

Certificat Avancé

Communication dans la
Mode, Beauté et Luxe





Certificat Avancé

Communication dans la Mode, Beauté et Luxe

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-communication-mode-beaute-luxe

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Direction de la formation

page 12

04

Structure et contenu

page 16

05

Méthodologie

page 22

06

Diplôme

page 30

01

Présentation

Le secteur de la mode, de la beauté et du luxe fluctue constamment et, par conséquent, son traitement correct dans le domaine de la communication journalistique nécessite une mise à jour continue de la part des professionnels du secteur. C'est pourquoi ce programme permettra de rapprocher le concept de mode et sa relation avec la communication, ainsi que l'évolution de l'industrie et ses principaux changements au XXI^e siècle, en tenant compte des nouvelles tendances du secteur. Ainsi, les professionnels pourront actualiser leurs connaissances dans ce domaine et acquérir de nouvelles compétences qui leur permettront de travailler avec succès dans les entreprises du secteur, les médias spécialisés et les bureaux de presse.



“

Grâce à ce Certificat Avancé, vous acquerez les connaissances nécessaires pour comprendre le monde de la mode, de la beauté et du luxe d'un point de vue global et travailler dans ces secteurs en tant que journaliste spécialisé de manière optimale"

Ce programme de formation s'adresse tout particulièrement aux professionnels de la communication et du journalisme qui travaillent quotidiennement dans le secteur de la mode et de la beauté. C'est notamment en pensant à eux que l'équipe pédagogique de TECH a mis dans cette spécialisation, de manière consciente et proactive, son expérience et donc sa vision réaliste et proche de la réalité professionnelle.

Tout au long du cursus, tous les aspects de la gestion de la communication dans les entreprises du secteur de la mode, de la beauté et du luxe seront analysés afin de fournir aux étudiants une connaissance approfondie du fonctionnement de ces départements et de leur gestion optimale. Cela les aidera également à comprendre, d'un point de vue journalistique, comment se comporter avec ces entreprises de la bonne manière.

Un parcours qui amènera les élèves à reconnaître les stratégies qui renforcent les résultats des entreprises dans ces secteurs et qui leur permettra d'utiliser les moyens les plus efficaces pour mettre en œuvre des plans d'action réussis.

Tout ce développement, avec des professionnels reconnus et appréciés dans le monde entier, pour apprendre des meilleurs, avec le meilleur système d'apprentissage et un processus de formation stimulant et attrayant.

Une autre clé du succès de cette spécialisation est la possibilité pour vous de décider de l'organisation de votre apprentissage: du temps, au lieu et à l'intensité de l'étude. De cette façon s'assure que cet effort est totalement compatible avec la vie personnelle et professionnelle. Pour que l'étudiant ne perde jamais sa motivation.

À cet égard, la formation est assurée à 100% en ligne, bien puisse télécharger le contenu, pour continuer en ligne s'il le souhaite.

Vous aurez également accès à des vidéos illustratives, à des audios de révision, à une bibliothèque en ligne contenant du matériel complémentaire et à l'aide et au soutien de votre tuteur tout au long du processus.

Ce **Certificat Avancé en Communication dans la Mode, Beauté et Luxe** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en journalisme de mode, de beauté et luxe
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles pour une pratique professionnelle de qualité
- ♦ Les dernières nouvelles sur la mode, la beauté et le journalisme de luxe
- ♦ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être utilisé pour améliorer l'apprentissage
- ♦ Un accent particulier est mis sur les méthodologies innovantes dans le journalisme et la communication de la mode, de la beauté et du luxe
- ♦ Le système d'apprentissage interactif basé sur des algorithmes pour la prise de décision dans des situations de journalisme et de communication numérique
- ♦ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



TECH vous propose la meilleur spécialisation du marché en Journalisme et Communication dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe. Il vous suffit d'être prêt à étudier"

“

Ce programme s'adresse non seulement aux journalistes en activité, mais aussi à ceux qui travaillent dans les bureaux de presse des entreprises du secteur qui souhaitent mettre à jour et améliorer leurs connaissances”

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du journalisme et de la communication, qui apportent leur expérience professionnelle à ce programme, ainsi que des spécialistes reconnus issus de grandes entreprises et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage Par les Problèmes, grâce auquel le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent. Pour ce faire, le professionnel sera assisté d'un système vidéo interactif innovant créé par des experts renommés et expérimentés dans le domaine du journalisme de mode, de beauté et de luxe.

Ce programme vous permettra d'améliorer vos compétences et de devenir un journaliste accompli.

Devenez un excellent journaliste et apprenez à vous déplacer avec succès, en améliorant vos relations avec les entreprises du secteur de la mode, de la beauté et du luxe.



02

Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences et de ses étudiants vous aider à développer de nouvelles compétences et aptitudes dans le domaine de la communication qui seront essentielles dans votre développement professionnel en tant que journaliste et communicateur. À l'issue de cette spécialisation, vous serez en mesure de travailler avec un haut degré de compétence dans des médias spécialisés, des bureaux de presse et des services de Marketing. Ainsi, vous pourrez vous positionner avec succès en tant que professionnel de la communication dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe, en acquérant de grandes compétences et en étant capable de rivaliser avec les meilleurs du secteur.

“

L'objectif de cette spécialisation est de permettre aux étudiants de comprendre comment fonctionne la communication dans les entreprises du secteur de la mode, de la beauté et du luxe”



Objectifs généraux

- ♦ Avoir une vision globale et professionnelle de l'environnement de la communication dans les domaines de la mode, du luxe et de la beauté, en identifiant les particularités du secteur, ainsi que son impact et sa répercussion sur l'ensemble du tissu commercial
- ♦ Acquérir des connaissances de base et avancées afin que le diplômé soit capable de générer de nouveaux écosystèmes de communication concernant la mode
- ♦ Renforcer les capacités de gestion, d'analyse, de créativité et de leadership en tant que compétences principales pour évoluer dans de la Industrie
- ♦ Développer d'excellentes compétences en matière de communication écrite et orale, verbale et non verbale
- ♦ Acquérir la responsabilité éthique nécessaire
- ♦ Développement de la pensée critique
- ♦ Élaborer une stratégie de communication compétitive au sein du secteur grâce à une connaissance approfondie de la dynamique de la communication, du secteur de la mode et des éléments déterminants
- ♦ Identifier les opportunités et être capable d'évoluer en regardant son propre travail
- ♦ Générer un impact social et guider l'opinion publique avec une responsabilité éthique et professionnelle
- ♦ Améliorer l'agilité dans la prise de décision par l'observation, l'analyse, l'interprétation et l'action en relation avec des critères professionnels par le biais de rapports critiques
- ♦ Comprendre et reproduire le processus de communication de manière efficace, en l'adaptant à chaque canal, profil d'entreprise et public cible





Objectifs spécifiques

Module 1. Introduction à la communication dans l'industrie du MBL

- ♦ Approximation les principaux domaines de la communication concernant la mode et la beauté
- ♦ Soulever des questions et introduction quelques sujets d'intérêt qui seront développés tout au long du programme
- ♦ Jeter les bases de la connaissance dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe
- ♦ Analyser le rôle que chaque professionnel joue dans l'industrie de la mode
- ♦ Connaître et apprendre à utiliser la terminologie propre au secteur

Module 2. Création de contenu: le message

- ♦ Former les élèves à comprendre en profondeur la nature du message et ses éléments de base
- ♦ Découvrez les principaux outils de communication automatisés actuellement utilisés dans l'environnement de la mode
- ♦ Savoir Identifier le style de messages, d'images et de contenus qui sont élaborés dans l'industrie et que l'étudiant peut reproduire et organiser dans le temps

Module 3. Techniques de communication dans l'écosystème MBL

- ♦ Construire un environnement numérique capable d'attirer le trafic / public à la marque de mode, soit off ou en ligne, avec un positionnement souhaité
- ♦ Générer un arbre de contenu et un contenu cohérent dans tout le Bio
- ♦ Rédiger un communiqué de presse, un blog ou raconter une histoire qui identifie l'écosystème de la marque
- ♦ Adapter les résultats et générer un nouvel écosystème
- ♦ Reconnaître et reproduire le style propre à la communication de l'environnement de la mode et de la beauté

03

Direction de la formation

La conception de ce programme éducatif la mode et de a été réalisée par une équipe de professionnels du journalisme ayant des années d'expérience professionnelle et d'enseignement Tous, conscients de la nécessité actuelle d'une spécialisation de qualité, ont voulu unir leurs connaissances pour vous offrir la spécialisation la plus complète du marché, qui vous permettra d'évoluer avec succès dans le domaine du Journalisme de Mode, de Beauté et de Luxe, en atteignant des compétences professionnelles de haut niveau et en devenant un professionnel beaucoup plus réputé dans le secteur.



“

Apprenez, auprès des meilleurs professionnels du secteur, les derniers développements en matière de journalisme et de communication dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe”

Direction



Mme García Barriga, María

- ♦ Diplôme en Sciences de l'Information de l'UCM
- ♦ Diplôme en Marketing et Communication dans les entreprises de Mode et de Luxe
- ♦ MBA - ISEM Fashion Business School
- ♦ Plus de 15 ans d'expérience dans la génération de contenus de différents types: logistique et distribution, mode et littérature ou conservation du patrimoine artistique
- ♦ Elle a travaillé dans de grands médias tels que RTVE et Telemadrid

Professeurs

M. Campos Bravo, Ignacio

- ♦ Diplôme en Communication avec une double spécialisation en Médias d'Inspécialisation et en Communication d'Entreprise à l'Université Loyola de Andalousie.
- ♦ Executive Master's Degree en gestion des affaires de la mode à l'ISEM
- ♦ Il a travaillé dans les petits médias et les agences de communication et, plus récemment, dans la gestion de point de vente sur le canal multimarques de Loewe Parfums

Mme Villamil Navarro, Camila

- ♦ Journaliste diplômée de l'Université de La Sabana
- ♦ Elle écrit actuellement sur la mode et les tendances pour le journal EL TIEMPO
- ♦ Professeur de Journalisme de Mode et de Personal Branding à la Faculté de Communication de l'Université de La Sabana et Coordinateur du Diplôme de Communication et de Journalisme de Mode



macy's

SAUVAGE
THE NEW FRAGRANCE
Dior

macy's

Circus
Factory

Esquire
Bar

ONLY ONE
BRINGS THE
TO
THE
SO

ARCHITECT: LORENZO
BENTLEY
DESIGNED BY
FRANKLIN DIXON
AND
LONDON
ARCHITECTS
ON MAY FOURTEENTH
MOMENT THIS MONU-
MENT WAS DEDICAT-
ED BY PRESIDENT
THEODORE ROOSEVELT

04

Structure et contenu

Le programme TECH Communication dans la Mode, Beauté et Luxe est un programme sur mesure qui est enseigné dans un format 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le moment et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, votre emploi du temps et vos intérêts. Un programme qui se déroule sur 6 mois et qui a été conçu par les professionnels les plus réputés du secteur, qui versent dans cette spécialisation la dure expérience de leur travail afin que vous puissiez évoluer et vous positionner comme un communicateur et un journaliste de haut niveau.



“

Grâce à un programme très efficace, les professionnels apprendront à traiter correctement le secteur de la mode, de la beauté et du luxe, qu'ils souhaitent travailler comme journalistes spécialisés ou comme responsables de la presse et de la communication"

Module 1. Introduction à la communication dans l'industrie du MBL

- 1.1. Développement et évolution du secteur de la mode
 - 1.1.1. L'image au cours de l'histoire
 - 1.1.2. Évolution de l'industrie textile
 - 1.1.3. Le modèle Fast Fashion et l'industrie de la consommation actuelle
- 1.2. Principales étapes et caractéristiques de l'industrie de la beauté et de la parfumerie
 - 1.2.1. Histoire des parfums
 - 1.2.2. La parfumerie comme principal point de contact vers le marché du luxe
 - 1.2.3. Communication dans les principales chaînes de distribution de beauté et de parfumerie
- 1.3. Introduction à la sociologie de mode
 - 1.3.1. La mode comme agent social
 - 1.3.2. Sociologie des tendances
 - 1.3.3. La mode comprise comme un concept artistique
- 1.4. Le luxe au XXI^e siècle et l'expérience numérique
 - 1.4.1. Nouvelles façons de comprendre le luxe
 - 1.4.2. Mode et luxe dans l'environnement numérique
 - 1.4.3. Comment les outils numériques peuvent enrichir l'expérience de luxe
- 1.5. Adapter le discours de la marque à chaque canal de communication
 - 1.5.1. Principaux canaux de communication dans l'industrie de la mode, de la beauté et du luxe
 - 1.5.2. Cartographier la stratégie de communication. Choix du canal et du message
 - 1.5.3. Le profil du communicateur dans RR. SS
- 1.6. Évolution de l'héritage de la marque dans l'industrie du luxe
 - 1.6.1. L'histoire en toile de fond. Construire un discours de marque du passé
 - 1.6.2. Le rôle du leadership créatif dans le discours de la marque
 - 1.6.3. Début de l'héritage de la marque XXI^e siècle
- 1.7. Communication à la mode dans l'environnement digital. La mondialisation et le marché unique
 - 1.7.1. Communiquer dans l'environnement numérique
 - 1.7.2. Internationalisation des marques
 - 1.7.3. Effets de la mondialisation sur la communication de la mode et de la beauté

- 1.8. Principes du *Branding*
 - 1.8.1. La marque est ce qui prévaut. Gestion des biens incorporels
 - 1.8.2. *Tons and Manners*. Construction du discours de marque
 - 1.8.3. Construire une marque sur un marché mondial
- 1.9. Approche de la durabilité sur les marchés MBL
 - 1.9.1. Durabilité et environnement dans le système de la mode. Acteurs et processus
 - 1.9.2. Diversité et inclusion dans l'industrie de la mode et de la beauté
 - 1.9.3. Durabilité sur le marché du luxe
- 1.10. Le professionnel de la communication dans l'industrie de la mode
 - 1.10.1. Le rôle du département de communication dans une entreprise de mode
 - 1.10.2. Externalisation du département de la communication. Le rôle des agences
 - 1.10.3. Profils professionnels de communication dans l'industrie de la mode, de la beauté et du luxe

Module 2. Création de contenu: le message

- 2.1. Éléments de communication: l'émetteur, le récepteur et le message - slogan
 - 2.1.1. Le processus de communication et les éléments qui interviennent
 - 2.1.2. Messages cognitifs, émotionnels et sociaux dans l'écosystème à la mode
 - 2.1.3. Évolution du slogan publicitaire sur le marché de la beauté
- 2.2. Les méthodes traditionnelles de transmission de la non-spécialisation dans le secteur de la mode: la publicité
 - 2.2.1. Les annonces comme sources de transmission de valeurs
 - 2.2.2. La spécialisation du stéréotype à partir du prototype
 - 2.2.3. Structure et composition d'une bande dessinée publicitaire
- 2.3. Nouveaux outils pour la création de contenu numérique: Ads
 - 2.3.1. L'algorithme de Google Ads
 - 2.3.2. Les niveaux de concordance et les mesures essentielles
 - 2.3.3. Création d'une annonce pour l'environnement numérique
- 2.4. Chaînes de diffusion de contenu dans la mode, le luxe et la beauté
 - 2.4.1. Préférences des consommateurs de mode
 - 2.4.2. Les médias off et online et leur complémentarité
 - 2.4.3. Tendances de la diffusion de l'inespécialisation sur le marché du luxe



- 2.5. Personnalisation de contenu dans le secteur du luxe
 - 2.5.1. Le style du langage de la mode et ses détails techniques
 - 2.5.2. Le bonheur, la qualité et la fonctionnalité face au bon marché, au gratuit et à l'urgent
 - 2.5.3. Communication omnidirectionnelle entre la marque et l'utilisateur
- 2.6. Déploiement de l'automatisation du contenu dans CRM
 - 2.6.1. Qu'est-ce que le CRM et à quoi sert-il?
 - 2.6.2. Typologie du message selon la segmentation du client
 - 2.6.3. Structure et convivialité de *Salesforce*
- 2.7. Conception et composition de la *Newsletter* de mode, beauté et luxe
 - 2.7.1. Organisation et structure de l'information
 - 2.7.2. Différences entre le communiqué de presse, la newsletter et l'annonce
 - 2.7.3. Fréquence des notifications et mesure de l'impact
- 2.8. Le style du langage et l'impact de l'image dans l'industrie de la mode
 - 2.8.1. Les couleurs "mode": intégrer pantone dans votre stratégie de communication
 - 2.8.2. De quoi parlent les spécialistes de la mode?
 - 2.8.3. Conception des informations
- 2.9. Structure et application CMS
 - 2.9.1. La finalité du gestionnaire de contenu
 - 2.9.2. Typologie de contenu pour le web à la mode
 - 2.9.3. *Prestashop*
- 2.10. Le plan de contenu
 - 2.10.1. Points clés de la planification de contenu dans les domaines de la mode et de la beauté
 - 2.10.2. Campagnes saisonnières dans le secteur de la mode
 - 2.10.3. Lancement de campagnes flash

Module 3. Techniques de communication dans l'écosystème MBL

- 3.1. L'écosystème de la mode et sa composition
 - 3.1.1. Construction et entretien d'un écosystème *Phygital*
 - 3.1.2. Les ressources de recherche et le développement des SERP
 - 3.1.3. Surveillance et réadaptation des écosystèmes
- 3.2. Création d'un écosystème de marque: SEO, SEM et SMO
 - 3.2.1. Positionnement du contenu numérique: SEO
 - 3.2.2. La créativité des campagnes SEM
 - 3.2.3. La pertinence du SMO dans le secteur de la mode
- 3.3. Différences et similitudes dans la communication des marques MBL
 - 3.3.1. Différences entre un site de contenu et un e-commerce
 - 3.3.2. Évolution des objectifs de la communication
 - 3.3.3. Interaction dans la création de contenu
- 3.4. Techniques traditionnelles de communication hors ligne: communiqués de presse, nouvelles et publiereportages
 - 3.4.1. La communication objective: le communiqué de presse et les inespécialisation pertinentes
 - 3.4.2. La communication sociale: la nouvelle en tant que conducteur de l' inespécialisation nouvelle
 - 3.4.3. La communication commerciale: le publiereportage comme élément de vente
- 3.5. La création de blogs et de magazines numériques de diffusion
 - 3.5.1. Communication bidirectionnelle dans les outils statiques
 - 3.5.2. Structure et composition des blogs
 - 3.5.3. Création de contenu pour les magazines numériques à la mode
- 3.6. Narrative transmédia et *Storytelling*
 - 3.6.1. La composition de l'espace et du temps dans la communication de mode
 - 3.6.2. Le réalisme virtuel dans la narration transmédia
 - 3.6.3. Étapes dans la création de *Storytelling*
- 3.7. Le langage audiovisuel dans l'environnement de la mode
 - 3.7.1. La force de l'image pour le secteur de la beauté
 - 3.7.2. Le scénario d'une histoire de marque
 - 3.7.3. La création d'icônes et de mythes de la mode



- 3.8. La création de contenu basé sur l'univers de Google Trends
 - 3.8.1. Fonctionnement et dynamiques de recherche dans Google Trends
 - 3.8.2. La description de l'histoire en relation avec les mots-clés et les étiquettes propres à la mode
 - 3.8.3. Intégration de la concurrence et de la viralité
- 3.9. Fonctionnement d'un écosystème dans l'univers entier
 - 3.9.1. Alignement du contenu et des tendances
 - 3.9.2. L'ambiance musicale dans la communication audiovisuelle
 - 3.9.3. Fashion Films
- 3.10. Redéfinition et adaptation de l'écosystème des marques
 - 3.10.1. La créativité, l'innovation et l'invention comme dynamiques de croissance
 - 3.10.2. L'inspiration et les aspirations du secteur de la mode
 - 3.10.3. Réorganisation de l'univers de la mode: contenus pour l'ensemble de la communauté

“ *Une spécialisation complète qui vous permettra d'acquérir les connaissances nécessaires pour rivaliser avec les meilleurs du secteur*”



05

Méthodologie

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: **le Relearning**.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le **New England Journal of Medicine**.



“

Découvrez le Relearning, un système qui abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par le biais d'activités collaboratives et de cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.



Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière"

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé dans les meilleures écoles de commerce du monde depuis qu'elles existent. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

En 2019, nous avons obtenu les meilleurs résultats d'apprentissage de toutes les universités en ligne du monde.

À TECH, vous apprenez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.





Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). C'est pourquoi nous combinons chacun de ces éléments de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre spécialisation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant les opinions: une équation directe vers le succès.

D'après les dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.

Ce programme offre le meilleur support pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



06 Diplôme

Le Certificat Avancé en Communication dans la Mode, Beauté et Luxe vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Certificat Avancé délivré par TECH Université Technologique.



“

Réussissez ce programme avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans déplacements ni formalités fastidieuses”

Ce **Certificat Avancé en Communication dans la Mode, Beauté et Luxe** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Certificat Avancé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Certificat Avancé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Certificat Avancé en Communication dans la Mode, Beauté et Luxe**

N.º d'Heures Officielles: **450 h.**



future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Certificat Avancé
Communication dans la
Mode, Beauté et Luxe

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Certificat Avancé

Communication dans la
Mode, Beauté et Luxe

