4.2. L'identità del marchio come elemento di reputazione aziendale
  - 1.4.3. Identità visiva in MBL
- 1.5. Costruire la reputazione II: l'immagine del marchio in MBL
  - 1.5.1. Concetto di branding
  - 1.5.2. L'immagine del marchio come elemento di reputazione aziendale
  - 1.5.3. *Branded Content* nella Moda e nel Lusso
- 1.6. Costruire la reputazione III: la reputazione aziendale in MBL
  - 1.6.1. Reputazione: concetto, caratteristiche ed effetti
  - 1.6.2. Metriche per l'analisi di una reputazione globale
  - 1.6.3. L'ascesa dell'attivismo aziendale
- 1.7. Gestione delle crisi I: pianificazione strategica
  - 1.7.1. Tipi di crisi
  - 1.7.2. Piano di contingenza
  - 1.7.3. Piano strategico

- 1.8. Gestione delle crisi II: comunicazione di crisi
  - 1.8.1. Il portavoce e il discorso dei leader della comunicazione
  - 1.8.2. L'impatto della crisi sul resoconto dei risultati
  - 1.8.3. Azioni post-crisi: ritorno alla normalità
- 1.9. Sostenibilità e reputazione aziendale in MBL
  - 1.9.1. Le tre dimensioni della sostenibilità in MBL: sociale, ambientale ed aziendale
  - 1.9.2. La catena di valore del settore della moda
  - 1.9.3. Comunicare la sostenibilità: il reporting
- 1.10. Sostenibilità nella gestione delle crisi in MBL
  - 1.10.1. Tipi di crisi in ogni area della sostenibilità
  - 1.10.2. Autenticità e trasparenza agli occhi dell'opinione pubblica
  - 1.10.3. La sostenibilità come parte della soluzione alla crisi

## Modulo 2. Tecniche di Comunicazione nell'Ecosistema della Moda, della Bellezza e del Lusso

- 2.1. Quadro strategico e competitivo del sistema moda
  - 2.1.1. Il settore globale dell'industria della moda. Struttura ed evoluzione del settore a livello mondiale
  - 2.1.2. Il concetto di catena di valore della moda
  - 2.1.3. Collaborazione tra i diversi anelli della catena di valore
- 2.2. Modelli di business nell'industria della moda
  - 2.2.1. L'evoluzione dei modelli di business: dagli stilisti alle catene di *Fast Fashion*
  - 2.2.2. La competitività dei modelli di business della moda: il modello francese, il modello americano, il modello italiano e il modello asiatico
  - 2.2.3. Modelli di business della moda: stilisti, marchi di lusso, marchi *premium*, grande distribuzione
- 2.3. La distribuzione del settore del lusso e la redditività dello spazio
  - 2.3.1. La distribuzione nel settore del lusso e la sua redditività
  - 2.3.2. I nuovi clienti del lusso, i millennial, gli asiatici e così via
  - 2.3.3. Integrazione della catena di fornitura nell'industria del lusso





- 2.4. Principali strategie commerciali dei grandi marchi della moda
  - 2.4.1. I principali attori del settore moda
  - 2.4.2. Le strategie aziendali dei principali rivenditori di moda
  - 2.4.3. Strategie aziendali per la cosmesi e la profumeria
- 2.5. Imprenditorialità e creazione di start up nel settore della moda
  - 2.5.1. Che cos'è l'imprenditorialità? L'ecosistema imprenditoriale
  - 2.5.2. Il modello "start up" nell'industria della moda
  - 2.5.3. Imprenditori nel settore della moda, del lusso e della bellezza: storie di successo e fallimenti
- 2.6. La proposta di valore dei marchi di bellezza
  - 2.6.1. Il settore cosmetico in franchising
  - 2.6.2. Cos'è una licenza di marca?
  - 2.6.3. Licenze nel settore cosmetico
- 2.7. Redditività nei modelli tradizionali
  - 2.7.1. L'evoluzione del canale multimarca e dei grandi magazzini
  - 2.7.2. Le chiavi del futuro del canale multimarca
  - 2.7.3. Valore differenziale ed esperienza d'acquisto nei grandi magazzini
- 2.8. L'e-commerce nella moda, nella bellezza e nel lusso: tendenze, utenti e futuro
  - 2.8.1. Crescita globale dell'e-commerce
  - 2.8.2. Profilo dell'acquirente dell'e-commerce
  - 2.8.3. Tendenze nel settore dell'e-commerce
- 2.9. Pianificare l'internazionalizzazione dell'azienda di moda
  - 2.9.1. Pianificazione dell'internazionalizzazione
  - 2.9.2. Ricerca e selezione dei mercati esteri
  - 2.9.3. Strategie di accesso ai mercati internazionali
- 2.10. Introduzione all'innovazione nelle dinamiche della moda
  - 2.10.1. Che cos'è l'innovazione?
  - 2.10.2. Come concretizzare l'innovazione nella mia azienda?
  - 2.10.3. Modelli di business innovativi

### Modulo 3. Piano di comunicazione

- 3.1. Il calendario della moda e la tempistica del settore
  - 3.1.1. Origine ed evoluzione delle *Fashion Week* e dell'Alta Moda
  - 3.1.2. Calendario generale dell'industria
  - 3.1.3. Come sta influenzando il Covid-19 le dinamiche consolidate?
- 3.2. L'impatto della comunicazione interna su un marchio di MBL
  - 3.2.1. Comunicazione interna
  - 3.2.2. Obiettivi e strumenti
  - 3.2.3. Piano strategico di comunicazione interna
- 3.3. Comunicare i marchi sostenibili e di eco-lusso
  - 3.3.1. *Slow Fashion* ed eco-lusso
  - 3.3.2. Evoluzione delle tendenze di consumo nel mondo della moda
  - 3.3.3. Come comunicare i marchi sostenibili e la terminologia da utilizzare?
- 3.4. La funzionalità del piano di comunicazione e le risorse disponibili
  - 3.4.1. Cos'è il piano di comunicazione e a cosa serve?
  - 3.4.2. *Above the line* – *Below the line*
  - 3.4.3. Canali di comunicazione nei marchi di moda e analisi delle risorse disponibili
- 3.5. Analisi SWOT e matrice di Rice
  - 3.5.1. I mercati della moda e i loro concorrenti
  - 3.5.2. Sviluppo e applicazione dell'analisi SWOT
  - 3.5.3. La matrice Rice come epicentro dell'Oceano Blu
- 3.6. Analisi della situazione e definizione degli obiettivi
  - 3.6.1. Background aziendale e diagnosi della situazione di mercato del marchio
  - 3.6.2. Determinazione degli obiettivi in relazione alle finalità
  - 3.6.3. Analisi e riorganizzazione degli obiettivi in un'azienda di moda
- 3.7. Il pubblico e il messaggio
  - 3.7.1. Questo profilo di cliente è adatto alla mia campagna?
  - 3.7.2. Questi messaggi sono giusti per la mia campagna? Messaggi chiave in base al tipo di cliente
  - 3.7.3. La strategia di comunicazione dei marchi di moda



- 3.8. I canali: offline e online
  - 3.8.1. La campagna omnichannel
  - 3.8.2. La scelta del canale offline
  - 3.8.3. Vantaggi del canale online
- 3.9. Il piano d'azione e il calendario
  - 3.9.1. Tipologia di azioni di comunicazione nella moda
  - 3.9.2. Struttura e approccio del piano d'azione
  - 3.9.3. Integrazione del piano d'azione nella strategia generale
- 3.10. Valutazione del piano e della strategia di comunicazione
  - 3.10.1. Principali metriche per la valutazione del piano di comunicazione
  - 3.10.2. Analisi avanzata del piano di comunicazione
  - 3.10.3. La riformulazione della strategia di comunicazione

“ *Una preparazione completa che ti fornirà le conoscenze necessarie a competere tra i migliori del settore* ”





05

# 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.*



*Lo studente imparerà la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali concreti attraverso attività collaborative e casi 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 business school del mondo da quando esistono. 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 si impara attraverso una metodologia all'avanguardia progettata per preparare 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). Di conseguenza, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Questa metodologia ha formato più di 650.000 laureati con un successo senza precedenti in campi 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 che punta direttamente 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.

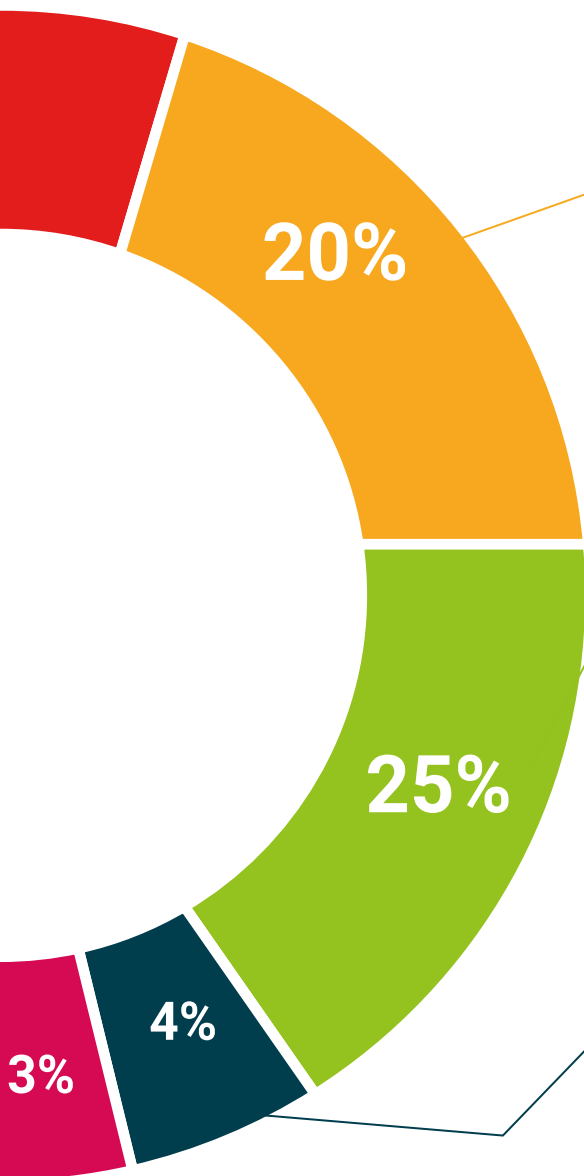


#### Letture complementari

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 autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



06

# Titolo

L'Esperto Universitario in Strategie Commerciali e Piani di Comunicazione nell'Industria di Moda, Bellezza e Lusso ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a 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 Strategie Commerciali e Piani di Comunicazione nell'Industria di Moda, Bellezza e Lusso** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, 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** esprime la qualifica ottenuta nell'Esperto Universitario, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Esperto Universitario in Strategie Commerciali e Piani di Comunicazione nell'Industria di Moda, Bellezza e Lusso**

N. Ore Ufficiali: **450 o.**



\*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**  
Strategie Commerciali e  
Piani di Comunicazione  
nell'Industria di Moda,  
Bellezza e Lusso

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

# Esperto Universitario

Strategie Commerciali e Piani di  
Comunicazione nell'Industria di  
Moda, Bellezza e Lusso