

# Universitätsexperte

## Marketing in Mode und Luxus



## Universitätsexperte Marketing in Mode und Luxus

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online
- » Gerichtet an: Fachleute aus verschiedenen akademischen Disziplinen, die sich eingehender mit dem neuen Szenario, das sich in der Welt des Luxus abzeichnet, seinem Wachstum und seinen Marketingmöglichkeiten befassen möchten

Internetzugang: [www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-marketing-mode-luxus](http://www.techtitude.com/de/wirtschaftsschule/spezialisierung/spezialisierung-marketing-mode-luxus)

# Index

01

Willkommen

---

Seite 4

02

Warum an der TECH  
studieren?

---

Seite 6

03

Warum unser Programm?

---

Seite 10

04

Ziele

---

Seite 14

05

Struktur und Inhalt

---

Seite 18

06

Methodik

---

Seite 26

07

Profil unserer Studenten

---

Seite 34

08

Kursleitung

---

Seite 38

09

Auswirkung auf Ihre Karriere

---

Seite 44

10

Vorteile für ihr Unternehmen

---

Seite 48

11

Qualifizierung

---

Seite 52

# 01 Willkommen

Die Kommunikation in der Welt der Mode und des Luxus hat sich in den letzten Jahren radikal verändert. Die großen Laufstege der Welt teilen sich jetzt die Bedeutung mit globalen Influencern, die die großen Marken einkleiden und in den sozialen Netzwerken bewerben. Aufgrund des immer ausgefeilteren *Storytellings* ist es für Fachleute in diesem Bereich des Marketings notwendig, sich auf alle Besonderheiten von Mode und Luxus zu spezialisieren. Mit dem Studium dieses von TECH entwickelten umfassenden Programms richten die Studenten ihre Karriere auf eine Geschäftsnische aus, in der hohe Wachstumserwartungen bestehen und in der sie sogar eine Position im Kommunikationsmanagement erreichen können.



Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus  
TECH Technologische Universität



“

*Dank des von TECH vermittelten Wissens werden Sie in der Lage sein, die Mode- und Luxusmarketingbranche anzuführen“*

02

# Warum an der TECH studieren?

TECH ist die weltweit größte 100%ige Online Business School. Es handelt sich um eine Elite-Business School mit einem Modell, das höchsten akademischen Ansprüchen genügt. Ein leistungsstarkes internationales Zentrum für die intensive Ausbildung von Führungskräften.



“

*TECH ist eine Universität an der Spitze der Technologie, die den Studenten alle Ressourcen zur Verfügung stellt, um ihnen zu helfen, geschäftlich erfolgreich zu sein”*

## Bei TECH Technologische Universität



### Innovation

Die Universität bietet ein Online-Lernmodell an, das modernste Bildungstechnologie mit höchster pädagogischer Strenge verbindet. Eine einzigartige Methode mit höchster internationaler Anerkennung, die dem Studenten die Schlüssel für seine Entwicklung in einer Welt des ständigen Wandels liefert, in der Innovation der wesentliche Einsatz eines jeden Unternehmers sein muss.

*“Die Erfolgsgeschichte von Microsoft Europa”*, für die Einbeziehung des neuen interaktiven Multivideosystems in unsere Programme.



### Maximalforderung

Das Zulassungskriterium von TECH sind nicht wirtschaftlich. Sie brauchen keine große Investitionen zu tätigen, um bei uns zu studieren. Um jedoch einen Abschluss bei TECH zu erlangen, werden die Grenzen der Intelligenz und der Kapazität des Schülers getestet. Die akademischen Standards unserer Einrichtung sind sehr hoch...

**95%**

Der Studenten von TECH schließen ihr Studium erfolgreich ab.



### Vernetzung

Fachleute aus der ganzen Welt nehmen an der TECH teil, so dass die Studenten ein umfangreiches Netz von Kontakten knüpfen können, die ihnen für ihre Zukunft nützlich sein werden.

**+100.000**

Jährlich geschulte Manager

**+200**

verschiedene Nationalitäten



### Empowerment

Der Student wird Hand in Hand mit den besten Unternehmen und Fachleuten von großem Prestige und Einfluss wachsen. TECH hat strategische Allianzen und ein wertvolles Netz von Kontakten zu den wichtigsten Wirtschaftsakteuren auf den 7 Kontinenten aufgebaut.

**+500**

Partnerschaften mit den besten Unternehmen



### Talent

Dieses Programm ist ein einzigartiger Vorschlag, um die Talente der Studenten in der Geschäftswelt zu fördern. Eine Gelegenheit für Sie, Ihre Anliegen und Ihre Unternehmensvisionen vorzutragen.

TECH hilft den Studenten, ihr Talent am Ende dieses Programms der Welt zu zeigen.



### Multikultureller Kontext

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten eine einzigartige Erfahrung. Sie werden in einem multikulturellen Kontext studieren. In einem Programm mit einer globalen Vision, dank derer Sie die Arbeitsweise in verschiedenen Teilen der Welt kennenlernen und die neuesten Informationen sammeln können, die am besten zu Ihrer Geschäftsidee passen.

Unsere Studenten kommen aus mehr als 200 Ländern.





TECH strebt nach Exzellenz und hat zu diesem Zweck eine Reihe von Merkmalen, die sie zu einer einzigartigen Universität machen:



### Analyse

---

TECH erforscht die kritische Seite des Studenten, seine Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, seine Problemlösungsfähigkeiten und seine zwischenmenschlichen Fähigkeiten.



### Akademische Spitzenleistung

---

TECH bietet den Studenten die beste Online-Lernmethodik an. Die Universität kombiniert die *Relearning*-Methode (die international am besten bewertete postgraduale Lernmethodik) mit Fallstudien. Tradition und Avantgarde in einem schwierigen Gleichgewicht, und das im Rahmen des anspruchsvollsten akademischen Weges.



### Skaleneffekt

---

TECH ist die größte Online-Universität der Welt. Sie verfügt über ein Portfolio von mehr als 10.000 Hochschulabschlüssen. Und in der neuen Wirtschaft, **Volumen + Technologie = disruptives Preisniveau**. Damit stellen wir sicher, dass das Studium nicht so kostspielig ist wie an einer anderen Universität.



### Lerne mit den Besten

---

Das TECH-Lehrerteam erklärt im Unterricht, was sie in ihren Unternehmen zum Erfolg geführt hat, und arbeitet dabei in einem realen, lebendigen und dynamischen Kontext. Lehrkräfte, die sich voll und ganz dafür einsetzen, Ihnen eine hochwertige Spezialisierung zu bieten, die es die es den Studenten ermöglichen, in Ihrer Karriere voranzukommen und sich in der Geschäftswelt zu profilieren.

Lehrkräfte aus 20 verschiedenen Ländern.



Bei TECH werden Sie Zugang zu den gründlichsten und aktuellsten Fallstudien der akademischen Welt haben“

03

# Warum unser Programm?

Die Teilnahme am TECH-Programm bedeutet eine Vervielfachung Ihrer Chancen auf beruflichen Erfolg im Bereich der höheren Unternehmensführung.

Es ist eine Herausforderung, die Anstrengung und Hingabe erfordert, aber die Tür zu einer vielversprechenden Zukunft öffnet. Die Studenten werden von den besten Lehrkräften und mit den flexibelsten und innovativsten Lehrmethoden unterrichtet.



“

*Wir verfügen über das renommierteste Lehrpersonal und den umfassendsten Lehrplan auf dem Markt, so dass wir Ihnen eine Ausbildung auf höchstem akademischen Niveau bieten können“*

Dieses Programm bietet eine Vielzahl von beruflichen und persönlichen Vorteilen, darunter die folgenden:

01

### Einen deutlichen Schub für die Karriere des Studenten

Ein Studium bei TECH bietet den Studenten, Ihre Zukunft selbst in die Hand zu nehmen und Ihr volles Potenzial zu entfalten. Durch die Teilnahme an unserem Programm erwerben Sie in kurzer Zeit die notwendigen Fähigkeiten, um Ihre berufliche Laufbahn positiv zu verändern.

*70% der Teilnehmer an dieser Spezialisierung erreichen in weniger als 2 Jahren eine positive Veränderung in ihrer Karriere.*

02

### Sie werden eine strategische und globale Vision des Unternehmens entwickeln

TECH bietet einen detaillierten Überblick über das allgemeine Management, um zu verstehen, wie sich jede Entscheidung auf die verschiedenen Funktionsbereiche des Unternehmens auswirkt.

*Unsere globale Vision des Unternehmens wird Ihre strategische Vision verbessern.*

03

### Sie werden sich in der Unternehmensführung fest etablieren

Ein Studium an der TECH öffnet die Türen zu einem beruflichen Panorama von großer Bedeutung, so dass sich die Studenten als hochrangige Führungskräfte mit einem umfassenden Blick auf das internationale Umfeld positionieren können.

*Sie werden mehr als 100 reale Fälle aus dem Bereich der Unternehmensführung bearbeiten.*

04

### Sie werden neue Aufgaben übernehmen

Während des Programms werden die neuesten Trends, Entwicklungen und Strategien vorgestellt, damit die Studenten ihre berufliche Tätigkeit in einem sich verändernden Umfeld ausüben können.

*45% der Auszubildenden werden intern befördert.*

05

### Sie haben Zugang zu einem leistungsfähigen Netzwerk von Kontakten

TECH vernetzt seine Studenten, um ihre Chancen zu maximieren. Studenten mit den gleichen Sorgen und den Wunsch zu wachsen. So wird es möglich sein, Partner, Kunden und oder Lieferanten zu teilen.

*Sie werden ein Netz von Kontakten finden, das für Ihre berufliche Entwicklung unerlässlich ist.*

06

### Rigorese Entwicklung von Unternehmensprojekten

Der Student wird eine tiefgreifende strategische Vision erlangen, die ihm helfen wird, sein eigenes Projekt unter Berücksichtigung der verschiedenen Bereiche des Unternehmens zu entwickeln.

*20% unserer Studenten entwickeln ihre eigene Geschäftsidee.*

07

### Verbessern Sie *Soft Skills* und Führungsqualitäten

TECH hilft den Studenten, ihr erworbenes Wissen anzuwenden und weiterzuentwickeln und ihre zwischenmenschlichen Fähigkeiten zu verbessern, damit sie zu Führungskräften werden, die etwas bewirken.

*Verbessern Sie Ihre Kommunikation- und Führungsfähigkeiten und bringen Sie Ihre Karriere in Schwung.*

08

### Sie werden Teil einer exklusiven Gemeinschaft sein

Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, Teil einer Gemeinschaft von Elite-Managern, großen Unternehmen, renommierten Institutionen und qualifizierten Professoren der renommiertesten Universitäten der Welt zu werden. Die TECH Technologische Universität Community.

*Wir bieten Ihnen die Möglichkeit, sich mit einem Team von international anerkannten Lehrern zu spezialisieren.*

# 04 Ziele

Dieser TECH Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus verbessert die Kommunikationsfähigkeiten seiner Studenten, um das Beste aus ihnen herauszuholen und sie richtig auf den Bereich Mode und Luxus auszurichten. Mit einer solch spezifischen Spezialisierung, die sich auf einen Sektor mit der Aussicht auf weiteres Wachstum konzentriert, werden die Studenten ihre Erwartungen an eine Verbesserung ihres Gehalts und ihrer geschäftlichen Position schnell erfüllt sehen.



“

*Sie werden Ihre eigene Marke in der Welt der Mode und des Luxus sein, dank des persönlichen Brandings, das Sie in diesem Universitatsexperten entwickeln werden“*

**TECH macht sich die Ziele ihrer Studenten zu eigen  
Gemeinsam arbeiten sie daran, diese zu erreichen**

Der **Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus** befähigt die Studenten zu Folgendem:

01

Vermittlung des notwendigen Rüstzeugs, um die Rolle des Marketings in einem Unternehmen zu verstehen, eine Markenstrategie zu entwerfen und diese in einen Marketingplan umzusetzen

04

Erstellung eines Inhaltsbaums und kohärenter Inhalte

02

Aneignung einer Vision des Marketings im Besonderen und des Unternehmens im Allgemeinen, die als Grundlage für die folgenden Module dienen wird

05

Entwicklung von Inhalten und Geschichten, die sich mit dem Ökosystem Ihrer Marke identifizieren

03

Aufbau einer digitalen Umgebung, die in der Lage ist, Besucher/Publikum für Ihre Luxusmarke zu gewinnen, egal ob offline oder online, mit einer gewünschten Positionierung

06

Die Ergebnisse anpassen und ein neues Ökosystem schaffen



07

Die Persönlichkeit der Marke durch Kreativität und Innovation als symbolische Werte in ständigem Wachstum zu projizieren

10

Die Rolle der sozialen Medien in Marketing-und Kommunikationsstrategien für Luxusgüter verstehen

08

Die Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit und die neuesten Markttrends entdecken

11

Vertiefung der Generierung von Einfluss und wie dieser in einer Marketingstrategie von Nutzen sein kann

09

Die überzeugende Komponente der PR für das Luxusmarketing verstehen

12

Vertiefung des Verständnisses der wichtigsten sozialen Netzwerke, die derzeit für Markenmarketingkampagnen genutzt werden, sowie ihrer Stärken und Grenzen

05

# Struktur und Inhalt

Die Struktur und die Inhalte des Universitätsexperten in Marketing in Mode und Luxus sind so konzipiert, dass sie die berufliche Karriere der Studenten durch einen qualitativ hochwertigen Unterricht fördern, der an die neuen Realitäten des Marktes angepasst ist. Aus diesem Grund bieten wir einen kompletten Studienplan mit mehreren Social Media Marketing Tools, Fashion Thinking, Mobile Marketing und sogar Gamification von Modeinhalten an.





*Sie werden Experte für die verschiedenen Trends je nach Region und Verbrauchertyp sein und wissen, wie Sie Ihre Kommunikation an internationale Marken und Profile anpassen können"*

## Lehrplan

Dieses TECH-Programm wird von Experten für Mode- und Luxuskommunikation entwickelt, was einerseits die Anpassung der Inhalte an die Realität des aktuellen Marktes und andererseits die Qualität des angebotenen didaktischen Materials garantiert. Auf diese Weise erhalten die Studenten eine umfassende Fortbildung zu Themen wie *Luxury & Fashion Markets*, *Phygital Management*, *Inbound Marketing* und *Branding Strategy*.

Indem Sie das Wachstum nutzen, von dem der Mode- und Luxussektor in den letzten Jahren profitiert hat, erwerben Sie die notwendigen Fähigkeiten, um sich als renommierte Fachkraft zu profilieren und sich für größere und bessere Jobs entscheiden zu können.

Außerdem haben die Studenten Zugang zu praktischen Beispielen und realen Fällen, die von den Dozenten in den Studiengang aufgenommen wurden. Während der 450 Stunden, aus denen sich der Kurs zusammensetzt, erwirbt der Student auf kontextbezogene und authentische Weise das gesamte Wissen, das er sich aneignet.

Dieser Universitätsexperte erstreckt sich über 6 Monate und ist in 3 Module unterteilt:

### Modul 1

Marketingmanagement auf den heutigen Mode- und Luxusmärkten

### Modul 2

*Fashion thinking* auf dem Mode- und Luxusmarkt

### Modul 3

Neue Interaktionen auf dem Luxus- und Modemarkt



### Wo, wann und wie wird unterrichtet?

TECH bietet die Möglichkeit, dieses Programm vollständig online zu entwickeln. Während der 6-monatigen Fortbildung wird der Student in der Lage sein, jederzeit auf alle Inhalte dieses Programms zuzugreifen, was ihm ermöglicht, seine Studienzeit selbst zu verwalten.

*Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Bildungserfahrung, um Ihre berufliche Entwicklung voranzutreiben und den endgültigen Sprung zu schaffen.*

**Modul 1. Marketingmanagement auf den heutigen Mode- und Luxusmärkten**

**1.1. Das Wirtschaftssystem des Luxus**

- 1.1.1. Die Schlüssel zum Marketing in der Luxusindustrie
- 1.1.2. Marketing-Benchmarks
- 1.1.3. Marketing Management

**1.2. Business Intelligence**

- 1.2.1. Strategie und Taktik für den Modemarkt
- 1.2.2. Das Gleichgewicht zwischen Kurz- und Langfristigkeit
- 1.2.3. Im digitalen Zeitalter mit allen reden

**1.3. Verkaufstreiber und Ansatzpunkte in der heutigen Industrie**

- 1.3.1. Der Marketing-Mix und die 4 Ps des Marketings
- 1.3.2. 5-Kräfte-Modell nach Porter
- 1.3.3. Einige Arten von Marketing

**1.4. Der Ansatz des Wettbewerbsvorteils auf neuen Märkten**

- 1.4.1. *Luxury & Fashion Markets*
- 1.4.2. Neue Wettbewerbstrends
- 1.4.3. Die Bedeutung von Branding auf dem Modemarkt

**1.5. Die Struktur eines spezifischen und kontextabhängigen Marketingplans**

- 1.5.1. Die Rhythmen des Luxus
- 1.5.2. Markt-Metriken
- 1.5.3. SMART: Die Ziele des Erfolgs

**1.6. Erste Schritte: Überwinden Sie die praktische Hürde**

- 1.6.1. Schritte zur Aktion
- 1.6.2. Gantt-Diagramm
- 1.6.3. Monitoring, Kontrolle und Abweichung

**1.7. Neue Wege zur Visualisierung und Vermarktung des Plans**

- 1.7.1. Präsentationen für Luxusmarken
- 1.7.2. Auswahl der audiovisuellen Ressourcen
- 1.7.3. Marketing-Absichten

**1.8. Ein echtes Budget für eine Mode- und Luxusmarke**

- 1.8.1. Umsatzprognose als Ansatz für die Planung
- 1.8.2. Kostenkontrolle bei einem Luxusprodukt
- 1.8.3. Das passende Budget für die Modebranche

**1.9. Der richtige Preis für ein Produkt oder eine Dienstleistung in der heutigen Industrie**

- 1.9.1. Parameter, die die Preisgestaltung von Mode beeinflussen
- 1.9.2. Die Entscheidung für die Produktpromotion
- 1.9.3. Die wichtigsten Informationen über den *Outlet*-Bereich

**1.10. Mobile Marketing & Gamificación**

- 1.10.1. *WhatsApp* Marketing in der Luxusindustrie
- 1.10.2. Videospiele als Verkaufsszenario für Mode
- 1.10.3. Von H&M in die *Sims 2 Fashion Runway* bis Gucci in *Die Sims 4*

**Modul 2. Fashion thinking auf dem Mode- und Luxusmarkt**

**2.1. Phygital Management**

- 2.1.1. *Luxury Experience*
- 2.1.2. Suchressourcen und die Entwicklung der SERPs
- 2.1.3. Die Modemarke in der Welt des Luxus

**2.2. Die DNA der Luxusmarke**

- 2.2.1. Der Geschäftszweck: die Mission der Luxusmarke
- 2.2.2. Die Langfristigkeit von Marketingaktionen: die Vision
- 2.2.3. Die Markenattribute und die Identität: die Werte

**2.3. Digital Media Track**

- 2.3.1. Organische Reichweite in der digitalen Umgebung: KDA
- 2.3.2. Die Kreativität von SEM-Kampagnen
- 2.3.3. Die Bedeutung von SMO in der Luxusbranche

**2.4. Der Luxus-e-commerce**

- 2.4.1. Der Inhalt Web und Verkaufs-e-commerce
- 2.4.2. Entwicklung der Ziele der Marketingkommunikation
- 2.4.3. Interaktion bei der Erstellung von Inhalten

**2.5. Die Bedeutung von Wordpress und anderen statischen Tools**

- 2.5.1. Bidirektionale und statische Kommunikation
- 2.5.2. Struktur und Aufbau von Blogs
- 2.5.3. Das Editorial in digitalen Modemagazinen

**2.6. Inbound Marketing**

- 2.6.1. Marketing Ambient in der Luxuswelt
- 2.6.2. Virtueller Realismus im medienübergreifenden *Storytelling*
- 2.6.3. Etappen bei der Erstellung von *Storytelling*

**2.7. Attraktionsmarketing durch Bilder**

- 2.7.1. Schönheit als visueller Impuls
- 2.7.2. Der Handlungsstrang einer Markengeschichte
- 2.7.3. Wie wird man eine Referenz?

**2.8. Google Trends**

- 2.8.1. Unmittelbarer Inhalt
- 2.8.2. Die Dynamik der meistgesuchten Schlüsselwörter
- 2.8.3. Wir alle schauen auf Trends: Wenn der Trend ist, dem Trend nicht zu folgen

**2.9. Branding Strategy**

- 2.9.1. Inhalt und Trendausrichtung
- 2.9.2. Die musikalische Atmosphäre in der audiovisuellen Kommunikation
- 2.9.3. *Fashion Films*

**2.10. ReMarketing: das ständige Wachstum einer Marke**

- 2.10.1. Kreativität, Innovation und Erfindung
- 2.10.2. Das Gleichgewicht zwischen Inspiration und Streben in der Modeindustrie
- 2.10.3. Post-Covid-Neuordnung: Inhalte für die gesamte Gemeinschaft

Modul 3. Neue Interaktionen auf dem Luxus- und Modemarkt

**3.1. Die Rolle der PR für eine Modemarke**

- 3.1.1. Öffentlichkeitsarbeit in der Luxusindustrie
- 3.1.2. Die Modelle Gruning und Hunt
- 3.1.3. Das 5. Modell in PR

**3.2. Die strategische Botschaft**

- 3.2.1. Die überzeugenden Komponenten von Informationen
- 3.2.2. Die Rolle der PR gegenüber der Rolle von Marketing und Werbung
- 3.2.3. Kriterien für die Auswahl von Kommunikationsmaßnahmen

**3.3. Metriken für die PR-Analyse**

- 3.3.1. Die Notwendigkeit einer PR-Überwachung
- 3.3.2. *Clipping* und VPE-Tools
- 3.3.3. Qualitative Bewertung bei einer Luxusmarke

**3.4. Zu vermeidende Fehler in der PR-Branche**

- 3.4.1. Die *Mass Media* sind nicht mehr die einzigen
- 3.4.2. Ein Übermaß an Inhalt und mangelnde Relevanz
- 3.4.3. Improvisation vs. Planung

**3.5. Neue Post covid Trends in der Luxus-PR**

- 3.5.1. Mehr "sozial" als je zuvor, digitale und persönliche Interaktion
- 3.5.2. Emotionale Kommunikation und Neuromarketing
- 3.5.3. Wichtige *Insights* über die Verbraucher von heute

**3.6. Social media Marketing**

- 3.6.1. Internet: das Tor zur digitalen Interaktion
- 3.6.2. Soziale Netzwerke als bevorzugter Kanal für die Zielgruppe der Millennials
- 3.6.3. *Brand Ambassador*

**3.7. Digitale Machtstrategien: Influencer Marketing in Mode und Luxus**

- 3.7.1. Einflussnahme im Bereich der sozialen Medien
- 3.7.2. Das Management der neuen digitalen Führungskräfte: Mode-Influencer
- 3.7.3. Microinfluencers und ihre Wachstumspläne

**3.8. Die Konsolidierung der audiovisuellen Inhalte: YouTube und TikTok**

- 3.8.1. Der wachsende Marktanteil der nonverbalen Kommunikation
- 3.8.2. Die Demokratisierung der Erstellung audiovisueller Inhalte
- 3.8.3. Das Management von Erwartungen bei der Erstellung von audiovisuellen Inhalten

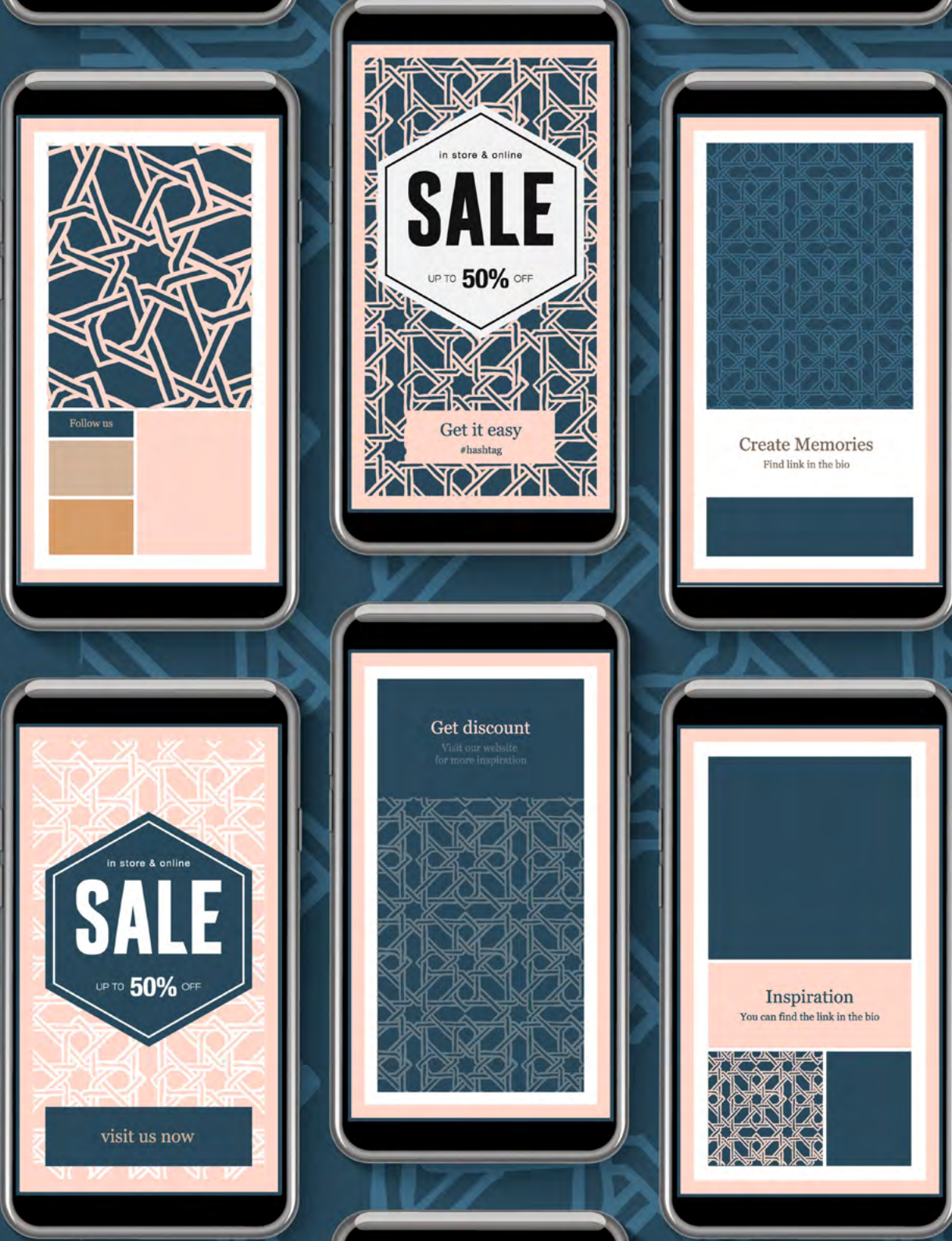
**3.9. Einflussnahme auf Gemeinschaften: Facebook und Instagram**

- 3.9.1. Übergreifende Kommunikation
- 3.9.2. Interesse der Gemeinschaft
- 3.9.3. Emotionale Botschaften und Empathie-Management

**3.10. Personal Branding Strategien: LinkedIn und Twitter**

- 3.10.1. Die großen Vitriolen für Unternehmensprofile
- 3.10.2. Wenn die Konkurrenz Ihre Freunde sind
- 3.10.3. Die Wirkung von Schlagzeilen: von tiefgründig bis leichtfüßig





How to get more likes?



Improve your social media

# CREATE AMAZING STORIES

Style. Morocco  
Size. 16:9



# 06 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.





“

*Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"*

## Die TECH Wirtschaftsschule verwendet die Fallstudie, um alle Inhalte zu kontextualisieren

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

*Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”*



*Dieses Programm bereitet Sie darauf vor, geschäftliche Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu meistern und Ihr Unternehmen erfolgreich zu machen.*



*Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein.*

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist eine intensive Spezialisierung, die von Grund auf neu geschaffen wurde, um Managern Herausforderungen und Geschäftsentscheidungen auf höchstem Niveau zu bieten, sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und geschäftliche Realität berücksichtigt wird.

“

*Sie werden durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen zu lösen“*

Die Fallmethode ist das am weitesten verbreitete Lernsystem an den besten Wirtschaftsschulen der Welt, und das schon so lange, wie es sie gibt. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

## Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

*Unser Online-System ermöglicht es Ihnen, Ihre Zeit und Ihr Lerntempo zu organisieren und an Ihren Zeitplan anzupassen. Sie können die Inhalte von jedem festen oder mobilen Gerät mit Internetanschluss abrufen.*

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Wirtschaftsschule ist die einzige spanischsprachige Schule, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.



In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher kombinieren wir jedes dieser Elemente konzentrisch. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

*Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihre Spezialisierung einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.*

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



### Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



### Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



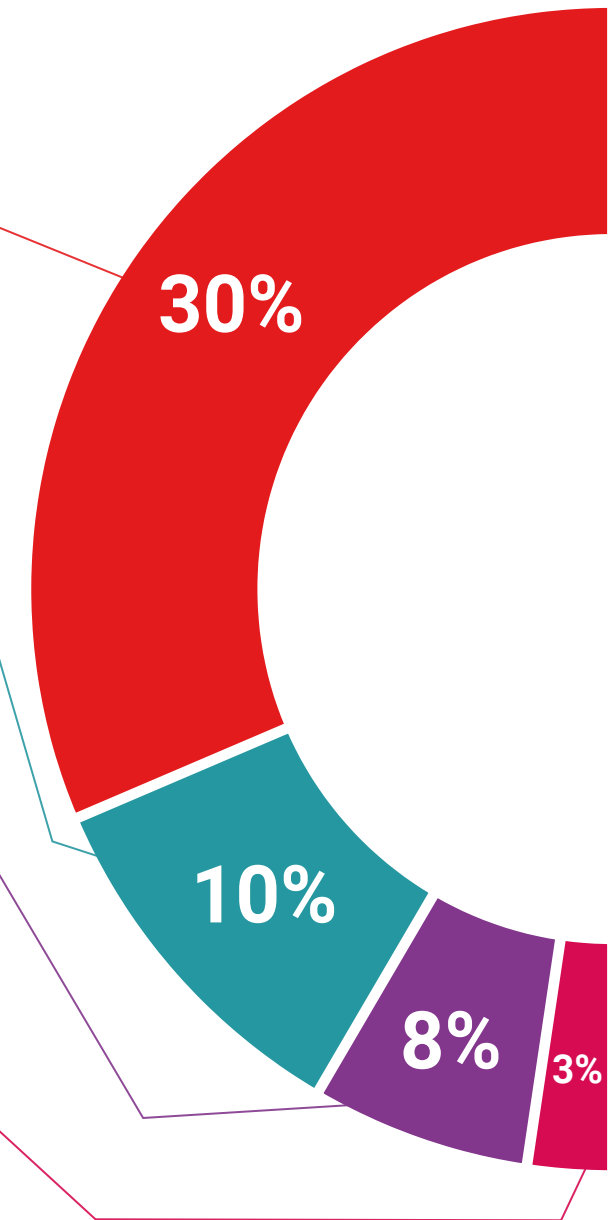
### Praxis der Managementfähigkeiten

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Managementfähigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein leitender Angestellter im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



### Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.







### Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Fälle, die von den besten Experten in Senior Management der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut werden.



### Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



### Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



07

# Profil unserer Studenten

Das Profil der Studenten, die sich für diesen Studiengang entscheiden, ist vielfältig. Die meisten von ihnen kommen aus den Bereichen Kommunikation, Werbung und Marketing. Sie haben ein gemeinsames Interesse daran, sich auf einen Nischenmarkt mit großartigen Berufsaussichten zu spezialisieren, sowie den Ehrgeiz, Führungspositionen in der Welt der Mode und des Luxus zu erreichen.





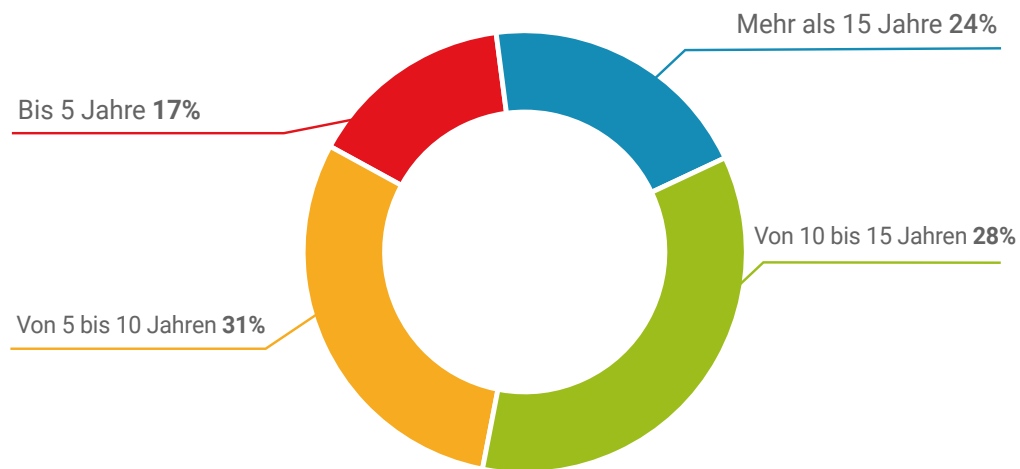
“

*Dies ist der ideale Zeitpunkt, um Ihrer Karriere die nötige zusätzliche Professionalität zu verleihen. Schreiben Sie sich bei TECH ein und erreichen Sie den Zenit des Marketing in Mode und Luxus“*

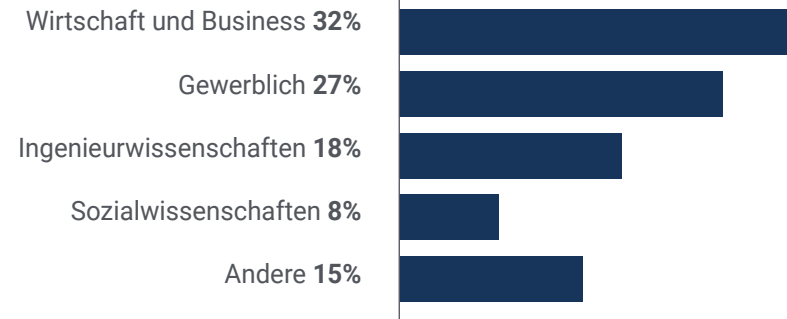
## Durchschnittliches Alter

Zwischen **35** und **45** Jahren

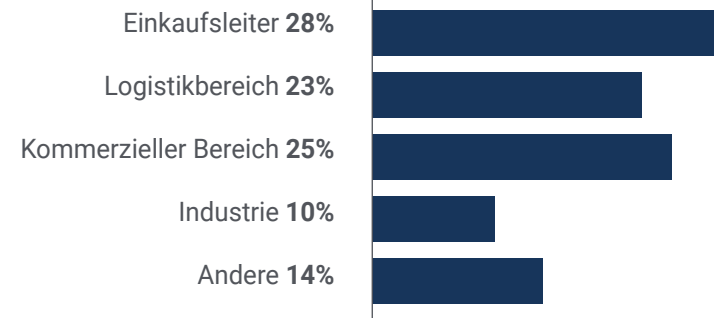
## Jahre der Erfahrung



## Ausbildung

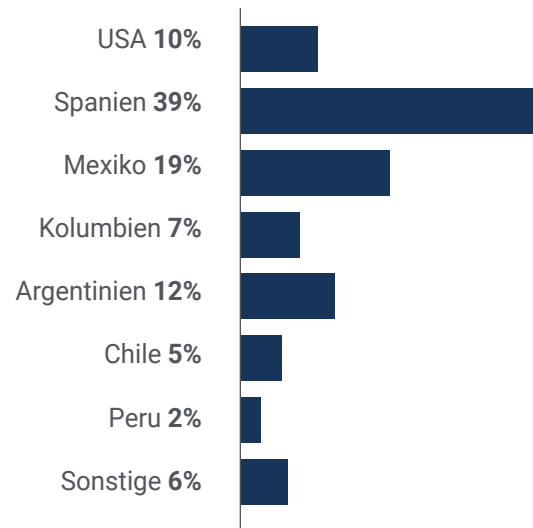


## Akademisches Profil



## Geografische Verteilung

---



## Juana Menacho Rial

---

Social Media Manager in der Luxusindustrie

*"Ich empfehle diesen Universitätsexperten jedem, der einen neuen Ansatz für seine Mode- und Luxusstrategien finden möchte. Dank des erlernten Wissens war ich in der Lage, die Ergebnisse einer Kampagne, die wir durchführten, erheblich zu verbessern, was schließlich zu einer wohlverdienten Beförderung führte"*

08

# Kursleitung

Zu den Dozenten des Programms gehören führende Experten auf dem Gebiet des Marketings und der luxusorientierten Mode, die die Erfahrung ihrer jahrelangen Arbeit und die Verbindung, die sie während ihrer gesamten beruflichen Laufbahn zu diesem exklusiven Umfeld aufrechterhalten haben, in diesen Vorschlag für den Studienplan einfließen lassen. An der Gestaltung und Ausarbeitung des Programms sind auch andere anerkannte Experten aus verwandten Bereichen beteiligt, die den Studienplan auf interdisziplinäre Weise vervollständigen und das Programm zu einer einzigartigen akademischen Erfahrung für die Studenten machen.



“

*Führende Fachleute aus der Welt der Luxusmode vermitteln Ihnen die Grundlagen des Marketings, das auf den Service ausgerichtet ist, den Ihre ausgewählte Kundschaft verlangt"*

## Internationaler Gastdirektor

Andrea La Sala ist ein erfahrener Marketingmanager, dessen Projekte einen **bedeutenden Einfluss auf die Modewelt** hatten. Im Laufe seiner erfolgreichen Karriere hat er verschiedene Aufgaben in den Bereichen **Produkt, Merchandising und Kommunikation** übernommen. All dies in Verbindung mit renommierten Marken wie **Giorgio Armani, Dolce & Gabbana, Calvin Klein** und anderen.

Die Ergebnisse dieser **hochkarätigen internationalen Führungskraft** sind auf seine nachgewiesene Fähigkeit zurückzuführen, **Informationen in klaren Rahmen zu synthetisieren** und konkrete, auf **spezifische Geschäftsziele ausgerichtete Maßnahmen** durchzuführen. Darüber hinaus ist er für seine **Proaktivität und seine Anpassung an einen raschen Arbeitsrhythmus** bekannt. Außerdem verfügt er über ein ausgeprägtes **kommerzielles Bewusstsein, eine Marktvision und eine echte Leidenschaft für die Produkte**.

Als **Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani** hat er eine Vielzahl von **Marketingstrategien für Bekleidung und Accessoires** überwacht. Seine Taktiken konzentrierten sich auch auf den **Einzelhandel und die Bedürfnisse und das Verhalten der Verbraucher**. In dieser Funktion war La Sala auch für die Gestaltung des **Produktmarketings** in verschiedenen Märkten verantwortlich und fungierte als **Teamleiter** in den **Abteilungen Design, Kommunikation und Verkauf**.

Andererseits hat er in Unternehmen wie **Calvin Klein oder der Gruppe Coin** Projekte zur **Förderung der Struktur, Entwicklung und Vermarktung verschiedener Kollektionen** durchgeführt. Er war auch für die Erstellung von **effektiven Kalendern für Einkaufs- und Verkaufskampagnen** verantwortlich. Zudem hat er die **Bedingungen, Kosten, Prozesse und Lieferfristen** der verschiedenen Operationen verwaltet.

Diese Erfahrungen haben Andrea La Sala zu einem der besten und qualifiziertesten **Unternehmensführer in der Mode- und Luxusbranche** gemacht. Er verfügt über eine hohe Managementkapazität, mit der es ihm gelungen ist, die **positive Positionierung verschiedener Marken** und die Neudefinition ihrer **Key Performance Indicators (KPI)** effektiv umzusetzen.





## Hr. La Sala, Andrea

---

- Globaler Direktor für Marke und Merchandising bei Giorgio Armani
- Direktor für Merchandising bei Calvin Klein
- Markenleiter bei der Gruppe Coin
- Brand Manager bei Dolce & Gabbana
- Brand Manager bei Sergio Tacchini S.p.A
- Marktanalyst bei Fastweb
- Hochschulabschluss in Betriebs- und Volkswirtschaft an der Università degli Studi del Piemonte Orientale

“

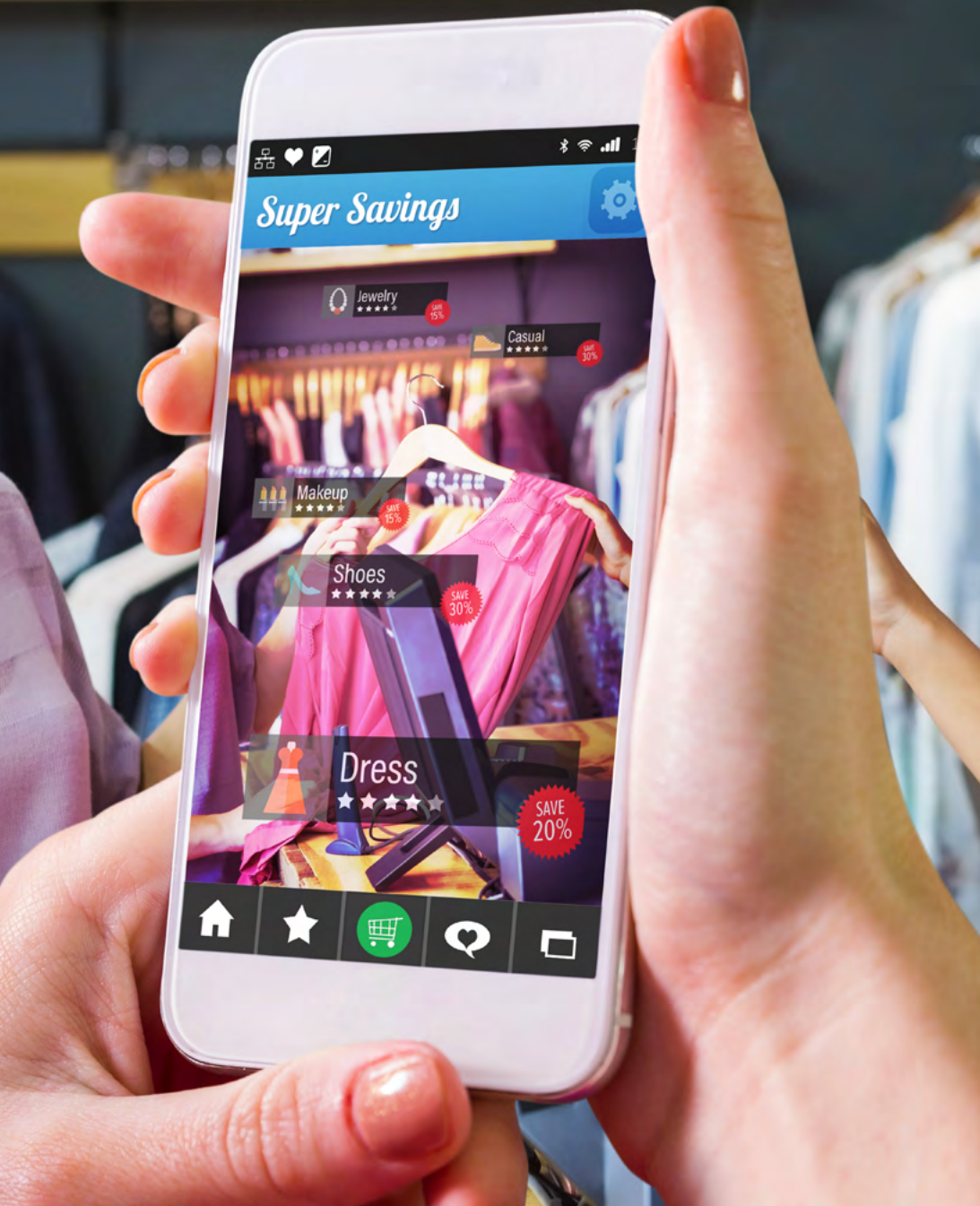
*Dank TECH werden Sie mit  
den besten Fachleuten der  
Welt lernen können”*

## Leitung



### Fr. García Barriga, María

- ◆ Fachkraft für digitales Marketing
- ◆ Mehr als 15 Jahre Erfahrung in der Erstellung von Inhalten verschiedener Art: Logistik und Vertrieb, Mode und Literatur oder Erhaltung des künstlerischen Erbes
- ◆ Sie hat für große Medien wie RTVE und Telemadrid gearbeitet
- ◆ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften an der UCM
- ◆ Aufbaustudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen an der UCM
- ◆ MBA von der ISEM Fashion Business School, der Modefachschule der Universität von Navarra
- ◆ Doktorandin in Modetrendgestaltung
- ◆ Autorin von The Pattern of Eternity: Schaffung einer spiralförmigen Identität für die Automatisierung von Modetrends



## Professoren

### Fr. Ragel Mármol, Marta

- ◆ Hochschulabschluss in Journalismus
- ◆ Als Medienexpertin arbeitete sie unter anderem ein Jahr lang vom UN-Hauptquartier aus für EFE Schweiz, wo sie die Gelegenheit hatte, über verschiedene Themen aus der Welt des Luxus zu berichten, wie zum Beispiel über die Baselworld, eine der wichtigsten internationalen Messen für die Uhren- und Schmuckindustrie
- ◆ Offizieller Masterstudiengang in Unternehmenskommunikation an der Universität San Pablo CEU
- ◆ Erfahrung in der renommierten Gruppe Brains International Schools und im exklusiven Schönheitsinstitut Maribel Yébenes, wo sie die Gründung des ersten E-Commerce und die Eröffnung des ersten Zentrums außerhalb Madrids in der mehr als 40-jährigen Geschichte leitete

### Hr. Campos Bravo, Ignacio

- ◆ Hochschulabschluss in Kommunikation mit doppelter Spezialisierung in Medien für Information und Unternehmenskommunikation an der Universität Loyola Andalucía
- ◆ Masterstudiengang in Mode-Business-Management an der ISEM
- ◆ Er hat in kleinen Medien- und Kommunikationsagenturen gearbeitet und in jüngerer Zeit im Point of Sale Management des Mehrmarkenkanals von Loewe Parfums.

### Fr. Zancajo, Isabel

- ◆ Direktorin für Kommunikation und PR für Yves Saint Laurent und Biotherm in der Abteilung L'Oréal Luxe, wo sie seit 10 Jahren tätig ist und sich auf die Erstellung von digitalen und traditionellen strategischen Plänen auf der Grundlage von Influencer Marketing spezialisiert hat
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und PR von der UCM
- ◆ MBA vom Instituto de Empresa in Madrid

09

# Auswirkung auf Ihre Karriere

TECH ist sich der Schwierigkeiten bewusst, mit denen Studenten konfrontiert sein können, wenn sie ein Studium mit diesen Merkmalen beginnen. Aus diesem Grund werden alle Anstrengungen unternommen, um einen positiven Einfluss auf die berufliche Laufbahn der Studenten zu gewährleisten. Den meisten Studenten gelingt es, diese Veränderung innerhalb kurzer Zeit nach Abschluss des Kurses zu bemerken und auch ihr eigenes Gehalt zu steigern.



“

*Erfüllen Sie sich Ihre Karriereambitionen in der Welt des Luxus- und Modemarketings mit Hilfe des TECH-Expertenteams“*

## Sind Sie bereit, den Sprung zu wagen? Es erwartet Sie eine hervorragende berufliche Weiterentwicklung

Der Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus bereitet die Studenten auf die kommunikativen Herausforderungen vor, denen sie bei der Durchführung und Umsetzung von Strategien im Zusammenhang mit der Textil- und Luxuswelt begegnen werden, insbesondere in Positionen mit größerer Verantwortung und im höheren Management.

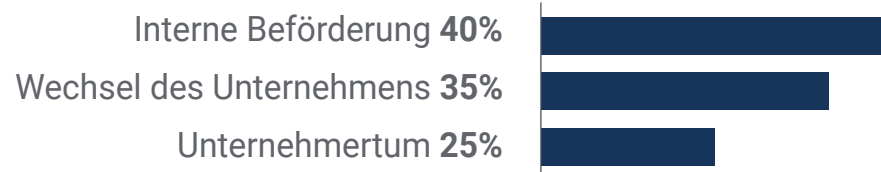
*Wenn Sie eine positive Veränderung in Ihrer Karriere anstreben, wird Ihnen der Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus helfen, dies zu erreichen.*

*Verpassen Sie nicht die Chance bei TECH und investieren Sie in Ihre Zukunft.*

### Zeitpunkt des Wandels



### Art der Änderung



## Verbesserung der Gehälter

---

Der Abschluss dieses Programms führt zu einer Gehaltserhöhung von mehr als **25,22%** für unsere Auszubildenden.



10

# Vorteile für ihr Unternehmen

Durch die Unterweisung von hochqualifizierten Fachleuten, die zudem alle ihre Fähigkeiten kontextbezogen erlernen, stellt TECH sicher, dass in die Reihen der Unternehmen, die sich für Mode- und Luxusmarketing interessieren, Experten mit dem besten Niveau an Fähigkeiten zur Problemlösung aufgenommen werden. Dies ist ein großer Wettbewerbsvorteil in einem Markt, der originelle Ideen und Fachleute mit der Vielseitigkeit zur Bewältigung verschiedener Kommunikationskrisen erfordert.







“

*Sie müssen sich auf hochqualifizierte Fachleute verlassen, um auf dem Mode-und Luxusmarkt hervorzustechen. TECH gibt Ihrem Unternehmen den nötigen Schub für den Erfolg“*

Die Entwicklung und Bindung von Talenten in Unternehmen ist die beste langfristige Investition.

01

### **Wachsendes Talent und intellektuelles Kapital**

Die Fachkraft bringt neue Konzepte, Strategien und Perspektiven in das Unternehmen ein, die relevante Veränderungen in der Organisation bewirken können.

---

02

### **Bindung von Führungskräften mit hohem Potenzial und Vermeidung der Abwanderung von Fachkräften**

Dieses Programm stärkt die Verbindung zwischen dem Unternehmen und den Fachkräften und eröffnet neue Wege für die berufliche Entwicklung innerhalb des Unternehmens.

03

### **Aufbau von Akteuren des Wandels**

Sie werden in der Lage sein, in unsicheren und krisenhaften Zeiten Entscheidungen zu treffen und der Organisation zu helfen, Hindernisse zu überwinden.

---

04

### **Verbesserte Möglichkeiten zur internationalen Expansion**

Dank dieses Programms wird das Unternehmen mit den wichtigsten Märkten der Weltwirtschaft in Kontakt kommen.



05

### **Entwicklung Ihrer eigenen Projekte**

Die Fachkraft kann an einem realen Projekt arbeiten oder neue Projekte im Bereich der Forschung und Entwicklung oder der Geschäftsentwicklung Ihres Unternehmens entwickeln.

---

06

### **Gesteigerte Wettbewerbsfähigkeit**

Dieses Programm wird seine Fachkräfte mit den Fähigkeiten ausstatten, neue Herausforderungen anzunehmen und so das Unternehmen voranzubringen.

11

# Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab  
und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss  
ohne lästige Reisen oder Formalitäten"*

Dieser **Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post\* und mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Universitätsexperte in Marketing in Mode und Luxus**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **450 Std.**



\*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.



## Universitätsexperte

### Marketing in Mode und Luxus

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Universitätsexperte

## Marketing in Mode und Luxus

