

Mastère Spécialisé Design Éditorial





tech université
technologique

Mastère Spécialisé Design Éditorial

Modalité: En ligne

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.500 h.

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/design/master/master-design-editorial

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 30

06

Diplôme

page 38

01

Présentation

Le design éditorial est un secteur en constante évolution. Une connaissance approfondie des clés qui déterminent les différentes formules de succès à l'heure actuelle d'un point de vue historique, permet au professionnel d'anticiper et de rester à l'avant-garde à tout moment. Dans ce programme complet, le professionnel sera en mesure de comprendre les concepts fondamentaux pour pouvoir mener à bien un processus de communication à travers le langage graphique, en comprenant tous les facteurs qui le déterminent, y compris les facteurs historiques. Un parcours de formation qui vous amènera à développer des projets de design graphique et de web design, en les abordant de leur conception à leur artefinalisation.



“

Un programme complet qui vous formera à travailler dans les différents domaines du Design Éditorial, avec une connaissance spécifique des facteurs qui influencent et déterminent le succès d'une publication"

Tous les designers doivent commencer leur profession avec une solide connaissance de l'histoire du design, qui leur permettra de comprendre comment les tendances actuelles sont apparues et quels sont les mécanismes qui permettent à un design d'être réussi et pertinent dans un moment social, culturel ou historique spécifique.

Ce concept de culture générale sera repris sur le territoire de la culture audiovisuelle. Le professionnel du graphisme doit connaître les phénomènes audiovisuels qui évoluent dans les mêmes paradigmes que la communication graphique. L'influence de certains médias sur d'autres, les différentes combinaisons de médias et les nouveaux produits graphiques qui intègrent différentes techniques et approches d'autres domaines de communication sont des connaissances qui ouvriront de nouvelles pistes de réflexion et de travail.

En ce sens, avoir des connaissances dans tous les aspects possibles du travail est une fenêtre sur des possibilités très intéressantes et des voies explorables.

Cette formation aborde donc les aspects qu'un designer doit connaître pour planifier, développer et finaliser tout projet graphique. Il s'agit d'un parcours éducatif qui augmentera progressivement les compétences de l'étudiant pour l'aider à relever les défis d'un professionnel de premier ordre.

Le design graphique est présenté comme une option viable pour un professionnel qui décide de travailler de manière indépendante, mais aussi de faire partie d'une organisation ou d'une entreprise. Une piste intéressante de développement professionnel qui bénéficiera des connaissances spécifiques que nous mettons à votre disposition TECH.

Ce **Mastère Spécialisé en Design Éditorial** contient le programme éducatif le plus complet et le plus actuel du marché. Ses principales caractéristiques sont:

- ◆ Développement d'un grand nombre de cas pratiques présentés par des experts
- ◆ Un contenu graphique, schématique et éminemment pratique
- ◆ Développements et avancées nouveaux et de pointe dans ce domaine
- ◆ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Des méthodologies innovantes et très efficaces
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel
- ◆ Les contenus sont disponibles à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Ce programme vous permettra d'améliorer vos compétences et d'actualiser vos connaissances en matière de Design Éditorial et de publication numérique”

“

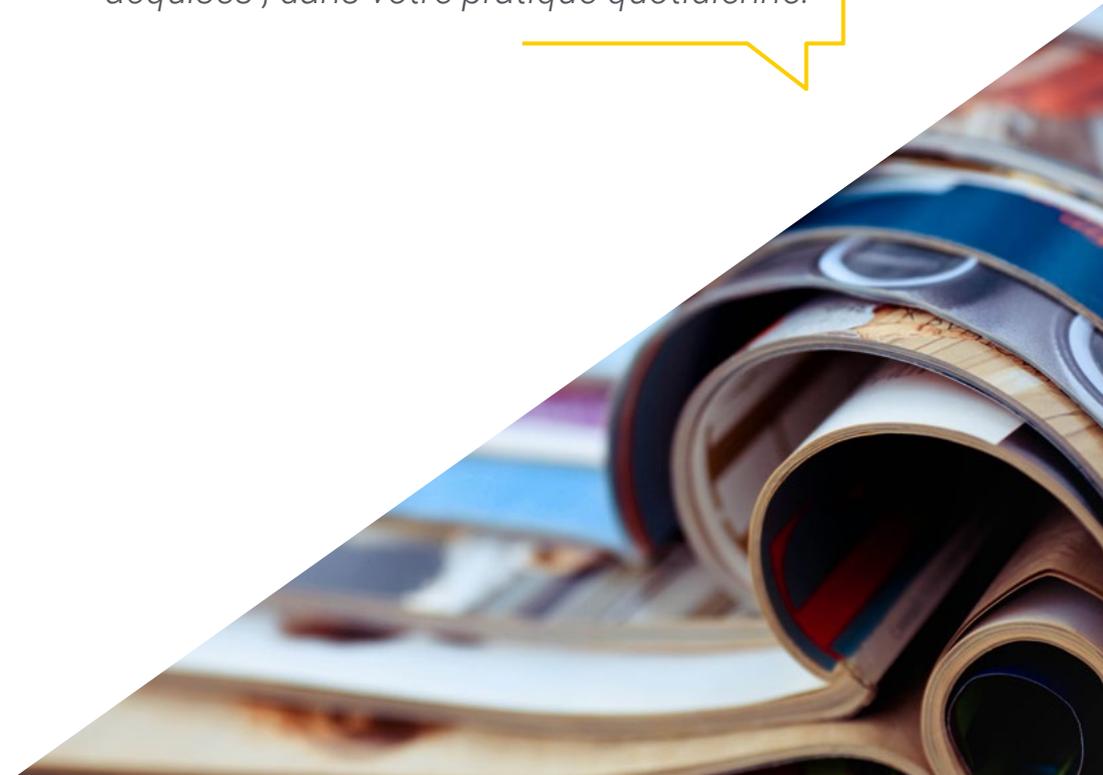
Une analyse complète des phénomènes culturels et esthétiques qui affectent les critères de création de la communication graphique”

Le développement de ce programme est axé sur la mise en pratique de l'apprentissage théorique proposé Grâce aux systèmes d'enseignement les plus efficaces et aux méthodes contrastées importées des universités les plus prestigieuses du monde, le professionnel pourra acquérir de nouvelles connaissances de manière éminemment pratique. De cette façon, TECH s'efforce de convertir l'effort en compétences réelles et immédiates.

Le système en ligne est un autre des points forts de la proposition éducative. Avec une plateforme interactive bénéficiant des avantages des dernières évolutions technologiques, les outils numériques les plus interactifs nous vous à TECH disposition. Il est ainsi possible d'offrir une forme d'apprentissage totalement adaptable à vos besoins, afin que parfaitement combiner cette formation avec votre vie personnelle ou professionnelle.

Un apprentissage pratique et intensif qui vous donnera tous les outils d'idéation, de développement et de création de tout projet graphique dont vous avez besoin pour travailler dans ce domaine.

Une formation créée pour vous permettre de mettre en œuvre presque immédiatement les connaissances acquises , dans votre pratique quotidienne.



02

Objectifs

L'objectif de ce Mastère Spécialisé en Design Éditorial est d'offrir aux professionnels un moyen complet d'acquérir des connaissances et des compétences pour la pratique professionnelle dans ce secteur, à travers une forme d'apprentissage basée sur la pratique, ce programme vous permettra de terminer votre formation avec les connaissances nécessaires pour mener à bien votre travail en toute sécurité et compétence.



Design

“

Notre objectif est simple: vous fournir la mise à jour la plus complète des techniques et des tendances actuelles en matière de Design Éditorial et de publications numériques, dans le cadre d'un Mastère Spécialisé entièrement compatible avec vos obligations professionnelles et personnelles"



Objectifs généraux

- ◆ Conception d'un développement graphique
- ◆ Déterminer les matériaux appropriés pour son développement
- ◆ Définir les techniques idéales pour chaque situation de communication graphique
- ◆ Réaliser l'ensemble du processus de création des pièces, en les adaptant à différents formats
- ◆ Appliquer les arts finaux

“

Incluez dans votre spécialisation la connaissance des outils les plus avancés en matière de Design Éditorial et apportez à votre travail dans ce domaine l'avant-garde dont vous avez besoin pour être à l'avant-garde"





Objectifs spécifiques

Module 1. Histoire du design

- ◆ Avoir des connaissances de base en sciences humaines et sociales afin de pouvoir proposer des recherches futures, en fonction des besoins de chaque projet de conception
- ◆ Comprendre de manière critique l'histoire des pratiques artistiques et du design contemporain, les arguments et les hypothèses théoriques qui les soutiennent et les stratégies et mécanismes dans lesquels ils interviennent pour s'adapter aux nouveaux problèmes et défis du design numérique
- ◆ Comprendre le développement du design à travers l'histoire comme une intégration de diverses disciplines: art, culture contemporaine, philosophie, sociologie, histoire des médias dans le design numérique, linguistique-sémiotique
- ◆ Développer un esprit évaluatif et critique afin d'acquérir une capacité d'analyse et de synthèse, dans la pratique et l'exécution des fonctions de designer
- ◆ Agir en tant que médiateurs entre la technologie et l'art, les idées et les fins, la culture et le design
- ◆ Comprendre la relation entre le patrimoine et le design et comprendre qu'il s'agit d'une caractéristique de la culture contemporaine

Module 2. Introduction à la couleur

- ◆ Comprendre l'importance de la couleur dans l'environnement visuel
- ◆ Acquérir l'aptitude à observer, organiser, discriminer et gérer les couleurs
- ◆ Appliquer les fondements psychologiques et sémiotiques de la couleur dans le design
- ◆ Capturer, manipuler et préparer la couleur pour l'utiliser dans les médias physiques et virtuels
- ◆ Acquérir la capacité de formuler des jugements indépendants, au moyen d'arguments
- ◆ Savoir se documenter, analyser et interpréter les sources documentaires et littéraires avec ses propres critères

Module 3. Conception éditoriale

- ◆ Connaître les principes fondamentaux de la conception éditoriale dans le contexte imprimé et numérique, ainsi que son interrelation avec d'autres domaines
- ◆ Comprendre la portée et l'importance du designer dans le domaine éditorial
- ◆ Connaître la terminologie, les techniques et les langages spécifiques appliqués aux processus de conception: systèmes de pré-impression et d'impression, techniques et supports numériques et multimédia
- ◆ Concevoir des publications éditoriales en tenant compte de l'ensemble graphique et de ses éléments
- ◆ Capturer, manipuler et préparer le texte l'image pour son utilisation dans différents médias
- ◆ Concevoir des communications visuelles accrocheuses qui répondent aux normes graphiques actuelles
- ◆ Commencer à utiliser Adobe InDesign et se familiariser avec les éléments disponibles dans le programme de manière adéquate pour projeter ses propres idées graphiques

Module 4. Méthodologie du Design

- ◆ Connaître les processus de base de la méthodologie scientifique en histoire du design: énoncé de la question, analyse intégrale du travail de conception, reconsidération des problèmes, recherche d'informations inédites, formulation d'hypothèses, processus de synthèse critique, formulation ordonnée des conclusions
- ◆ Comprendre le fonctionnement de l'innovation en tant que moteur de la conception
- ◆ Identifier les problèmes liés à la conception, collecter et analyser les informations nécessaires pour évaluer et fournir des solutions en fonction de critères d'efficacité: fonctionnels, environnementaux, structurels, constructifs et expressifs dans le domaine de la profession
- ◆ Justifier le développement d'un projet de design au moyen d'une argumentation cohérente et critique

- ◆ Avoir une connaissance approfondie de la dynamique de la gestion du design, ce qui permet d'appliquer les connaissances du marketing et de l'administration des affaires aux projets de design
- ◆ Comprendre la pratique du design comme une méthode de recherche en soi, basée sur la créativité

Module 5. Design Graphique

- ◆ Connaître les fondements du design graphique, ainsi que ses interrelations avec d'autres domaines: graphisme publicitaire, design éditorial, design d'identité d'entreprise, design web, design d'emballage, design typographique, affiches, signalétique, design multimédia, design de nouveaux médias, etc.
- ◆ Connaître les bases, les fonctions et la valeur du Design Graphique
- ◆ Analyser le profil d'un graphiste à travers l'histoire et dans le panorama actuel
- ◆ Comprendre les éléments fondamentaux et formels du Design Graphique
- ◆ Apprendre quels sont les outils numériques les plus utilisés dans le domaine du Design Graphique
- ◆ Connaître et appliquer les éléments de base de l'organisation et de la gestion de projet

Module 6. Éthique, législation et déontologie

- ◆ Acquérir la capacité de recueillir et d'interpréter des données pertinentes afin de porter des jugements qui incluent une réflexion sur les questions éthiques, environnementales et sociales
- ◆ Exercer sa pratique professionnelle de manière éthique, dans le respect de la loi et des droits universels
- ◆ Développer les compétences d'apprentissage nécessaires pour entreprendre des études ultérieures avec un haut degré d'autonomie
- ◆ Comprendre la relation professionnelle entre le designer et le client

- ◆ Acquérir des compétences qui démontrent que les problèmes peuvent être résolus par l'argumentation et la critique constructive
- ◆ Développer la capacité de décider à l'avance de ce qui doit être fait, de qui doit le faire et de la manière de le faire

Module 7. Image de l'entreprise

- ◆ Capturer, manipuler et préparer l'image pour son utilisation dans différents médias
- ◆ Connaître les principes fondamentaux de la technologie photographique et audiovisuelle
- ◆ Connaître le langage et les ressources expressives de la photographie et de l'audiovisuel
- ◆ Connaître les œuvres photographiques et audiovisuelles pertinentes
- ◆ Mettre en relation les langages formels et symboliques avec la fonctionnalité spécifique
- ◆ Manipuler les équipements d'éclairage et de mesure de base en photographie
- ◆ Comprendre le comportement et les caractéristiques de la lumière, en valorisant ses qualités expressives

Module 8. Typographie

- ◆ Connaître les principes syntaxiques du langage graphique et appliquer ses règles pour décrire des objets et des idées de façon claire et précise
- ◆ Connaître l'origine des lettres et leur importance historique
- ◆ Reconnaître, étudier et appliquer de manière cohérente la typographie aux processus graphiques
- ◆ Connaître et appliquer les fondements esthétiques de la typographie
- ◆ Savoir analyser la disposition des textes dans l'objet de conception
- ◆ Être capable d'effectuer un travail professionnel basé sur la composition typographique

Module 9. Conception

- ◆ Concevoir des publications éditoriales en tenant compte de l'ensemble graphique et de ses éléments
- ◆ Comprendre la tâche d'un maquettiste et l'importance de son rôle dans le domaine de l'édition
- ◆ Connaître les médias numériques et leur importance dans le contexte actuel
- ◆ Utiliser Adobe InDesign pour le bon développement de projets graphiques
- ◆ Utiliser les réseaux sociaux d'un point de vue artistique, en étant conscient de l'importance d'une bonne stratégie graphique
- ◆ Développer un langage rédactionnel pour faire la publicité d'un produit ou d'un service dans un but clair et précis

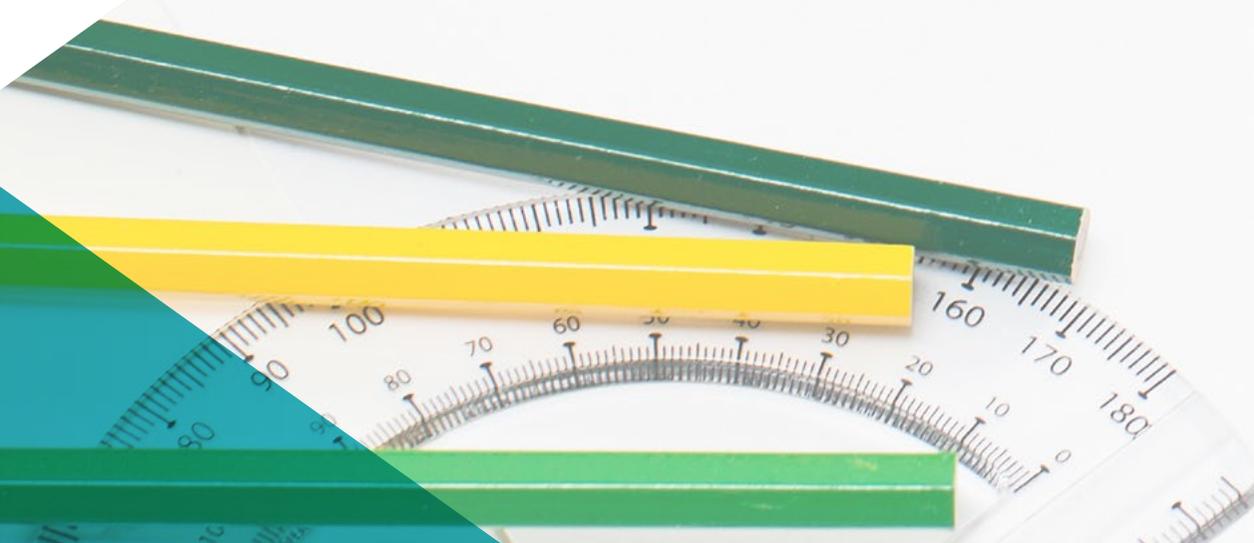
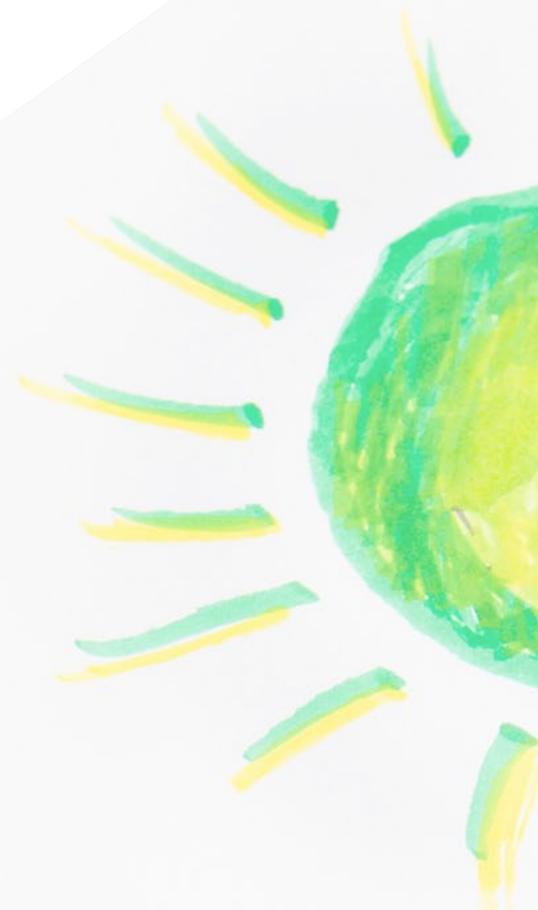
Module 10. Art final

- ◆ Connaître la terminologie, les techniques et les langages spécifiques appliqués aux processus de conception: systèmes de pré-impression et d'impression, techniques, supports numériques et multimédia
- ◆ Connaître les systèmes d'impression afin de pouvoir évaluer quelle est la meilleure alternative lorsqu'il s'agit de la forme physique d'un projet graphique
- ◆ Apprendre les alternatives d'impression qui sont régies par les principes de durabilité et les utiliser dans le processus de conception d'un projet de design à partir de zéro
- ◆ Connaître les procédures à suivre afin de préparer correctement une maquette finale pour l'impression
- ◆ Savoir ce qu'est la reliure et approfondir les types qui existent
- ◆ Incorporer le vocabulaire technique nécessaire pour parvenir à une communication fluide avec les techniciens et les secteurs impliqués dans l'édition

03

Compétences

Ce programme en Design Éditorial a été créé comme un outil de formation de haut niveau pour les professionnels. Sa spécialisation intensive préparera le professionnel à pouvoir travailler dans tous les domaines liés à ce secteur avec la sécurité d'un expert en la matière.





“

Acquérir les compétences pratiques de travail et les capacités de prise de décision critique dont vous avez besoin pour créer des pièces graphiques de qualité et professionnellement intéressantes”

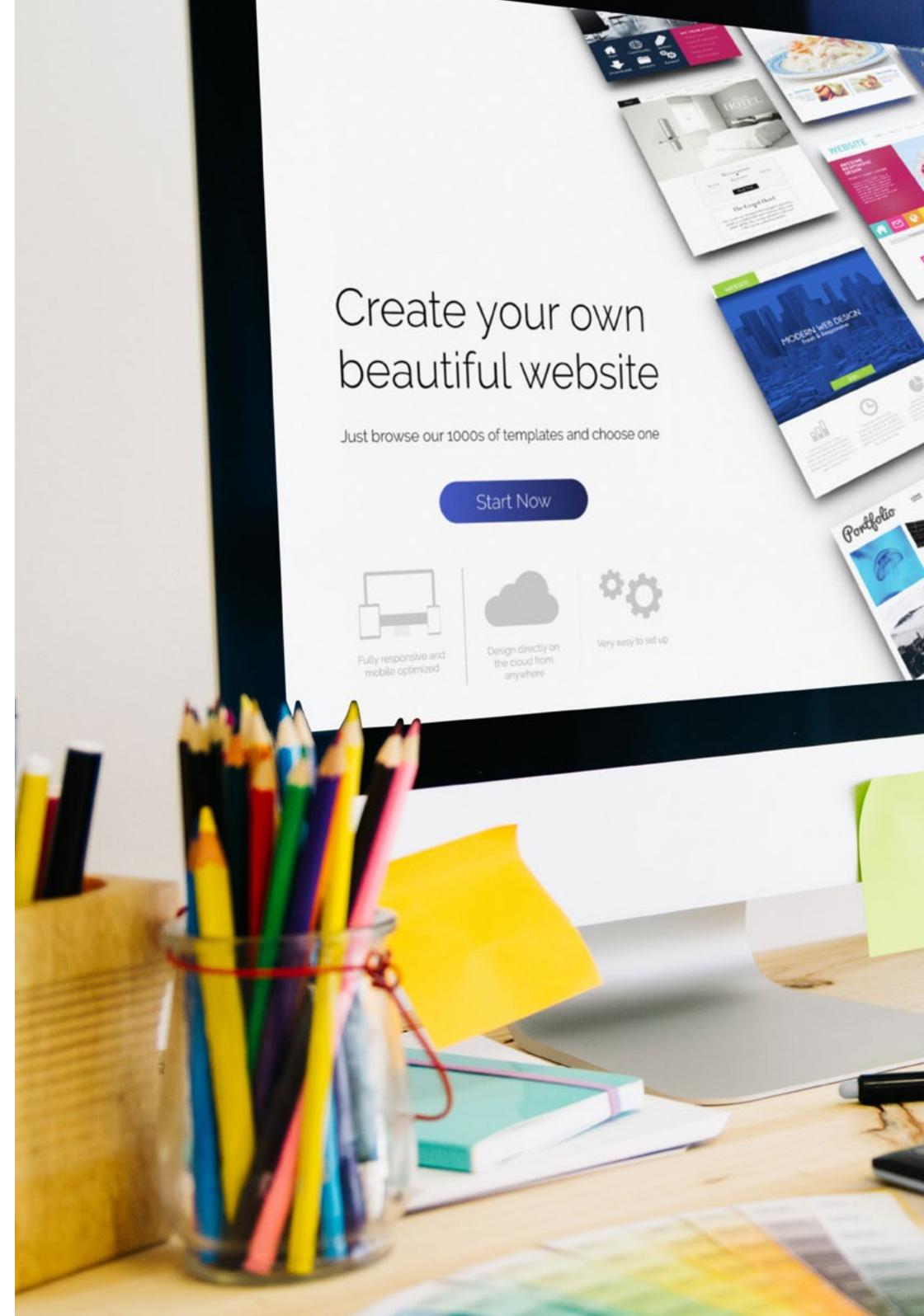


Compétences générales

- ◆ Créer et concevoir les différentes parties d'une conception graphique
- ◆ Analyser la pertinence des différentes approches
- ◆ Impact sur le public cible de manière efficace
- ◆ Contrôler les processus de production internes et externes des pièces produites

“

S'inscrire au meilleur programme en Design Éditorial sur la scène universitaire actuelle”





Compétences spécifiques

- ◆ Décrire l'histoire de la conception graphique
- ◆ Manipuler les couleurs dans leur application graphique
- ◆ Réaliser la conception éditoriale
- ◆ Établir la méthodologie appropriée pour chaque type de conception
- ◆ Connaître le cadre juridique dans lequel s'inscrit le design graphique
- ◆ Travailler avec des images numériques
- ◆ Reconnaître les différentes typographies convenant à chaque dessin
- ◆ Publications de mise en page
- ◆ Réaliser les arts finaux

04

Structure et contenu

Le programme couvre tous les domaines d'intérêt que le professionnel du graphisme doit maîtriser afin de créer des pièces compétitives qui rassemblent des informations et les transmettent avec impact et permanence dans l'esprit du récepteur. Un cours de grande qualité qui vous placera à la pointe de la compétitivité dans le secteur.



“

Ce Mastère Spécialisé a été créé avec les critères de qualité les plus exigeants pour compiler tous les domaines de connaissance nécessaires, de l'examen historique à l'utilisation des outils les plus intéressants du moment"

Module 1. Histoire du design

- 1.1. Quel est l'intérêt de connaître l'histoire?
 - 1.1.1. Valoriser l'histoire
 - 1.1.2. Anticiper l'avenir
 - 1.1.3. Le passé nous libère
 - 1.1.4. Conclusions
- 1.2. Considérer " l'histoire du design" comme une discipline
 - 1.2.1. Comment faire de l'histoire de l'histoire?
 - 1.2.2. Un contexte réfléchi
 - 1.2.3. Le développement de la discipline: 70, 80 et 90
 - 1.2.4. L'objet d'étude de l'histoire du design
 - 1.2.5. Tendances et axes de recherche
- 1.3. Révolution industrielle et autres courants
 - 1.3.1. Conséquences de la révolution industrielle sur le design
 - 1.3.2. Influence orientale
 - 1.3.3. *Arts& Crafts*. William Morris
 - 1.3.4. Esthétisme
 - 1.3.5. *Art Nouveau*
- 1.4. Parcours historique I
 - 1.4.1. Séance de Vienne
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. Constructivisme russe
 - 1.4.4. Mouvement De Stijl et néo-plasticisme
- 1.5. Bauhaus
 - 1.5.1. Qu'est-ce que le Bauhaus?
 - 1.5.2. Première étape
 - 1.5.3. Deuxième étape
 - 1.5.4. Troisième étape
 - 1.5.5. Principes de base
 - 1.5.6. Influences
- 1.6. Parcours historique II
 - 1.6.1. Art Déco
 - 1.6.2. Style international
 - 1.6.3. Design d'après-guerre
 - 1.6.4. L'école d'Ulm
 - 1.6.5. École Suisse
- 1.7. Le fonctionnel et le fonctionnaliste
 - 1.7.1. La vision fonctionnaliste
 - 1.7.2. Le beau et le pratique
 - 1.7.3. Les analogies du fonctionnalisme
 - 1.7.4. Le fonctionnalisme comme style
- 1.8. Parcours historique III
 - 1.8.1. L'école de New York
 - 1.8.2. Aérodynamisme américain
 - 1.8.3. Design scandinave
 - 1.8.4. Conception démocratique
- 1.9. Autres tendances
 - 1.9.1. Pop
 - 1.9.2. *High Tech*
 - 1.9.3. Minimal
 - 1.9.4. Kitsch
- 1.10. L'ère numérique
 - 1.10.1. La révolution de l'information
 - 1.10.2. Conception assistée par ordinateur
 - 1.10.3. *Biodesign*, néobiomorphisme, design *friendly*
 - 1.10.4. Image numérique et nouvelles typographies

Module 2. Introduction à la couleur

- 2.1. La couleur, principes et propriétés
 - 2.1.1. Introduction à la couleur
 - 2.1.2. Lumière et couleur: la synesthésie chromatique
 - 2.1.3. Attributs de la couleur
 - 2.1.4. Pigments et teintures
- 2.2. Les couleurs sur le cercle chromatique
 - 2.2.1. Le cercle chromatique
 - 2.2.2. Couleurs froides et chaudes
 - 2.2.3. Couleurs primaires et dérivées
 - 2.2.1. Relations chromatiques: harmonie et contraste
- 2.3. Psychologie des couleurs
 - 2.3.1. Construction de la signification d'une couleur
 - 2.3.2. Charge émotionnelle
 - 2.3.3. Valeur dénotative et connotative
 - 2.3.4. Le marketing émotionnel. Charge des couleurs
- 2.4. Théorie des couleurs
 - 2.4.1. Une théorie scientifique. Isaac Newton
 - 2.4.2. La théorie des couleurs de Goethe
 - 2.4.3. Participer à la théorie des couleurs de Goethe
 - 2.4.4. La psychologie des couleurs selon Eva Heller
- 2.5. Insister sur la classification des couleurs
 - 2.5.1. Le double cône de Guillermo Ostwald
 - 2.5.2. Le solide d'Albert Munsell
 - 2.5.3. Le cube d'Alfredo Hicethier
 - 2.5.4. Le triangle de la CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)
- 2.6. L'étude individuelle des couleurs
 - 2.6.1. Noir et Blanc
 - 2.6.2. Couleurs neutres. Les niveaux de gris
 - 2.6.3. Monochrome, duochrome, polychrome
 - 2.6.4. Aspects symboliques et psychologiques des couleurs

- 2.7. Modèles de couleur
 - 2.7.1. Modèle soustractif. Mode CMYK
 - 2.7.2. Modèle additif. Mode RGB
 - 2.7.3. Modèle HSB
 - 2.7.4. Système Pantone. La Pantonera
- 2.8. Du Bauhaus à Murakami
 - 2.8.1. Le Bauhaus et ses artistes
 - 2.8.2. La théorie de la Gestalt au service de la couleur
 - 2.8.3. Josef Albers. Interaction des couleurs
 - 2.8.4. Murakami, les connotations de l'absence de couleur
- 2.9. La couleur dans le projet de design
 - 2.9.1. *El pop art*. La couleur des cultures
 - 2.9.2. Créativité et couleur
 - 2.9.3. Artistes contemporains
 - 2.9.4. Analyse des différentes optiques et perspectives
- 2.10. Gestion des couleurs dans l'environnement numérique
 - 2.10.1. Espaces de couleurs
 - 2.10.2. Profils de couleur
 - 2.10.3. Calibrage du moniteur
 - 2.10.4. Ce qu'il faut rechercher

Module 3. Design éditorial

- 3.1. Technologie manuelle de la communication écrite et de l'information
 - 3.1.1. Introduction
 - 3.1.2. Les premières formes d'écriture
 - 3.1.3. Supports d'écriture manuscrite
 - 3.1.4. Niveaux de représentation graphique dans l'écriture précoce
 - 3.1.5. Classification générale des signes d'écriture
 - 3.1.6. La naissance et le développement de l'alphabet: l'indépendance du signe d'écriture
 - 3.1.7. Écriture, mémoire d'information
 - 3.1.8. Les formes de l'écriture alphabétique latine: observation diachronique
 - 3.1.9. Des images dans le monde de l'écriture manuscrite

- 3.2. Système d'impression
 - 3.2.1. Introduction
 - 3.2.2. De la reproduction manuelle à la reproduction mécanisée de l'écriture manuscrite
 - 3.2.3. L'imitation, dénominateur commun des premières copies mécaniques de l'information
 - 3.2.4. Historique de la reproduction mécanisée de l'information dans l'Antiquité
 - 3.2.5. La gravure sur bois, le plus proche prédécesseur de la technologie de Gutenberg
 - 3.2.6. Connaissances préexistantes et éléments technologiques nécessaires à l'imprimerie de Gutenberg
 - 3.2.7. La presse à imprimer Gutenberg
 - 3.2.8. Le développement des étapes de composition et d'impression de l'information écrite
- 3.3. Formes et fonctions des éléments de conception journalistique
 - 3.3.1. Introduction
 - 3.3.2. Qu'est-ce que la conception journalistique de la communication écrite et de l'information?
 - 3.3.3. Les éléments de la conception journalistique
- 3.4. Images
 - 3.4.1. Introduction
 - 3.4.2. Images journalistiques
 - 3.4.3. Infographie: nature, caractéristiques, fonctions et formes
 - 3.4.4. Ressources graphiques non textuelles et non iconiques
- 3.5. Couleur
 - 3.5.1. Introduction
 - 3.5.2. Nature, fonction et processus de la synthèse des couleurs
 - 3.5.3. La séparation des couleurs dans les arts graphiques
 - 3.5.4. Fonctions et possibilités expressives de la couleur dans les médias écrits
 - 3.5.5. Caractéristiques des couleurs d'accompagnement
- 3.6. Typographies: identité et utilisation
 - 3.6.1. Introduction
 - 3.6.2. Qu'est-ce que typographie?
 - 3.6.3. Morphologie des caractères: implications sémantiques
 - 3.6.4. Classifications des caractères typographiques
 - 3.6.5. Les fonctions de la typographie
 - 3.6.6. Typographie informatique
- 3.7. Formats et conception de l'information journalistique
 - 3.7.1. Introduction
 - 3.7.2. Évolution diachronique du design journalistique dans les médias imprimés
 - 3.7.3. Le format, la première circonstance spatiale
 - 3.7.4. La distribution et l'architecture de l'espace de la page
 - 3.7.5. Conception modulaire
 - 3.7.6. Le diagramme de Gutenberg
 - 3.7.7. Le CIV
- 3.8. Conception journalistique et communication. Ordre et hiérarchie
 - 3.8.1. Introduction
 - 3.8.2. L'objectif fondamental de la conception journalistique
 - 3.8.3. Critères de diffusion de l'information
 - 3.8.4. Structures de base de la mise en page
 - 3.8.5. Systèmes d'équilibre dans l'expression des signifiants informatifs
 - 3.8.6. Principes de base applicables à la conception journalistique
 - 3.8.7. La première page
 - 3.8.8. Les pages intérieures du journal
- 3.9. Changement technologique dans les processus de communication
 - 3.9.1. Introduction
 - 3.9.2. Évolution technologique de la communication écrite et des processus d'information immédiatement avant la numérisation
 - 3.9.3. La numérisation, un changement de braquet dans le développement de la communication écrite et de l'information
- 3.10. La médiation numérique dans le journalisme d'aujourd'hui
 - 3.10.1. Introduction
 - 3.10.2. La médiation numérique dans le journalisme d'aujourd'hui
 - 3.10.3. L'information écrite dans le journalisme d'édition numérique

Module 4. Méthodologie du design

- 4.1. Sur la méthodologie et la conception
 - 4.1.1. Qu'est-ce que la méthodologie de conception?
 - 4.1.2. Différences entre méthode, méthodologie et technique
 - 4.1.3. Types de techniques méthodologie
 - 4.1.4. Dédution, Induction et Abduction
- 4.2. Introduction à la recherche en design
 - 4.2.1. L'héritage de la méthode scientifique
 - 4.2.2. Concepts généraux des processus de recherche
 - 4.2.3. Principales phases du processus de recherche
 - 4.2.4. Programme
- 4.3. Quelques propositions méthodologiques
 - 4.3.1. Propositions pour une nouvelle méthodologie par Bürdek Bernhard
 - 4.3.2. Méthode systématique pour les concepteurs par Bruce Archer
 - 4.3.3. Conception de la généralisation intégrée par Victor Papanek
 - 4.3.4. La méthode de conception de Bruno Munari
 - 4.3.5. Processus créatif de résolution de problèmes par Bernd Löbach
 - 4.3.6. Autres auteurs et aperçu d'autres méthodes
- 4.4. Définition du problème
 - 4.4.1. Identification et analyse du besoin
 - 4.4.2. Le *briefing*, c'est quoi?
 - 4.4.3. Que doit contenir un bon *briefing*?
 - 4.4.4. Conseils pour préparer un *briefing*
- 4.5. Recherche pour le projet
 - 4.5.1. Recherche de base
 - 4.5.2. Implication du projet
 - 4.5.3. Étude du public *cible*
 - 4.5.4. Outils pour l'étude de la *cible*
- 4.6. L'environnement concurrentiel
 - 4.6.1. En ce qui concerne le marché
 - 4.6.2. Analyse de concurrence
 - 4.6.3. Proposition de valeur

- 4.7. Étude de faisabilité
 - 4.7.1. La viabilité sociale. Analyse SWOT
 - 4.7.2. Faisabilité technique
 - 4.7.3. Viabilité économique
- 4.8. Solutions possibles pour le *briefing*
 - 4.8.1. L'émotivité dans les processus créatifs
 - 4.8.2. Divergence, transformation et convergence
 - 4.8.3. Pluie d'idées, *brainstorming*
 - 4.8.4. Comparaison des idées
- 4.9. Fixation des objectifs
 - 4.9.1. Objectif général
 - 4.9.2. Objectifs spécifiques
 - 4.9.3. Objectifs techniques
 - 4.9.4. Objectifs esthétiques et communicationnels
 - 4.9.5. Objectifs du marché
- 4.10. Développement des idées
 - 4.10.1. Le *feedback* dans la phase d'idéation
 - 4.10.2. Sketches
 - 4.10.3. Présentation des idées
 - 4.10.4. Méthodes de contrôle et évaluation critique

Module 5. Design graphique

- 5.1. Introduction au design graphique
 - 5.1.1. Qu'est-ce que le design graphique?
 - 5.1.2. Fonctions du design graphique
 - 5.1.3. Domaines d'action en matière de design graphique
 - 5.1.4. La valeur du design graphique
- 5.2. Le Design Graphique en tant qu'activité professionnelle
 - 5.2.1. Influence de la technologie sur le développement de la force
 - 5.2.2. Quel est le rôle du graphiste?
 - 5.2.3. Domaines professionnels
 - 5.2.4. Le designer en tant que citoyen

- 5.3. Éléments de base
 - 5.3.1. Le point
 - 5.3.2. La ligne
 - 5.3.3. La forme
 - 5.3.4. Texture
 - 5.3.5. Espace
- 5.4. Éléments formels
 - 5.4.1. Contraste
 - 5.4.2. Balance
 - 5.4.3. Proportion
 - 5.4.4. Rythme
 - 5.4.5. L'harmonie
 - 5.4.6. Le mouvement
 - 5.4.7. L'unité
- 5.5. Références en matière de Design Graphique aux 20e et 21e siècles
 - 5.5.1. Les graphistes qui ont marqué l'histoire
 - 5.5.2. Les designers les plus influents
 - 5.5.3. Les graphistes aujourd'hui
 - 5.5.4. Références visuelles
- 5.6. Signalisation
 - 5.6.1. L'affiche publicitaire
 - 5.6.2. Fonctions
 - 5.6.3. Affiches au 19e siècle
 - 5.6.4. Références visuelles
- 5.7. Style graphique
 - 5.7.1. Langue iconique et culture de masse
 - 5.7.2. Le design graphique et sa relation avec l'art
 - 5.7.3. Le style graphique propre à l'individu
 - 5.7.4. Le design n'est pas une profession, c'est un mode de vie
- 5.8. De la rue à l'agence
 - 5.8.1. Le design comme ultime avant-garde
 - 5.8.2. Art de la rue ou *street Art*
 - 5.8.3. L'art urbain appliqué à la publicité
 - 5.8.4. Art urbain et image de marque





- 5.9. Outils numériques les plus utilisés
 - 5.9.1. Adobe Lightroom
 - 5.9.2. Adobe Photoshop
 - 5.9.3. Adobe Illustrator
 - 5.9.4. Adobe InDesign
 - 5.9.5. Corel Draw
- 5.10. Initiation au projet de conception
 - 5.10.1. Le *briefing*
 - 5.10.2. Définition
 - 5.10.3. Justification
 - 5.10.4. Implications
 - 5.10.5. Objectifs
 - 5.10.6. Méthodologie

Module 6. Éthique, législation et déontologie

- 6.1. Éthique, moralité, droit et déontologie professionnelle
 - 6.1.1. Questions éthiques de base. Quelques dilemmes moraux
 - 6.1.2. Analyse conceptuelle et origine étymologique
 - 6.1.3. Différences entre la moralité et l'éthique
 - 6.1.4. Le lien entre l'éthique, la morale, le droit et la déontologie
- 6.2. Propriété Intellectuelle
 - 6.2.1. Qu'est-ce que la propriété intellectuelle?
 - 6.2.2. Types de propriété intellectuelle
 - 6.2.3. Plagiat et violation des droits d'auteur
 - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Aspects pratiques de l'éthique actuelle
 - 6.3.1. Utilitarisme, conséquentialisme et déontologie
 - 6.3.2. Agir de manière cohérente ou par principe
 - 6.3.3. Efficacité dynamique de l'action sur les principes
- 6.4. Législation et moralité
 - 6.4.1. Concept de législation
 - 6.4.2. Concept de moralité
 - 6.4.3. Lien entre le droit et la moralité
 - 6.4.4. Du juste à l'injuste sur la base d'un raisonnement logique

- 6.5 Conduite professionnelle
 - 6.5.1 Traiter avec le client
 - 6.5.2 L'importance de convenir des termes et conditions
 - 6.5.3 Les clients n'achètent pas le design
 - 6.5.4 Conduite professionnelle
- 6.6 Responsabilités envers les autres concepteurs
 - 6.6.1 Compétitivité
 - 6.6.2 Prestige de la profession
 - 6.6.3 Impact sur les autres professions
 - 6.6.4 La relation avec les autres collègues de la profession. Critique
- 6.7 Responsabilités sociales
 - 6.7.1 Le design inclusif et son importance
 - 6.7.2 Caractéristiques à prendre en compte
 - 6.7.3 Un changement d'état d'esprit
 - 6.7.4 Exemples et références
- 6.8 Responsabilités à l'égard de l'environnement
 - 6.8.1 Éco-conception. Pourquoi est-ce si important?
 - 6.8.2 Caractéristiques de la conception durable
 - 6.8.3 Implications environnementales
 - 6.8.4 Exemples et références
- 6.9 Conflits éthiques et prise de décision pratique
 - 6.9.1 Conduite et pratiques responsables sur le lieu de travail
 - 6.9.2 Les bonnes pratiques du designer numérique
 - 6.9.3 Comment résoudre les conflits d'intérêts?
 - 6.9.4 Comment gérer les cadeaux?
- 6.10 La connaissance libre: Licences Creative Commons
 - 6.10.1 Qu'est-ce que c'est?
 - 6.10.1 Types de licences
 - 6.10.3 Symbologie
 - 6.10.4 Utilisations spécifiques

Module 7. Image de l'entreprise

- 7.1 L'importance des images dans les entreprises
 - 7.1.1 Quel est le but de l'image de l'entreprise?
 - 7.1.2 Différences entre l'identité d'entreprise et l'image d'entreprise
 - 7.1.3 Où l'image de l'entreprise peut-elle se manifester?
 - 7.1.4 Situations de changement d'image de l'entreprise. Pourquoi obtenir une bonne image de marque?
- 7.2 Techniques de recherche en matière d'Image de Marque
 - 7.2.1 Introduction
 - 7.2.2 L'étude de l'image de l'entreprise
 - 7.2.3 Techniques de recherche de l'image de l'entreprise
 - 7.2.4 Techniques qualitatives de recherche d'images
 - 7.2.5 Types de techniques quantitatives
- 7.3 Audit et stratégie d'image
 - 7.3.1 Qu'est-ce que l'audit d'image?
 - 7.3.2 Directives
 - 7.3.3 Méthodologie d'audit
 - 7.3.4 Planification stratégique
- 7.4 Culture d'entreprise
 - 7.4.1 Qu'est-ce que la culture d'entreprise?
 - 7.4.2 Facteurs impliqués dans la culture d'entreprise
 - 7.4.3 Fonctions de la culture d'entreprise
 - 7.4.4 Types de culture d'entreprise
- 7.5 Responsabilité Sociale des entreprises et Réputation des Entreprises
 - 7.5.1 RSE: concept et application en entreprise
 - 7.5.2 Lignes directrices pour l'intégration de la RSE dans les entreprises
 - 7.5.3 Communication de la RSE
 - 7.5.4 Réputation de l'entreprise
- 7.6 Identité visuelle et le *Naming*
 - 7.6.1 Stratégies d'identité visuelle d'entreprise
 - 7.6.2 Éléments de base
 - 7.6.3 Principes de base
 - 7.6.4 Préparation du manuel
 - 7.6.5 Le naming

- 7.7. Image de marque et positionnement
 - 7.7.1. L'origine des marques
 - 7.7.2. Qu'est-ce qu'une marque?
 - 7.7.3. La nécessité de construire une marque
 - 7.7.4. Image de marque et positionnement
 - 7.7.5. La valeur des marques
- 7.8. Gestion de l'image par la communication de crise
 - 7.8.1. Plan de communication stratégique
 - 7.8.2. Quand tout va mal: la communication de crise
 - 7.8.3. Cas
- 7.9. L'influence des promotions sur l'image de l'entreprise
 - 7.9.1. Le nouveau paysage du secteur de la publicité
 - 7.9.2. Marketing promotionnel
 - 7.9.3. Caractéristiques
 - 7.9.4. Dangers
 - 7.9.5. Types et techniques de promotion
- 7.10. Distribution et image du point de vente
 - 7.10.1. Les principaux acteurs de la distribution de détail
 - 7.10.2. L'image des entreprises de distribution de détail à travers le positionnement
 - 7.10.3. Par leur nom et leur logo

Module 8. Typographie

- 8.1. Introduction à la typographie
 - 8.1.1. Qu'est-ce que la typographie?
 - 8.1.2. Le rôle de la typographie dans la conception graphique
 - 8.1.3. Séquence, contraste, forme et contre-forme
 - 8.1.4. Relations et différences entre la typographie, la calligraphie et le *lettering*
- 8.2. Les origines multiples de l'écriture
 - 8.2.1. Écriture idéographique
 - 8.2.2. L'alphabet phénicien
 - 8.2.3. L'alphabet romain
 - 8.2.4. La Réforme carolingienne
 - 8.2.5. L'alphabet latin moderne
- 8.3. Les débuts de la typographie
 - 8.3.1. La presse à imprimer, une nouvelle ère. Les premiers typographes
 - 8.3.2. La révolution industrielle: la lithographie
 - 8.3.3. Modernisme: les débuts de la typographie commerciale
 - 8.3.4. L'avant-garde
 - 8.3.5. L'entre-deux-guerres
- 8.4. Le rôle des écoles de design dans la typographie
 - 8.4.1. Bauhaus
 - 8.4.2. Herbert Bayer
 - 8.4.3. Psychologie de la Gestalt
 - 8.4.4. École Suisse
- 8.5. Typographie actuelle
 - 8.5.1. Années 1960-1970, précurseurs de la révolte
 - 8.5.2. Postmodernisme, déconstructivisme et technologie
 - 8.5.3. Où va la typographie?
 - 8.5.4. Des polices de caractères à la pointe de la mode
- 8.6. Forme typographique I
 - 8.6.1. Anatomie de la lettre
 - 8.6.2. Mesures et attributs du type
 - 8.6.3. Familles de caractères
 - 8.6.4. High case, low case et small caps
 - 8.6.5. Différence entre typographie, police et famille de caractères
 - 8.6.6. Filets, lignes et éléments géométriques
- 8.7. Forme typographique II
 - 8.7.1. La combinaison typographique
 - 8.7.2. Formats de caractères (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 8.7.3. Licences de caractères
 - 8.7.4. Qui doit acheter la licence, le client ou le concepteur?
- 8.8. Correction d'épreuves. Composition texte
 - 8.8.1. Espacement des lettres. *Tracking* et *kerning*
 - 8.8.2. Espacement des mots. Le quadratin
 - 8.8.3. Espacement des lignes
 - 8.8.4. Police du corps
 - 8.8.5. Attributs du texte

- 8.9. Le dessin des lettres
 - 8.9.1. Le processus créativité
 - 8.9.2. Matériaux traditionnels et numériques
 - 8.9.3. L'utilisation de la tablette graphique et de l'ipad
 - 8.9.4. Typographie numérique: contours et bitmaps
- 8.10. Affiches typographiques
 - 8.10.1. La calligraphie comme base pour le dessin des lettres
 - 8.10.1. Comment créer une composition typographique qui ait un impact?
 - 8.10.2. Références visuelles
 - 8.10.3. La phase d'esquisse
 - 8.10.4. Projet

Module 9. Conception

- 9.1. Définition et contextualisation
 - 9.1.1. Relation entre le design éditorial et la conception graphique
 - 9.1.2. Évolution dans le processus de conception. Le futur
 - 9.1.3. Facteurs de conception: proportion, couleur, tension, équilibre et mouvement
 - 9.1.4. L'importance de l'espace blanc
- 9.2. Conception éditoriale de magazines
 - 9.2.1. Les magazines, le summum de la beauté
 - 9.2.2. Types de conception de magazines. Références
 - 9.2.3. Les magazines numériques et leur importance aujourd'hui
 - 9.2.4. Éléments de publication
- 9.3. Conception éditoriale de journaux
 - 9.3.1. Les journaux, entre information et beauté graphique
 - 9.3.2. Comment se démarquer dans les informations générales
 - 9.3.3. Formats de journaux
 - 9.3.4. Tendances éditoriales. Références
- 9.4. Introduire la publicité dans le processus de mise en page
 - 9.4.1. Qu'est-ce que la publicité? Types
 - 9.4.2. Avantages et inconvénients de l'introduction de la publicité dans une maquette
 - 9.4.3. Comment introduire la publicité dans la presse écrite?
 - 9.4.4. Comment introduire la publicité dans les médias numériques?
- 9.5. Choix de la typographie
 - 9.5.1. Caractères éditoriaux
 - 9.5.2. L'importance de la taille
 - 9.5.3. La typographie dans les médias imprimés
 - 9.5.4. La typographie dans les médias numériques
- 9.6. Orthotypographie
 - 9.6.1. Qu'est-ce que l'orthotypographie?
 - 9.6.2. Microtypographie et macrotypographie
 - 9.6.3. Importance de l'orthotypographie
 - 9.6.4. Fautes d'orthographe dans l'orthotypographie
- 9.7. Publier sur les réseaux sociaux?
 - 9.7.1. La portée de la mise en page dans les réseaux sociaux
 - 9.7.2. Le *hashtag* et son importance
 - 9.7.3. La biographie Instagram
 - 9.7.4. *Grids* sur Instagram
- 9.8. *Copywriting*
 - 9.8.1. Qu'est-ce que le *copywriting*?
 - 9.8.2. Simplifiez la copy. Le premier impact est ce qui compte
 - 9.8.3. Applications de *copywriting*
 - 9.8.4. Devenir un bon *copywriter*
- 9.9. Approfondir dans l'utilisation de InDesign
 - 9.9.1. Ajout de texte à une mise en page
 - 9.9.2. Utilisation des panneaux Caractère et Paragraphe
 - 9.9.3. Différences entre le texte souligné et les filets de paragraphe
 - 9.9.4. Contrôler les lignées de veuves et d'orphelins
 - 9.9.5. Orthotypographie: *Voir* caractères cachés
- 9.10. Projets de mise en page
 - 9.10.1. Créer un magazine dans InDesign
 - 9.10.2. Aspects à prendre en compte
 - 9.10.3. Références visuelles: *Grandes* mises en page sur Instagram
 - 9.10.4. Mettre à jour Instagram avec une stratégie de mise en page

Module 10. Art final

- 10.1. Introduction à l'œuvre d'art finale
 - 10.1.1. Qu'est-ce que l'art final?
 - 10.1.2. Le début de l'art final
 - 10.1.3. L'évolution de l'art final
 - 10.1.4. Outils de base
- 10.2. Éléments nécessaires à la réalisation d'une impression
 - 10.2.1. Soutien
 - 10.2.2. Matériel de coloration
 - 10.2.3. La forme
 - 10.2.4. Machines
- 10.3. Impression planographique
 - 10.3.1. Qu'est-ce que l'impression planographique?
 - 10.3.2. Systèmes *Offset*
 - 10.3.3. Propriétés des systèmes d'impression *Offset*
 - 10.3.4. Avantages et inconvénients
- 10.4. Impression en creux
 - 10.4.1. Qu'est-ce que l'impression en creux?
 - 10.4.2. Impression en héliogravure
 - 10.4.3. Propriétés des systèmes d'impression en héliogravure
 - 10.4.4. Finition
- 10.5. Impression en relief
 - 10.5.1. Qu'est-ce que l'impression en relief?
 - 10.5.2. Clichés typographiques et clichés flexographiques
 - 10.5.3. Propriétés
 - 10.5.4. Finition
- 10.6. Impression par perméographie
 - 10.6.1. Qu'est-ce que l'impression perméographique?
 - 10.6.2. Sérigraphie
 - 10.6.3. Propriétés physico-chimiques des écrans de sérigraphie
 - 10.6.4. Avantages et inconvénients
- 10.7. Impression numérique
 - 10.7.1. Qu'est-ce que l'impression numérique?
 - 10.7.2. Avantages et inconvénients
 - 10.7.3. Impression *offset* ou numérique?
 - 10.7.4. Systèmes de impression numériques
- 10.8. Approfondir les médias
 - 10.8.1. Supports papier
 - 10.8.2. Médias rigides
 - 10.8.3. Médias textiles
 - 10.8.4. Autres
- 10.9. Reliure
 - 10.9.1. Qu'est-ce que la reliure?
 - 10.9.2. Reliure industrielle
 - 10.9.3. La tradition est toujours vivante
 - 10.9.4. Types de reliure
- 10.10. Préparation des arts finaux. Considérations environnementales
 - 10.10.1. Format PDF: Adobe Acrobat
 - 10.10.2. Le *preflight*. Vérification de la couleur, de la typographie, des mesures, etc.
 - 10.10.3. Réfléchir avant d'imprimer. L'impact environnemental
 - 10.10.4. Médias imprimés durables



*Une expérience de formation
unique, clé et décisive pour stimuler
votre développement professionnel*

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 Relearning, un système qui renonce à 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 exigent 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 des activités collaboratives et des 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 a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. 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 apprendrez 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). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné 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 formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des 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 support matériel 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 de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



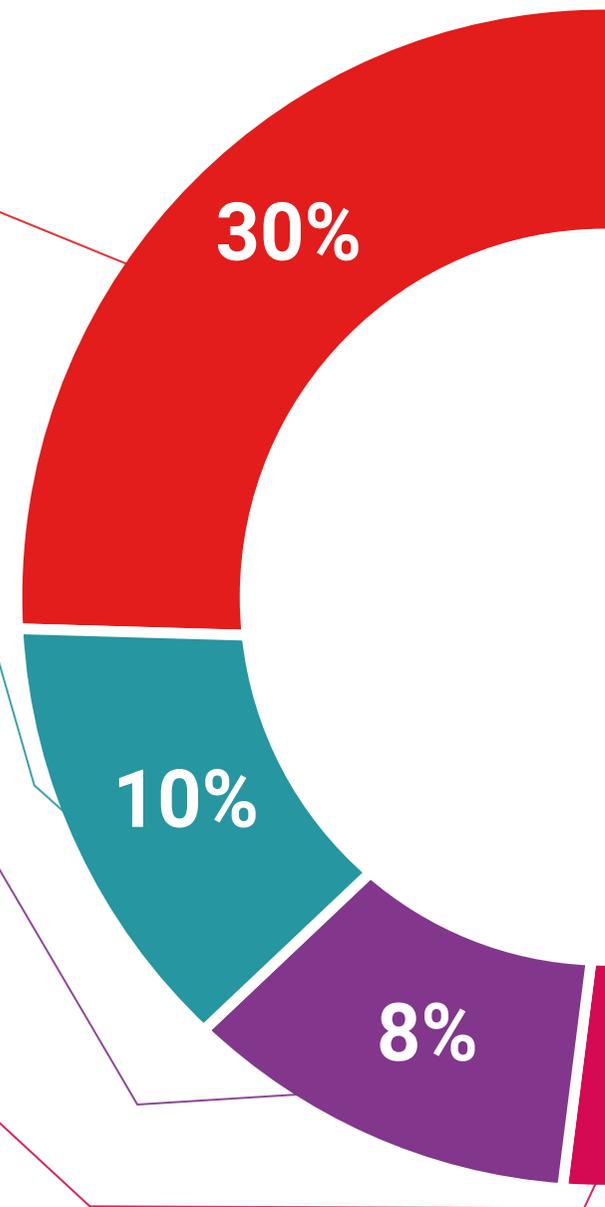
Pratiques en compétences et aptitudes

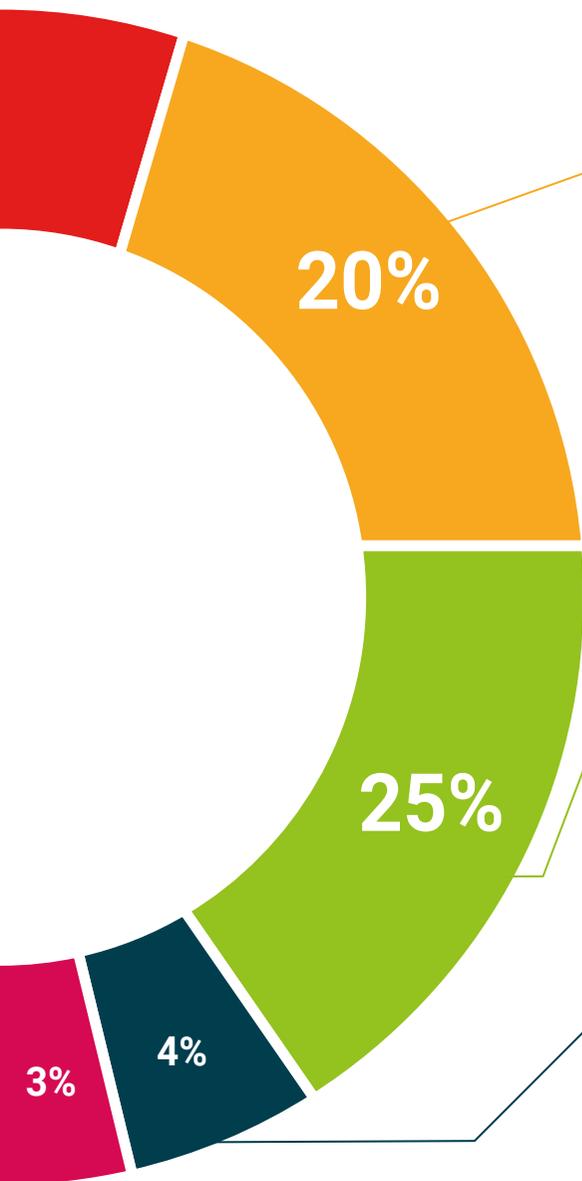
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle 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 Mastère Spécialisé en Design Éditorial vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Mastère Spécialisé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

Ce **Mastère Spécialisé en Design Éditorial** contient le programme le plus complet et le plus actuel du marché.

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

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Design Éditorial**

N.º d'Heures Officielles: **1.500 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

service personnalisé innovation

connaissance présent quantité

en ligne formations

développement institutions

classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé Design Éditorial

Modalité: En ligne

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.500 h.

Mastère Spécialisé

Design Éditorial

