

Certificat Avancé

Nouvelles Formes de Communication
dans la Mode, Beauté et Luxe





Certificat Avancé

Nouvelles Formes de 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.techtitute.com/fr/journalisme-communication/diplome-universite/diplome-universite-nouvelles-formes-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 nécessite une mise à jour continue. C'est pourquoi ce Certificat Avancé 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. De même, la gestion de l'apparence et de la communication visuelle dans le secteur de la mode sera également étudiée afin de comprendre les modèles qui fonctionnent le mieux dans ce sens et d'apporter au professionnel les compétences nécessaires pour générer des communications Visuel puissantes et attrayantes pour les consommateurs.





“

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 Certificat Avancé 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 formation, de manière consciente et proactive, son expérience et donc sa vision réaliste et proche de la réalité professionnelle.

Tout au long du cursus, les étudiants se pencheront sur les stratégies de gestion de contenu des entreprises de ces secteurs, en accordant une attention particulière aux nouveaux canaux de communication, tels que les réseaux sociaux et YouTube, et à leur implication dans le succès des entreprises du secteur. Tout cela permettra au professionnel de travailler avec succès dans des entreprises de luxe, de beauté et de mode.

De même, 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 que les étudiants acquièrent une connaissance approfondie du fonctionnement de ces départements et apprennent à les gérer de manière optimale.

Un parcours qui conduira les étudiants à reconnaître les canaux de communication qui donnent les meilleurs résultats pour les entreprises et les médias spécialisés et qui leur permettra d'utiliser ces médias dans le but d'augmenter les résultats de l'entreprise et, par conséquent, d'effectuer une gestion plus efficace.

Ce **Certificat Avancé en Nouvelles Formes de 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
- ♦ Son contenu graphique, schématique et éminemment pratique, qui vise à fournir des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ 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



Apprenez à connaître en profondeur les nouveaux moyens de diffusion de l'incapacité pour les entreprises de la mode, de la beauté et du luxe et devenez un professionnel beaucoup plus compétent"

“

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 grâce à de nouveaux canaux de communication”

Le corps enseignant du programme comprend des professionnels du journalisme et de la communication, qui apportent l'expérience de leur travail à cette formation, 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.

TECH vous offre la meilleure formation du marché en matière de Journalisme et de Communication dans le domaine de la mode, de la beauté et du luxe. Tout ce que vous avez à faire, c'est de donner l'envie d'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.



02

Objectifs

Ce programme est conçu pour renforcer les compétences et de ses étudiants 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 la formation, vous serez en mesure de travailler avec un haut degré de compétence dans les médias spécialisés, les bureaux de presse et les services de Marketing, en connaissant les moyens qui donnent les meilleurs résultats dans la diffusion du handicap. 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.



“

Cette formation vise à permettre aux étudiants d'apprendre à gérer efficacement 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. Mesures pour l'analyse de la communication

- ♦ Comprendre le processus de mesure dans le secteurs de communication, créer et établir des mesures efficaces et efficaces en fonction de l'identité de marque
- ♦ Appliquer les indicateurs fondamentaux et établir la frontière entre les variables qualitatives et quantitatives
- ♦ Évaluer les méthodes d'analyse choisies et appliquer les résultats aux actions de marquage
- ♦ Prévoir les résultats des mesures suivantes pour minimiser les risques
- ♦ Élaborer et présenter un tableau de bord spécifique au secteur de la mode ainsi qu'un rapport d'évolution identifiant les lignes de communication
- ♦ Recentrer le leadership

Module 2. La presse spécialisée et les relations publiques

- ♦ Comprendre la communication stratégique et la mettre en œuvre avec responsabilité éthique et professionnelle
- ♦ Établir des relations publiques qui servent l'objet de la communication en connaissant le fonctionnement de celles-ci dans le secteur de la mode
- ♦ Diriger une équipe capable de créer un événement ainsi qu'une expérience utilisateur unique, que ce soit dans l'environnement physique ou numérique
- ♦ S'adapter aux dynamiques de la presse spécialisée dans les domaines de la mode et de la beauté
- ♦ Connaître l'évolution des relations publiques et les dernières tendances du marché
- ♦ Développer les compétences de négociation pour établir des accords qui constituent un lien social

Module 3. Nouveaux canaux de communication: Réseaux sociaux & YouTube

- ♦ Fournir une communication directe, personnelle et appropriée capable de répondre aux objectifs spécifiques de chaque réseau social
- ♦ Vision spécifique de chacun des canaux de communication numérique qui existent actuellement
- ♦ Comprendre comment l'influence s'exerce à partir du canal de communication et les nouvelles stratégies de pouvoir qui s'exercent à partir de l'environnement numérique
- ♦ Répliquer un exercice d'influence à partir du canal de médias sociaux lui-même
- ♦ Identifier l'essor de la chaîne audiovisuelle comme un média leader dans l'opinion publique



TECH vous propose le contenu le plus innovant du secteur avec un seul objectif: vous pousser à atteindre tous vos objectifs professionnels"

03

Direction de la formation

La conception de ce programme de formation a été réalisée par une équipe de professionnels du journalisme, de la mode et de la communication ayant des années d'expérience professionnelle et pédagogique. Tous, conscients de la nécessité actuelle d'une formation de qualité, ont voulu unir leurs connaissances pour vous offrir la formation 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 acquérant des compétences professionnelles de premier ordre et en devenant un professionnel beaucoup plus réputé dans le secteur.



“

Apprenez, auprès des meilleurs professionnels du secteur, les derniers développements en matière de RP et de canaux de communication dans le secteur 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

Mme Cayuela, María José

- ♦ en Journalisme et Master en Direction du Communication Commerciale de l'Université Autonome de Barcelone
- ♦ Master en Direction Stratégique de la Marque et de la Communication ESADE. PDD
- ♦ Master en Direction du Marketing Numérique par ESADE et Learning to Grow par IESE
- ♦ Journaliste multidisciplinaire depuis plus de 20 ans dans les médias et les agences de communication
- ♦ Fondatrice de The Blogs Family, une plateforme de blogs et de réseaux sociaux avec des contenus pour les familles, avec plus de 1.000,000 de lecteurs et abonnés sur Instagram, Facebook, Twitter, YouTube et TikTok

Mme Muñiz, Eva

- ♦ Diplômée en Journalisme de l'Univ. San Pablo CEU de Madrid avec Prix Extraordinaire Fin de Carrière
- ♦ de Doctorat en CC Humaines et de l'Information
- ♦ Cours de troisième cycle en Économie sur la Stratégie de Communication et l'Image de l'Entreprise
- ♦ PDG - directeur de l'Agence de Communication Press&Co

04

Structure et contenu

Le Certificat Avancé en Nouvelles Formes de Communication dans la Mode, Beauté et Luxe de TECH est un programme sur mesure qui est enseigné dans un format 100% en ligne afin que vous puissiez choisir le temps et le lieu qui conviennent le mieux à votre disponibilité, vos horaires et vos intérêts, un programme qui se déroule sur 6 mois et qui a été conçu par les professionnels les plus renommés du secteur, qui versent dans cette formation la dure expérience de leur travail afin que vous puissiez grandir 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"

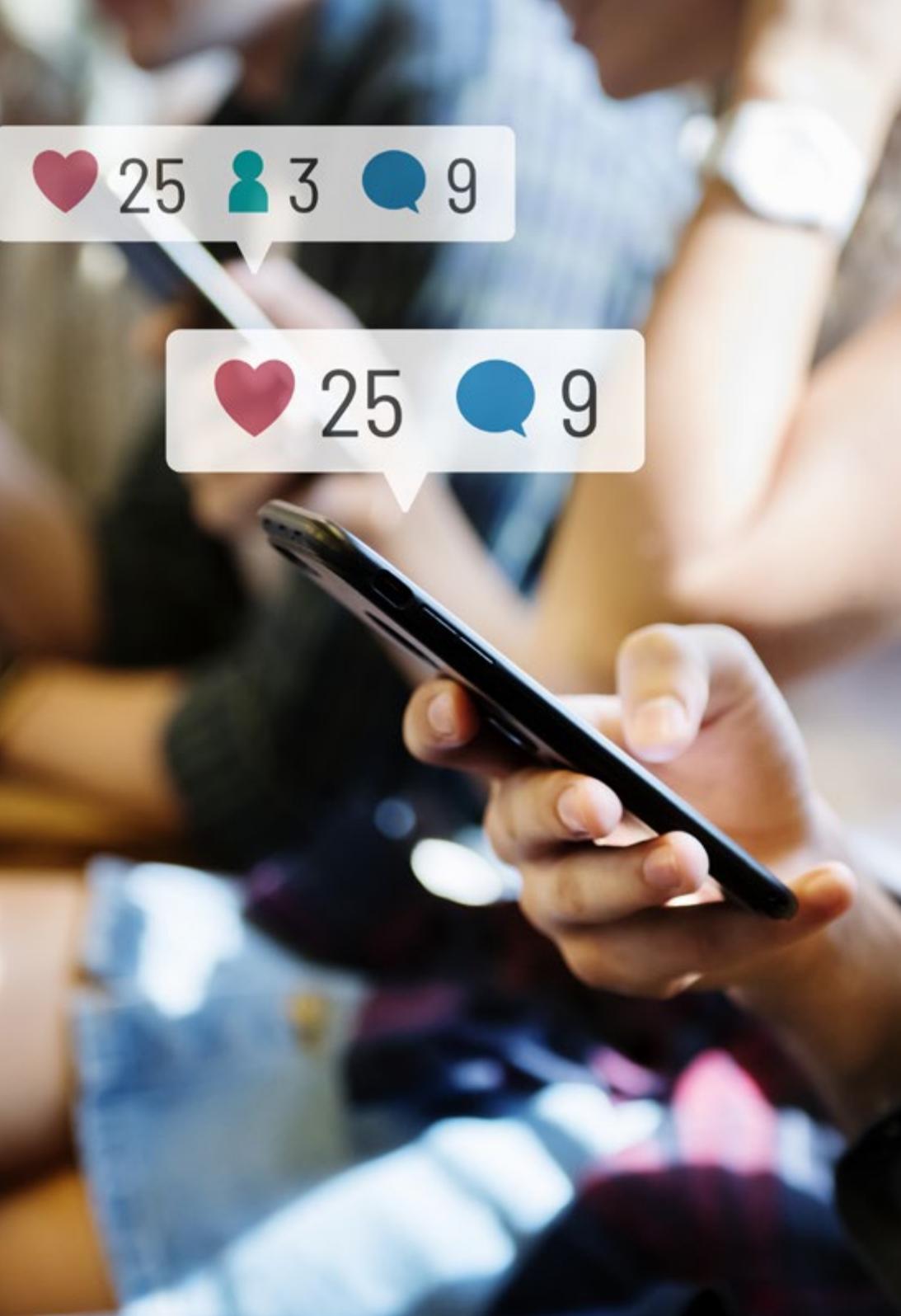
Module 1. Mesures pour l'analyse de la communication

- 1.1. Analyse de la communication et de la gestion des biens incorporels
 - 1.1.1. L'évolution de la communication: des masses à la mondialisation
 - 1.1.2. Concept et contexte des immobilisations incorporelles
 - 1.1.3. Mesurer la marque, l'identité et la culture d'entreprise
- 1.2. Les indicateurs spécifiques: au-delà de la référence
 - 1.2.1. De quoi est faite la mode?
 - 1.2.2. Indicateurs spécifiques à l'environnement de la mode
 - 1.2.3. L'objectif de la mesure et le choix de la méthode
- 1.3. Détection des erreurs de mesure
 - 1.3.1. L'analyse des erreurs: l'inférence et la méthode de contraste
 - 1.3.2. Typologie des erreurs et leur gravité dans la communication de mode
 - 1.3.3. Planification et budget dans les actions de communication
- 1.4. Mesures traditionnelles pour l'analyse de la communication
 - 1.4.1. Principes statistiques et structure des données
 - 1.4.2. Méthodologie de recherche qualitative
 - 1.4.3. Typologie des métriques traditionnelles: structure et fonction
- 1.5. Mesures numériques: Google Analytics
 - 1.5.1. Le positionnement Web dans les marques de mode
 - 1.5.2. Que mesurons-nous dans l'environnement numérique?
 - 1.5.3. Typologie des mesures numériques: structure et fonction
- 1.6. Création et adaptation du produit communicatif
 - 1.6.1. La valeur du produit communicatif dans l'industrie de la mode
 - 1.6.2. L'interprétation des données et l'efficacité des solutions
 - 1.6.3. Les perceptions individuelles cachées dans la psychologie du consommateur à la mode
- 1.7. Impact de la mesure sur la prise de décision
 - 1.7.1. Questions appropriées et approche des hypothèses
 - 1.7.2. *Benchmark* et l'environnement concurrentiel
 - 1.7.3. La gestion du changement, la confiance et la mesure du succès dans une marque de mode

- 1.8. Prévisions et mesures comme stratégie à long terme
 - 1.8.1. Le modèle comportemental de la marque
 - 1.8.2. La carte des fréquences et l'analyse de l'évolution de la mode
 - 1.8.3. Simulation de scénarios d'innovation
- 1.9. Le rapport analytique et sa présentation
 - 1.9.1. Objectif du rapport: modèle de comportement de la marque
 - 1.9.2. Composants du rapport analytique de la communication de mode
 - 1.9.3. La visualisation des données
- 1.10. Évaluation rapide des situations de crise
 - 1.10.1. Les variables décisives
 - 1.10.2. Impact à court terme et reformulation de la stratégie
 - 1.10.3. Les intouchables: l'échelle des priorités d'une marque de mode

Module 2. La presse spécialisée et les relations publiques

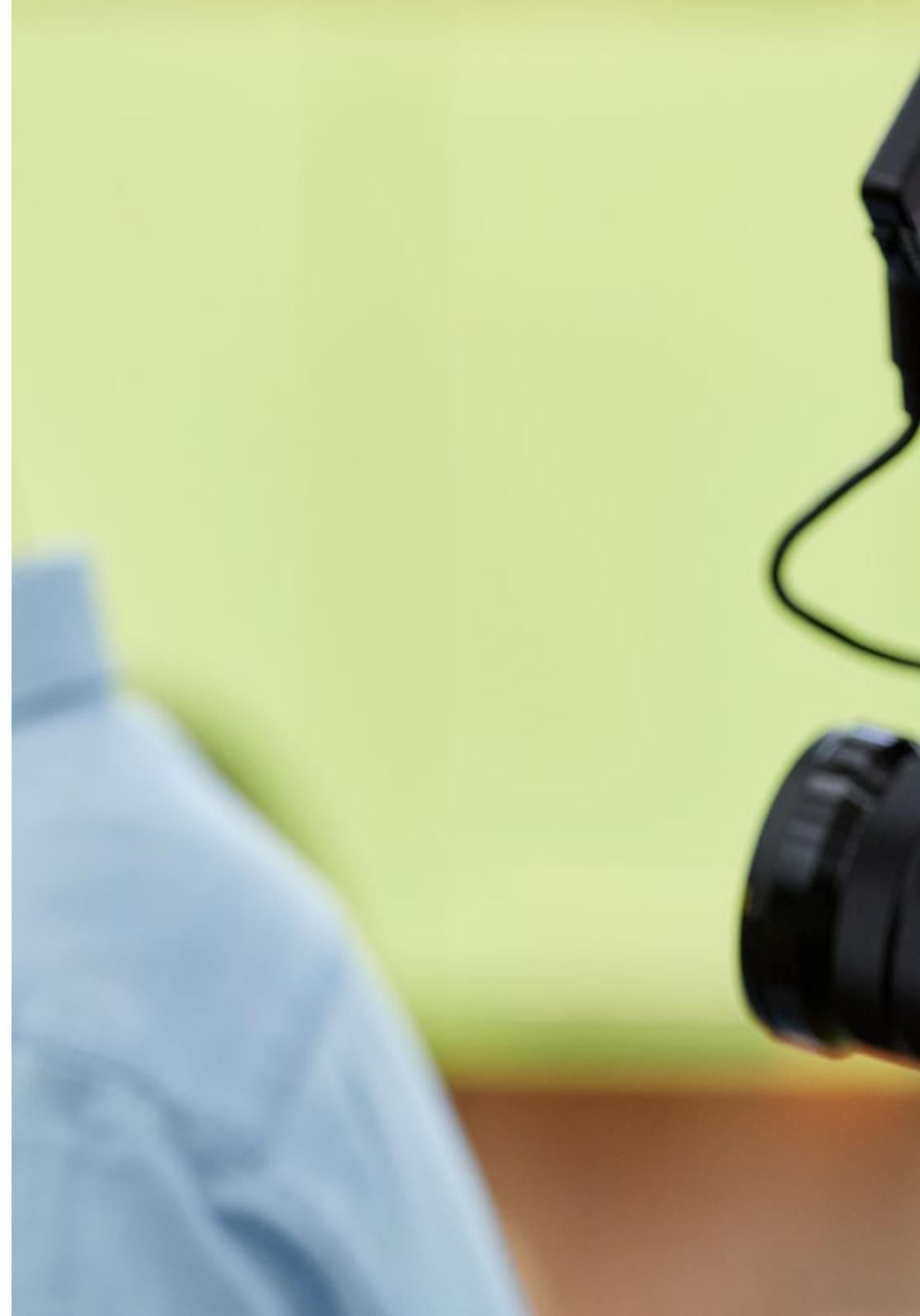
- 2.1. La communication dans la presse spécialisée
 - 2.1.1. Les médias spécialisés dans la mode et la beauté, la presse féminine
 - 2.1.2. Le rôle de l'agence de communication dans la communication
 - 2.1.3. La valeur actuelle de la presse hors ligne
- 2.2. Évolution des modèles de communication dans le domaine des relations publiques. PP
 - 2.2.1. Notion de relations publiques
 - 2.2.2. Approche théorique des modèles classiques de RP. PP (Grunig et Hunt)
 - 2.2.3. Vers une nouvelle approche de la RP PP, le 5^o modèle
- 2.3. Une communication persuasive dans les relations publiques. PP
 - 2.3.1. Composante persuasive et informative des RP. PP
 - 2.3.2. Différenciation entre les relations publiques et l'activité journalistique
 - 2.3.3. Fonctions des RR. Le RP par rapport au rôle du Marketing et de la publicité
- 2.4. Outils de communication avec la presse
 - 2.4.1. Le cabinet de presse et son fonctionnement
 - 2.4.2. Matériel de presse utile
 - 2.4.3. Comment construire un communiqué de presse efficace?



- 2.5. Planification et stratégie de communication dans la mode et la beauté
 - 2.5.1. Étude précédente: analyse du *briefing*
 - 2.5.2. La méthode RACE
 - 2.5.3. Le plan de communication
- 2.6. Actions de communication et événements pour la mode et la beauté
 - 2.6.1. Types de communication au service des marques
 - 2.6.2. Critères de sélection des actions de communication
 - 2.6.3. Conception d'activités et agenda *Setting* en beauté et mode
- 2.7. Mesure des résultats
 - 2.7.1. La nécessité d'un suivi des relations publiques
 - 2.7.2. Outils classiques de mesure quantitative: *Clipping* et VPE
 - 2.7.3. L'importance de l'évaluation qualitative
- 2.8. Erreurs à éviter dans la communication et l'étendue des RP. PP
 - 2.8.1. Rendre les médias moins importants
 - 2.8.2. Excès de contenu et manque de pertinence
 - 2.8.3. Improvisation vs planification
- 2.9. Éthique et perspective psychosociale
 - 2.9.1. Les relations publiques au XXI^e siècle: entre progrès et protection sociale
 - 2.9.2. Responsabilité sociale et relations publiques
 - 2.9.3. Éthique des RR. PP: conscience de soi, indépendance et engagement
- 2.10. Dernières tendances et études dans les relations publiques
 - 2.10.1. Les nouveaux RR. Les relations publiques, plus "sociales" que jamais
 - 2.10.2. Communication émotionnelle et neuromarketing
 - 2.10.3. *Insights* principaux enseignements des consommateurs d'aujourd'hui

Module 3. Nouveaux canaux de communication: réseaux sociaux et YouTube

- 3.1. L'influence et d'autres stratégies de puissance sur les nouveaux canaux numériques
 - 3.1.1. Les stratégies de pouvoir liées à la communication de mode
 - 3.1.2. Influencer dans la sphère des médias sociaux
 - 3.1.3. Gérer les nouveaux leaders numériques: influenceurs de mode
- 3.2. Le choix du canal de communication: théorie Forrester Research
 - 3.2.1. La nouvelle opinion publique: diriger les masses un par un
 - 3.2.2. Qu'est-ce que la théorie Forrester?
 - 3.2.3. Application de la théorie Forrester Research à l'industrie de la mode
- 3.3. Le pouvoir du langage audiovisuel et de la communication non verbale
 - 3.3.1. La part de marché croissante de la communication non verbale
 - 3.3.2. L'impact du message audiovisuel sur la mode
 - 3.3.3. Composition du discours photographique sur les réseaux sociaux
- 3.4. Évolution et fonctionnement des réseaux sociaux dans l'industrie de la mode
 - 3.4.1. Étapes d'émergence et d'évolution d'Internet
 - 3.4.2. La stratégie multicanal au sein des réseaux sociaux à la mode
 - 3.4.3. Qu'est-ce qu'un réseau social? Différences avec les canaux traditionnels
- 3.5. Facebook, la grande base de données
 - 3.5.1. Communication transversale
 - 3.5.2. Intérêt communautaire
 - 3.5.3. Modèles de présence sur Facebook
- 3.6. Instagram, bien plus que des photos de mode
 - 3.6.1. Messages émotionnels et gestion de l'empathie
 - 3.6.2. L'intimité du quotidien en images
 - 3.6.3. Se démarquer dans le réseau social le plus important de la mode
- 3.7. Le contenu professionnel de LinkedIn
 - 3.7.1. La création de la marque personnelle
 - 3.7.2. Messages cognitifs dans une marque de mode
 - 3.7.3. Gestion des relations avec la concurrence





- 3.8. La politisation de Twitter
 - 3.8.1. La communication impulsive et omnidirectionnelle
 - 3.8.2. Message direct et création de contenu en 20 caractères
 - 3.8.3. L'impact des titres: de la profondeur à la légèreté
- 3.9. TikTok, au-delà de la génération Z
 - 3.9.1. La révolution audiovisuelle et l'accélération des changements de look dans un contexte Slow Fashion
 - 3.9.2. Démocratisation de la création de contenus audiovisuels
 - 3.9.3. La mode comme fait d'actualité
- 3.10. YouTube, un exposant du contenu audiovisuel
 - 3.10.1. La gestion des attentes dans la création de contenu audiovisuel
 - 3.10.2. Carte des contenus sur YouTube sur la mode, la beauté et le luxe
 - 3.10.3. Nouvelles tendances dans l'opinion publique: les Microinfluenceurs



Une formation 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.



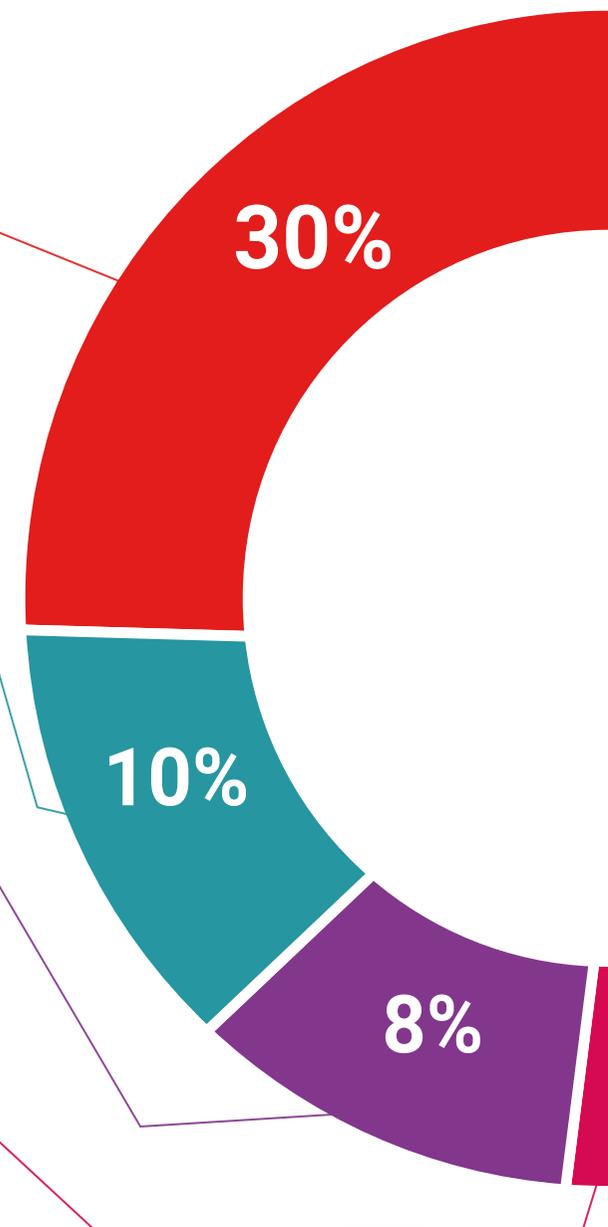
Pratiques en compétences et aptitudes

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 Nouvelles Formes de 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 Nouvelles Formes de 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 Nouvelles Formes de Communication dans la Mode, Beauté et Luxe**

N.º d'Heures Officielles: **450 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

tech université
technologique

Certificat Avancé

Nouvelles Formes de
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

Nouvelles Formes de Communication
dans la Mode, Beauté et Luxe

