

# Weiterbildender Masterstudiengang Grafikdesign



## Weiterbildender Masterstudiengang Grafikdesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Akkreditierung: 60 ECTS
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: [www.techtute.com/de/design/masterstudiengang/masterstudiengang-grafikdesign](http://www.techtute.com/de/design/masterstudiengang/masterstudiengang-grafikdesign)



# Index

01

Präsentation

---

Seite 4

02

Ziele

---

Seite 8

03

Kompetenzen

---

Seite 14

04

Struktur und Inhalt

---

Seite 18

05

Methodik

---

Seite 32

06

Qualifizierung

---

Seite 40

# 01

# Präsentation

Grafikdesign verlangt von Fachleuten, dass sie ständig auf dem Laufenden sind. Das ständige Angebot an neuen Technologien, Software oder Apps bestimmt nicht nur die Vorgehensweise, sondern auch neue Erwartungen an die erstellten grafischen Produkte, die Beherrschung der technischen und entwicklungstechnischen Aspekte. In diesem umfassenden Programm haben wir all das Wissen zusammengestellt, das Sie brauchen, um in diesem Beruf ganz vorne mit dabei zu sein. Ein Studiengang, der Sie dazu bringt, wettbewerbsfähige und qualitativ hochwertige Grafikdesign-Projekte zu entwickeln.



“

*Eine komplette Weiterbildung, die Ihnen die fortschrittlichsten Kenntnisse im Bereich Grafikdesign vermittelt, mit dem Erlernen der neuen Werkzeuge und ästhetischen Trends des aktuellen Berufspanoramas"*

Der Grafikdesigner muss die sich verändernden Phänomene der grafischen Kommunikation kennen. Der Einfluss einiger Medien auf andere, die verschiedenen Kombinationen von Medien und die neuen grafischen Produkte, die verschiedene Techniken und Ansätze aus anderen kommunikativen Bereichen einbeziehen, sind Erkenntnisse, die neue Denk- und Arbeitsrichtungen eröffnen werden.

In diesem Sinne ist das Wissen über alle möglichen Aspekte der Arbeit ein Fenster zu sehr interessanten Möglichkeiten und zu erforschenden Wegen.

Daher werden in dieser Schulung die Aspekte behandelt, die ein Designer kennen muss, um ein Grafikprojekt zu planen, zu entwickeln und abzuschließen. Es ist ein Weg, der die Fähigkeiten des Studenten schrittweise steigert und ihm hilft, die Herausforderungen eines Spitzenprofis zu meistern.

Grafikdesign wird als praktikable Option für eine Fachkraft vorgestellt, die sich entscheidet, unabhängig zu arbeiten, aber auch Teil einer Organisation oder eines Unternehmens zu sein. Ein interessanter Weg der beruflichen Entwicklung, der von den spezifischen Kenntnissen, die wir Ihnen in diesem Programm anbieten, profitieren wird.

Dieser **Weiterbildender Masterstudiengang in Grafikdesign** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung einer großen Anzahl von Fallstudien, die von Experten vorgestellt werden
- ♦ Grafischer, schematischer und äußerst praktischer Inhalt
- ♦ Neue und bahnbrechende Entwicklungen und Fortschritte in diesem Bereich
- ♦ Praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann um das Lernen zu verbessern
- ♦ Innovative und hocheffiziente Methoden
- ♦ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Verfügbarkeit von Inhalten von jedem, festen oder tragbaren Gerät, mit Internetanschluss



*Ein Weiterbildender Masterstudiengang, der Ihnen nicht nur beibringt, wie man die Werkzeuge des Grafikdesigns einsetzt, sondern Ihnen auch die Kriterien an die Hand gibt, die Sie brauchen, um bei Ihrer Arbeit die richtigen kreativen Entscheidungen zu treffen"*





*Das gesamte Wissen, das Sie für die Arbeit im Bereich Grafikdesign benötigen, ist in einem hocheffizienten Weiterbildenden Masterstudiengang zusammengefasst, der Ihre Bemühungen mit den besten Ergebnissen optimieren wird"*

Die Entwicklung dieses Programm konzentriert sich auf die praktische Umsetzung des vorgeschlagenen theoretischen Erlernens. Durch die effektivsten Lehrsysteme und bewährte Methoden, die von den renommiertesten Universitäten der Welt importiert wurden, werden Sie in der Lage sein, sich neues Wissen auf eine äußerst praktische Weise anzueignen. Auf diese Weise wollen wir Ihre Bemühungen in echte und unmittelbare Kompetenzen umsetzen.

Unser Online-System ist eine weitere Stärke unseres Angebots. Mit einer interaktiven Plattform, die die Vorteile der neuesten technologischen Entwicklungen nutzt, stellen wir Ihnen die interaktivsten digitalen Werkzeuge zur Verfügung. Auf diese Weise können wir Ihnen eine Art des Studiums anbieten, die sich ganz an Ihre Bedürfnisse anpasst, so dass Sie diese Fortbildung perfekt mit Ihrem Privat- oder Berufsleben verbinden können.

*Alle Bereiche, die für die Erstellung perfekter grafischer Werke erforderlich sind, werden auf klare und präzise Weise entwickelt, so dass der Student sie schnell und dauerhaft verinnerlichen kann.*

*Dieses Programm ermöglicht es Ihnen, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und Ihr Wissen im Bereich Grafikdesign zu aktualisieren.*



# 02 Ziele

Das Ziel dieses Weiterbildenden Masterstudiengangs in Grafikdesign ist es, Fachleuten eine vollständige Möglichkeit zu bieten, sich aktuelle Kenntnisse und Fähigkeiten für die Arbeit im Bereich Grafikdesign anzueignen. Durch eine Lernmethode, die auf der Praxis basiert, ermöglicht Ihnen dieses Programm, Ihre Weiterbildung mit dem notwendigen Wissen zu beenden, um Ihre Arbeit mit absoluter Sicherheit und Kompetenz auszuführen.





“

*Unser Ziel ist einfach: Ihnen zu helfen, die umfassendste Aktualisierung im Bereich des Grafikdesigns in einem Programm zu erhalten, das mit Ihren beruflichen und persönlichen Verpflichtungen vollkommen vereinbar ist"*



## Allgemeine Ziele

- ♦ Ein komplettes Grafikdesign-Projekt entwickeln
- ♦ Bestimmung der geeigneten Materialien für seine Entwicklung
- ♦ Die idealen Techniken für jede grafische Kommunikationssituation definieren
- ♦ Den gesamten Prozess der Erstellung von Stücken durchführen und sie an verschiedene Formate anpassen

“

*Eine Gelegenheit, die für  
Fachleute geschaffen wurde,  
die ein intensives und effektives  
Programm suchen, um in  
ihrem Beruf einen bedeutenden  
Schritt nach vorne zu machen"*





## Spezifische Ziele

### Modul 1. Geschichte des Designs

- ◆ Grundkenntnisse in den Human- und Sozialwissenschaften besitzen, um je nach den Erfordernissen des jeweiligen Entwurfsprojekts künftige Forschungsarbeiten vorschlagen zu können
- ◆ Kritisches Verständnis der Geschichte der künstlerischen Praktiken und des zeitgenössischen Designs, der Argumente und theoretischen Annahmen, auf denen sie beruhen, sowie der Strategien und Mechanismen, mit denen sie sich an die neuen Probleme und Herausforderungen des digitalen Designs anpassen
- ◆ Die Entwicklung des Designs im Laufe der Geschichte als Integration verschiedener Disziplinen verstehen: Kunst, zeitgenössische Kultur, Philosophie, Soziologie, Geschichte der Medien im digitalen Design, Linguistik-Semiotik
- ◆ Einen evaluativen und kritischen Geist entwickeln, um die Fähigkeit zur Analyse und Synthese in der Praxis und bei der Ausübung der Funktionen eines Designers zu erwerben
- ◆ Als Vermittler zwischen Technologie und Kunst, Ideen und Zielen, Kultur und Design agieren
- ◆ Die Beziehung zwischen kulturellem Erbe und Design verstehen und begreifen, dass dies ein Merkmal der zeitgenössischen Kultur ist

### Modul 2. Einführung in die Farbe

- ◆ Die Bedeutung von Farben in der visuellen Umgebung verstehen
- ◆ Erlernen der Fähigkeit, Farben zu beobachten, zu ordnen, zu unterscheiden und zu verwalten
- ◆ Die psychologischen und semiotischen Grundlagen von Farbe im Design anwenden
- ◆ Farben erfassen, manipulieren und für die Verwendung in physischen und virtuellen Medien vorbereiten
- ◆ Die Fähigkeit erwerben, unabhängige Urteile mit Hilfe von Argumenten zu formulieren
- ◆ Sich selbst dokumentieren können, dokumentarische und literarische Quellen nach eigenen Kriterien analysieren und interpretieren

### Modul 3. Einführung in die Form

- ◆ Das Wesen der Bild- und Bewegungsgrafik verstehen sowie die grundlegenden Prinzipien der Komposition und Struktur, die Bild, Grafik und Ton in der Zeit artikulieren
- ◆ Anwendung von räumlich-zeitlichen Transformationen und Effekten mit erzählerischen Absichten, um visuelle Kommunikation mit einem klaren und spezifischen Ziel zu entwerfen und zu realisieren
- ◆ Entwicklung räumlicher Fähigkeiten, Analyse der Formen, die in der Umwelt konstruiert werden
- ◆ Die Bedeutung der Form bei der Entwicklung von komplexeren Verfahren verstehen
- ◆ Die Arten von Formen visuell identifizieren, um daraus neue Formen zu erstellen
- ◆ Die emotionale Komponente verstehen und analysieren, die bestimmten Formen zugeschrieben wird

### Modul 4. Redaktionelles Design

- ◆ Die Grundlagen des redaktionellen Designs im Print- und Digitalkontext sowie seine Wechselbeziehung mit anderen Bereichen kennen
- ◆ Den Umfang und die Bedeutung des Designers im redaktionellen Bereich kennen
- ◆ Kenntnis der spezifischen Terminologie, Techniken und Sprachen, die bei Designprozessen angewendet werden: Druckvorstufe und Drucksysteme, digitale und multimediale Techniken und Hilfsmittel
- ◆ Gestaltung von redaktionellen Veröffentlichungen unter Berücksichtigung des grafischen Sets und seiner Elemente
- ◆ Erfassung, Bearbeitung und Aufbereitung von Text und Bildern für die Verwendung in verschiedenen Medien
- ◆ Gestaltung aufmerksamkeitsstarker visueller Kommunikation, die den heutigen Grafikstandards entspricht
- ◆ Beginnen Sie mit Adobe InDesign und lernen Sie die im Programm verfügbaren Elemente kennen, um Ihre eigenen grafischen Ideen adäquat umzusetzen

### Modul 5. Design-Methodik

- ♦ Die grundlegenden Prozesse der wissenschaftlichen Methodik in der Designgeschichte kennen: Feststellung der Fragestellung, integrale Analyse der Designarbeit, Überdenken von Problemen, Suche nach unveröffentlichten Informationen, Formulierung von Hypothesen, kritische Syntheseprozesse, ordentliche Formulierung von Schlussfolgerungen
- ♦ Die Funktionsweise der Innovation als Motor des Designs verstehen
- ♦ Problemstellungen im Zusammenhang mit dem Design identifizieren, die erforderlichen Informationen zusammenstellen und analysieren, um Lösungen nach Effizienzkriterien zu bewerten und anzubieten: funktional, umweltbezogen, strukturell, konstruktiv und ausdrucksstark im Bereich des Berufs
- ♦ Die Entwicklung eines Designprojekts durch eine kohärente und kritische Argumentation rechtfertigen
- ♦ Fundierte Kenntnisse über die Dynamik des Designmanagements, die die Anwendung von Marketing- und Betriebswirtschaftskenntnissen auf Designprojekte ermöglichen
- ♦ Die Praxis des Designs als eigenständige Forschungsmethode verstehen, die auf Kreativität basiert

### Modul 6. Grafikdesign

- ♦ Erlernen der Grundlagen des Grafikdesigns sowie seiner Zusammenhänge mit anderen Bereichen: Werbegrafik, Editorial Design, Corporate Identity Design, Webdesign, Verpackungsdesign, typografisches Design, Plakate, Beschilderung, Multimedia-Design, Design für neue Medien usw.
- ♦ Die Grundlagen, Funktionen und den Wert von Grafikdesign kennen
- ♦ Das Profil eines Grafikdesigners im Laufe der Geschichte und im aktuellen Panorama analysieren
- ♦ Die grundlegenden und formalen Elemente des Grafikdesigns verstehen
- ♦ Erlernen, welche digitalen Werkzeuge im Bereich des Grafikdesigns am häufigsten verwendet werden
- ♦ Grundlegende Elemente der Organisation und des Projektmanagements kennen und anwenden können

### Modul 7. Corporate Image

- ♦ Verstehen der grundlegenden Konzepte, die Teil der Kommunikationspolitik einer Organisation sind: ihre Identität, ihre Kultur, ihre Kommunikationsweise, ihr Image, ihre Marke, ihr Ruf und ihre soziale Verantwortung
- ♦ Die strategischen Bereiche zu verstehen, die ein Grafikmanager im Kommunikationsprozess der grafischen und visuellen Identität von Marken verwalten muss
- ♦ Kenntnis der theoretischen und praktischen Instrumente und Strategien, die das Management der unternehmerischen und institutionellen Kommunikation in Organisationen aller Art erleichtern
- ♦ Wissen, wie man eine Methode zur Organisation von Information und Kommunikation für die richtige Verwendung einer Marke richtig auswählt
- ♦ Recherchieren und identifizieren Sie die wichtigsten Elemente des Unternehmens und des Kunden sowie deren Bedürfnisse für die Erstellung von Kommunikationsstrategien und -botschaften
- ♦ Entwicklung eines geregelten Systems grundlegender Grafikstandards auf der Grundlage von Elementen der visuellen Identität/Branding

### Modul 8. Erstellung eines Portfolios

- ♦ Audiovisuelle Erzählungen unter korrekter Anwendung von Kriterien der Benutzerfreundlichkeit und Interaktivität erstellen
- ♦ Die Rolle des Designers auf dem Arbeitsmarkt identifizieren
- ♦ Techniken, Methoden, Werkzeuge und Netzwerke kennen, um die eigene Arbeit zu fördern
- ♦ Das ethische Protokoll verstehen, das in der beruflichen Praxis befolgt werden muss
- ♦ In der Lage sein, Stärken und Schwächen bei sich selbst zu erkennen
- ♦ Wissen, wie man seine eigene Arbeit ökonomisch bewerten kann



### Modul 9. Ethik, Gesetzgebung und berufliche Deontologie

- ♦ Die Fähigkeit erwerben, relevante Daten zu sammeln und zu interpretieren, um sich ein Urteil über ethische, ökologische und soziale Fragen zu bilden
- ♦ Die berufliche Praxis in einer ethischen Art und Weise auszuüben, die das Gesetz respektiert und mit den universellen Rechten übereinstimmt
- ♦ Erwerb von Lernfähigkeiten, die notwendig sind, um weitere Studien mit einem hohen Maß an Selbstständigkeit zu absolvieren
- ♦ Die professionelle Beziehung zwischen Designer und Kunde verstehen
- ♦ Kompetenzen erwerben, die zeigen, dass Probleme durch Argumentation und konstruktive Kritik gelöst werden können
- ♦ Die Fähigkeit entwickeln, im Voraus zu entscheiden, was getan werden muss, wer es tun muss und wie es getan werden sollte

### Modul 10. Typografie

- ♦ Die syntaktischen Prinzipien der grafischen Sprache kennen und ihre Regeln anwenden, um Objekte und Ideen klar und genau zu beschreiben
- ♦ Den Ursprung der Buchstaben und ihre historische Bedeutung kennen
- ♦ Typografie erkennen, studieren und kohärent auf grafische Prozesse anwenden
- ♦ Die ästhetischen Grundlagen der Typografie kennen und anwenden
- ♦ Wissen, wie man die Anordnung von Texten im Designobjekt analysiert
- ♦ In der Lage sein, eine professionelle Arbeit auf der Grundlage typografischer Gestaltung auszuführen



# 03 Kompetenzen

Dieses Programm ist ein hochqualifiziertes Werkzeug für den professionellen Grafikdesigner. Durch das intensive Lernen werden Sie in der Lage sein, in allen Bereichen dieses Sektors mit der Sicherheit eines Experten auf diesem Gebiet zu arbeiten.

own  
ful website

rowse our 1000s of templates and choose one

Start Now



Fully responsive and  
mobile optimized



Design directly on  
the cloud from  
anywhere



Very easy to set up



“

*Erlernen Sie, qualitativ hochwertige grafische Projekte zu erstellen, indem Sie in Ihren Entwürfen die avantgardistischsten Kriterien zur Erreichung der vorgeschlagenen Ziele berücksichtigen"*



## Allgemeine Kompetenzen

---

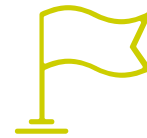
- ♦ Erstellung vollständiger Grafikprojekte in jedem kommunikativen Kontext
- ♦ Analyse der Angemessenheit der verschiedenen Ansätze
- ♦ Effiziente Wirkung auf das Zielpublikum
- ♦ Kontrolle der internen und externen Produktionsprozesse der produzierten Stücke

“

*Schreiben Sie sich in den besten Weiterbildenden Masterstudiengang für Grafikdesign ein, den es derzeit an den Universitäten gibt"*







## Spezifische Kompetenzen

---

- ◆ Beschreibung der verschiedenen historischen Momente des Grafikdesigns
- ◆ Umgang mit Farben in ihrer grafischen Anwendung
- ◆ Die Verwendung von Formen im Grafikdesign kennen
- ◆ Im Bereich Editorial Design arbeiten
- ◆ Die Methodik des Grafikdesigns kennen
- ◆ Ein Corporate Image entwickeln
- ◆ Ein Portfolio erstellen
- ◆ Die Berufsethik und den Ehrenkodex kennen
- ◆ Effiziente Verwendung verschiedener Typografien

# 04

## Struktur und Inhalt

Der Studienplan dieses Programms führt Sie von den grundlegendsten bis zu den speziellsten Aspekten des Prozesses der Ideenfindung, Entwicklung und Fertigstellung eines Grafikdesignprojekts. Mit den modernsten Ansätzen und dem Studium der aktuellen Trends und ästhetischen Anforderungen des Sektors.





“

*Alle Aspekte, die ein Grafikdesigner für die solvante und erfolgreiche Ausübung seines Berufes kennen muss, sind für Sie in einem umfassenden und effizienten Studienplan zusammengefasst, der Ihre Fähigkeit, auf höchstem Niveau zu arbeiten, fördern wird"*

## Modul 1. Geschichte des Designs

- 1.1. Was nützt es, etwas über Geschichte zu wissen?
  - 1.1.1. Wertschätzung der Geschichte
  - 1.1.2. Die Zukunft vorwegnehmen
  - 1.1.3. Die Vergangenheit macht uns frei
  - 1.1.4. Schlussfolgerungen
- 1.2. "Designgeschichte" als Disziplin betrachten
  - 1.2.1. Wie machen wir Geschichte aus Geschichte?
  - 1.2.2. Berücksichtigter Hintergrund
  - 1.2.3. Die Entwicklung der Disziplin: 70er, 80er und 90er Jahre
  - 1.2.4. Der Studiengegenstand der Designgeschichte
  - 1.2.5. Trends und Forschungsrichtungen
- 1.3. Industrielle Revolution und andere Strömungen
  - 1.3.1. Die Folgen der industriellen Revolution für das Design
  - 1.3.2. Orientalischer Einfluss
  - 1.3.3. *Arts and Crafts*. William Morris
  - 1.3.4. Ästhetik
  - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4. Historischer Hintergrund I
  - 1.4.1. Wiener Sezession
  - 1.4.2. Deutscher Werkbund
  - 1.4.3. Russischer Konstruktivismus
  - 1.4.4. De Stijl-Bewegung und Neo-Plastizismus
- 1.5. Das Bauhaus
  - 1.5.1. Was ist das Bauhaus?
  - 1.5.2. Erste Etappe
  - 1.5.3. Zweite Etappe
  - 1.5.4. Dritte Etappe
  - 1.5.5. Grundlegende Prinzipien
  - 1.5.6. Einflüsse
- 1.6. Historischer Hintergrund II
  - 1.6.1. Art Deco
  - 1.6.2. Internationaler Stil
  - 1.6.3. Design der Nachkriegszeit
  - 1.6.4. Die Ulmer Schule
  - 1.6.5. Die Schweizer Schule
- 1.7. Der Funktionalist und der Funktionalist
  - 1.7.1. Die funktionalistische Sichtweise
  - 1.7.2. Das Schöne und das Praktische
  - 1.7.3. Die Analogien des Funktionalismus
  - 1.7.4. Funktionalismus als Stil
- 1.8. Historischer Hintergrund III
  - 1.8.1. Die New Yorker Schule
  - 1.8.2. Amerikanische Aerodynamik
  - 1.8.3. Skandinavisches Design
  - 1.8.4. Demokratischer Entwurf
- 1.9. Andere Trends
  - 1.9.1. Pop
  - 1.9.2. High-Tech
  - 1.9.3. Minimal
  - 1.9.4. Kitsch
- 1.10. Das digitale Zeitalter
  - 1.10.1. Die Informationsrevolution
  - 1.10.2. Computergestütztes Design
  - 1.10.3. *Biodesign*, Neobiomorphismus, *eco-friendly* Design
  - 1.10.4. Digitales Bild und neue Typografien

## Modul 2. Einführung in die Farbe

- 2.1. Farbe, Prinzipien und Eigenschaften
  - 2.1.1. Einführung in die Farbe
  - 2.1.2. Licht und Farbe: chromatische Synästhesie
  - 2.1.3. Attribute der Farbe
  - 2.1.4. Pigmente und Farbstoffe
- 2.2. Farben auf dem Farbkreis
  - 2.2.1. Der chromatische Kreis
  - 2.2.2. Kühle und warme Farben
  - 2.2.3. Primäre und abgeleitete Farben
  - 2.2.4. Chromatische Beziehungen: Harmonie und Kontrast
- 2.3. Farbpsychologie
  - 2.3.1. Konstruktion der Bedeutung einer Farbe
  - 2.3.2. Emotionale Belastung
  - 2.3.3. Denotativer und konnotativer Wert
  - 2.3.4. Emotionales Marketing. Die Farbbelastung
- 2.4. Farbtheorie
  - 2.4.1. Eine wissenschaftliche Theorie. Isaac Newton
  - 2.4.2. Goethes Theorie der Farben
  - 2.4.3. Sich an Goethes Farbentheorie beteiligen
  - 2.4.4. Farbpsychologie nach Eva Heller
- 2.5. Bestehen auf einer Farbklassifizierung
  - 2.5.1. Der Doppelkegel von Guillermo Ostwald
  - 2.5.2. Albert Munsell's Solide
  - 2.5.3. Alfred Hicethier's Würfel
  - 2.5.4. Das CIE-Dreieck (Commission Internationale de l'Éclairage)
- 2.6. Das individuelle Studium der Farben
  - 2.6.1. Schwarz und weiß
  - 2.6.2. Neutrale Farben. Die Graustufen
  - 2.6.3. Monochrom, zweifarbig, mehrfarbig
  - 2.6.4. Symbolische und psychologische Aspekte von Farben
- 2.7. Farbige Modelle
  - 2.7.1. Subtraktives Modell. CMYK-Modus
  - 2.7.2. Additives Modell. RGB-Modus
  - 2.7.3. HSB-Modell
  - 2.7.4. Pantone-System. Die Pantonera
- 2.8. Vom Bauhaus zu Murakami
  - 2.8.1. Das Bauhaus und seine Künstler
  - 2.8.2. Gestalttheorie im Dienste der Farbe
  - 2.8.3. Josef Albers. Das Zusammenspiel der Farben
  - 2.8.4. Murakami, die Konnotationen der Abwesenheit von Farbe
- 2.9. Farbe im Designprojekt
  - 2.9.1. *Pop Art*, die Farbe der Kulturen
  - 2.9.2. Kreativität und Farbe
  - 2.9.3. Zeitgenössische Künstler
  - 2.9.4. Analyse der verschiedenen Optiken und Perspektiven
- 2.10. Farbmanagement in der digitalen Umgebung
  - 2.10.1. Farbräume
  - 2.10.2. Farbprofile
  - 2.10.3. Monitor-Kalibrierung
  - 2.10.4. Worauf Sie achten sollten

### Modul 3. Einführung in die Form

- 3.1. Form
  - 3.1.1. Definition, was ist das?
  - 3.1.2. Qualitäten und Merkmale
  - 3.1.3. Kontur, Silhouette, Figur und Profil, Aspekte ein und derselben Realität
  - 3.1.4. Wesentliche Darstellung
- 3.2. Typologie der Form. Ästhetik der funktionalen Form
  - 3.2.1. Formtypen nach ihrer Herkunft
  - 3.2.2. Formtypen je nach ihrer Konfiguration
  - 3.2.3. Formtypen nach ihrer Bedeutung
  - 3.2.4. Formtypen nach ihrer Beziehung zum Raum
  - 3.2.5. Formtypen nach ihrer Beziehung zwischen Hintergrund und Form
- 3.3. Die ersten grafischen Formen
  - 3.3.1. Das Gekritzelt
  - 3.3.2. Die Klecksform
  - 3.3.3. Der Punkt und die Linie
  - 3.3.4. Erwecken der Kreativität durch Hirameki
  - 3.3.5. Die Haiku-Form
- 3.4. Zusammensetzung der Form
  - 3.4.1. Offene Form und geschlossene Form
  - 3.4.2. Kompositionsform, halbformale und informelle Form
  - 3.4.3. Symmetrie
  - 3.4.4. Achsen. Axiale und radiale Symmetrie
- 3.5. Die Bedeutung der Proportionen in der Form
  - 3.5.1. Anteil
  - 3.5.2. Das goldene Rechteck
  - 3.5.3. Skala
  - 3.5.4. Arten von Skalen
- 3.6. Ismen: eine praktische Anwendung
  - 3.6.1. Kubismus
  - 3.6.2. Suprematismus
  - 3.6.3. Konstruktivismus
  - 3.6.4. Dadaismus
- 3.7. Der Mensch als Maßstab
  - 3.7.1. Der Kanon
  - 3.7.2. Verschiedene Kanons für die menschliche Figur
  - 3.7.3. Die Darstellung der menschlichen Figur in der Kunst
  - 3.7.4. Ergonomie
- 3.8. Visuelle Wahrnehmung und Form
  - 3.8.1. Visuelle Wahrnehmung
  - 3.8.2. Gestalt
  - 3.8.3. Visuelles Denken
  - 3.8.4. Wechselbeziehung der Formen
- 3.9. Psychologie der Formen
  - 3.9.1. Der Kreis
  - 3.9.2. Das Quadrat
  - 3.9.3. Das Dreieck
  - 3.9.4. Andere Formen
- 3.10. Einführung in die digitale Form
  - 3.10.1. Von analog zu digital
  - 3.10.2. Positive und negative Form
  - 3.10.3. Wiederholung und Reflexion
  - 3.10.4. Kombinierte Techniken

## Modul 4. Redaktionelles Design

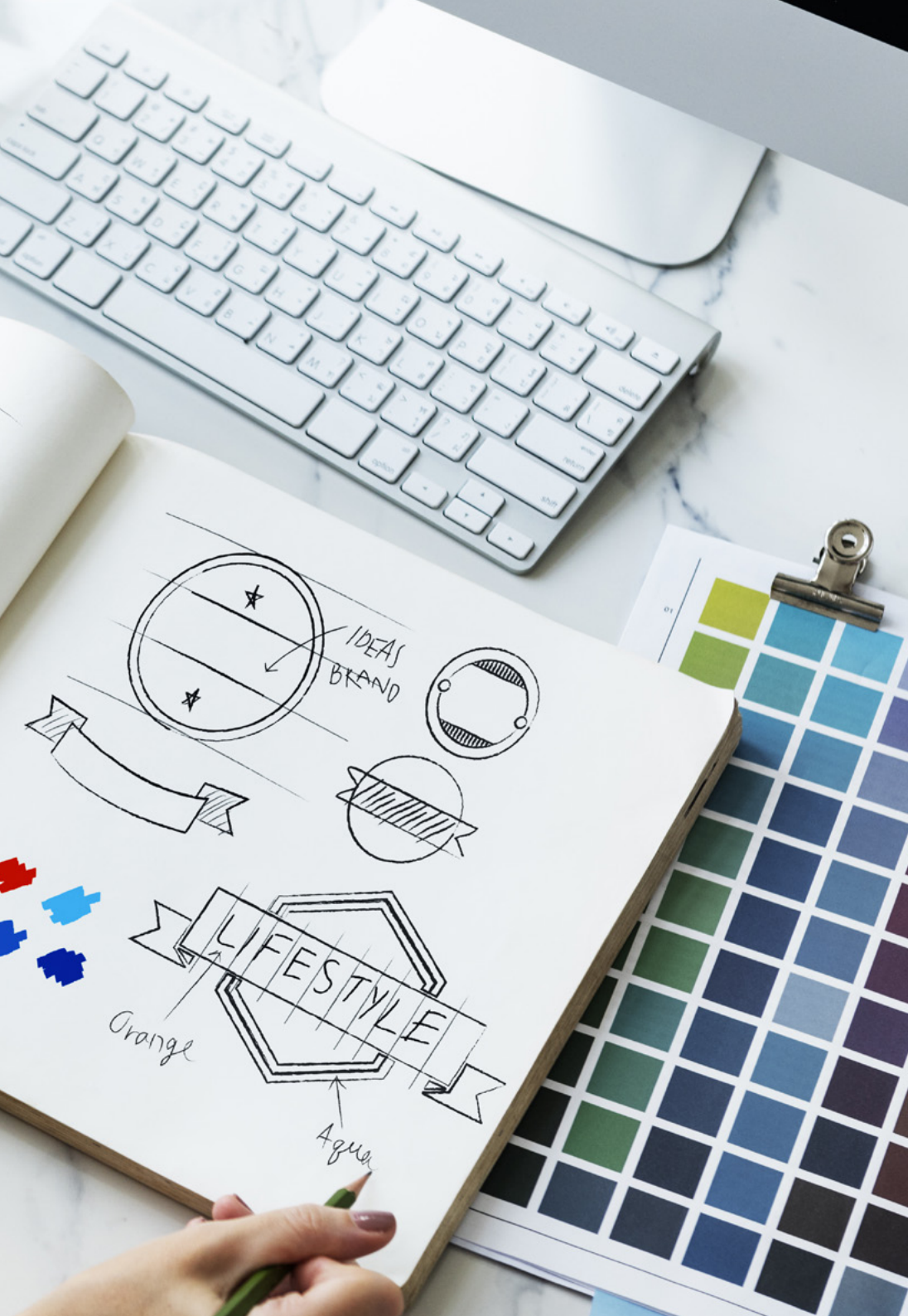
- 4.1. Einführung in das redaktionelle Design
  - 4.1.1. Was ist redaktionelles Design?
  - 4.1.2. Arten von Veröffentlichungen im redaktionellen Design
  - 4.1.3. Der Editorial Designer und seine Kompetenzen
  - 4.1.4. Faktoren beim redaktionellen Design
- 4.2. Geschichte des redaktionellen Designs
  - 4.2.1. Die Forschung des Schreibens. Das Buch im Altertum
  - 4.2.2. Die Gutenberg-Revolution
  - 4.2.3. Die Buchhandlung des Ancien Régime (1520-1760)
  - 4.2.4. Die zweite Buchrevolution (1760 -1914)
  - 4.2.5. Vom 19. Jahrhundert bis heute
- 4.3. Grundlagen des redaktionellen Designs für Print und Digital
  - 4.3.1. Das Format
  - 4.3.2. Das Raster
  - 4.3.3. Typografie
  - 4.3.4. Farbe
  - 4.3.5. Grafische Elemente
- 4.4. Gedruckte redaktionelle Medien
  - 4.4.1. Arbeitsbereiche und Formate
  - 4.4.2. Das Buch und seine Elemente: Schlagzeilen, Überschriften, einleitende Abschnitte, Hauptteil des Textes
  - 4.4.3. Manipulationen: Falten und Binden
  - 4.4.4. Drucken
- 4.5. Digitale Publikationsmedien
  - 4.5.1. Digitales Publizieren
  - 4.5.2. Aspekte der Form in digitalen Veröffentlichungen
  - 4.5.3. Am häufigsten verwendete digitale Publikationen
  - 4.5.4. Plattformen für die digitale Veröffentlichung
- 4.6. Einführung in InDesign I: Erste Schritte
  - 4.6.1. Die Benutzeroberfläche und die Anpassung des Arbeitsbereichs
  - 4.6.2. Bedienfelder, Einstellungen und Menüs
  - 4.6.3. Der *Fat-Plan*
  - 4.6.4. Optionen zum Erstellen neuer Dokumente und Speichern
- 4.7. Einführung in InDesign II: Vertiefung des Werkzeugs
  - 4.7.1. Das Format der Veröffentlichung
  - 4.7.2. Das Raster im Arbeitsbereich
  - 4.7.3. Das Basisraster und seine Bedeutung
  - 4.7.4. Verwendung von Linealen und Erstellung von Hilfslinien. Modus anzeigen
  - 4.7.5. Das Panel und das Seitenwerkzeug. Die Masterseiten
  - 4.7.6. Arbeiten mit Ebenen
- 4.8. Farb- und Bildmanagement in InDesign
  - 4.8.1. Die Musterkollektion. Farbe und Schattierungen erzeugen
  - 4.8.2. Das Werkzeug Pipette
  - 4.8.3. Die Gradienten
  - 4.8.4. Bildorganisation und Farbmanagement
  - 4.8.5. Verwendung von Vignetten und verankerten Objekten
  - 4.8.6. Erstellung und Konfiguration einer Tabelle
- 4.9. Text in InDesign
  - 4.9.1. Der Text: Auswahl der Schriftarten
  - 4.9.2. Textrahmen und ihre Optionen
  - 4.9.3. Zeichenbedienfeld und Absatzbedienfeld
  - 4.9.4. Fußnoten einfügen. Tabs
- 4.10. Redaktionelles Projekt
  - 4.10.1. Liste der Editorial Designer: Projekte
  - 4.10.2. Erstellung eines ersten Projekts in InDesign
  - 4.10.3. Welche Elemente sollten enthalten sein?
  - 4.10.4. Die Idee zu denken



## Modul 5. Design-Methodik

- 5.1. Über Methodik und Design
  - 5.1.1. Was ist Design-Methodik?
  - 5.1.2. Unterschiede zwischen Methode, Methodik und Technik
  - 5.1.3. Arten von methodischen Techniken
  - 5.1.4. Deduktion, Induktion und Abduktion
- 5.2. Einführung in die Designforschung
  - 5.2.1. Das Erlernen der wissenschaftlichen Methode
  - 5.2.2. Allgemeine Konzepte von Forschungsprozessen
  - 5.2.3. Die wichtigsten Phasen des Forschungsprozesses
  - 5.2.4. Zeitplan
- 5.3. Einige Vorschläge zur Methodik
  - 5.3.1. Vorschläge für eine neue Methodik von Bürdek Bernhard
  - 5.3.2. Systematische Methode für Designer von Bruce Archer
  - 5.3.3. Integrierter generalisierender Entwurf von Victor Papanek
  - 5.3.4. Die Entwurfsmethode von Bruno Munari
  - 5.3.5. Kreativer Problemlösungsprozess von Bernd Löbach
  - 5.3.6. Andere Autoren und Skizzen von anderen Methoden
- 5.4. Problemstellung
  - 5.4.1. Identifizierung und Analyse des Bedarfs
  - 5.4.2. Der *Brief*, was ist das?
  - 5.4.3. Was sollte ein guter *Brief* enthalten?
  - 5.4.4. Tipps für die Vorbereitung eines *Briefs*
- 5.5. Recherche für das Projekt
  - 5.5.1. Hintergrundstudie
  - 5.5.2. Auswirkung des Projekts
  - 5.5.3. Studie über das Zielpublikum
  - 5.5.4. Tools für die Untersuchung des Ziels





- 5.6. Das Wettbewerbsumfeld
  - 5.6.1. In Bezug auf den Markt
  - 5.6.2. Wettbewerbsanalyse
  - 5.6.3. Nutzenversprechen
- 5.7. Durchführbarkeitsstudie
  - 5.7.1. Soziale Tragfähigkeit. SWOT-Analyse
  - 5.7.2. Technische Machbarkeit
  - 5.7.3. Wirtschaftliche Machbarkeit
- 5.8. Mögliche Lösungen für den *Brief*
  - 5.8.1. Emotionalität in kreativen Prozessen
  - 5.8.2. Divergenz, Transformation und Konvergenz
  - 5.8.3. *Brainstorming*
  - 5.8.4. Vergleich der Ideen
- 5.9. Zielsetzung
  - 5.9.1. Allgemeines Ziel
  - 5.9.2. Spezifische Ziele
  - 5.9.3. Technische Ziele
  - 5.9.4. Ästhetische und kommunikative Ziele
  - 5.9.5. Ziele des Marktes
- 5.10. Entwicklung von Ideen
  - 5.10.1. Feedback in der Ideenfindungsphase
  - 5.10.2. Skizzen
  - 5.10.3. Präsentation von Ideen
  - 5.10.4. Methoden zur Kontrolle und kritischen Bewertung

## Modul 6. Grafikdesign

- 6.1. Einführung in das Grafikdesign
  - 6.1.1. Was ist Grafikdesign?
  - 6.1.2. Funktionen von Grafikdesign
  - 6.1.3. Handlungsfelder im Bereich Grafikdesign
  - 6.1.4. Der Wert von Grafikdesign
- 6.2. Grafikdesign als berufliche Tätigkeit
  - 6.2.1. Der Einfluss der Technologie auf die Entwicklung des Berufsstandes
  - 6.2.2. Was ist die Rolle des Grafikdesigners?
  - 6.2.3. Berufsfelder
  - 6.2.4. Der Designer als Bürger
- 6.3. Grundlegende Elemente
  - 6.3.1. Der Punkt
  - 6.3.2. Die Linie
  - 6.3.3. Die Form
  - 6.3.4. Die Textur
  - 6.3.5. Der Raum
- 6.4. Formale Elemente
  - 6.4.1. Der Kontrast
  - 6.4.2. Die Balance
  - 6.4.3. Die Proportion
  - 6.4.4. Der Rhythmus
  - 6.4.5. Die Harmonie
  - 6.4.6. Die Bewegung
  - 6.4.7. Die Einheit
- 6.5. Referenten im Grafikdesign des 20. und 21. Jahrhunderts
  - 6.5.1. Grafikdesigner, die die Geschichte geprägt haben
  - 6.5.2. Die einflussreichsten Designer
  - 6.5.3. Grafikdesigner heute
  - 6.5.4. Visuelle Referenzen
- 6.6. Plakate
  - 6.6.1. Das Werbeplakat
  - 6.6.2. Funktionen
  - 6.6.3. Plakate im 19. Jahrhundert
  - 6.6.4. Visuelle Referenzen
- 6.7. Grafischer Stil
  - 6.7.1. Ikonische Sprache und Massenkultur
  - 6.7.2. Grafikdesign und seine Beziehung zur Kunst
  - 6.7.3. Der grafische Stil selbst
  - 6.7.4. Design ist kein Beruf, es ist eine Lebenseinstellung
- 6.8. Von der Straße zur Agentur
  - 6.8.1. Design als die ultimative Avantgarde
  - 6.8.2. Straßenkunst oder *Street Art*
  - 6.8.3. Urbane Kunst in der Werbung
  - 6.8.4. Urbane Kunst und Markenimage
- 6.9. Meistgenutzte digitale Tools
  - 6.9.1. Adobe Lightroom
  - 6.9.2. Adobe Photoshop
  - 6.9.3. Adobe Illustrator
  - 6.9.4. Adobe InDesign
  - 6.9.5. CorelDRAW
- 6.10. Einführung in das Designprojekt
  - 6.10.1. Der *Brief*
  - 6.10.2. Definition
  - 6.10.3. Begründung
  - 6.10.4. Implikation
  - 6.10.5. Ziele
  - 6.10.6. Methodik



## Modul 7. Corporate Image

- 7.1. Identität
  - 7.1.1. Die Idee der Identität
  - 7.1.2. Warum wird die Identität gesucht?
  - 7.1.3. Arten von Identität
  - 7.1.4. Digitale Identität
- 7.2. Corporate Identity
  - 7.2.1. Definition. Warum eine Corporate Identity?
  - 7.2.2. Faktoren, die die Corporate Identity beeinflussen
  - 7.2.3. Komponenten der Corporate Identity
  - 7.2.4. Kommunikation der Identität
  - 7.2.5. Corporate Identity, *Branding* und Corporate Image
- 7.3. Corporate image
  - 7.3.1. Charakteristisch für das Corporate Image
  - 7.3.2. Was ist der Zweck des Corporate Image?
  - 7.3.3. Arten von Corporate Image
  - 7.3.4. Beispiele
- 7.4. Grundlegende Erkennungsmerkmale
  - 7.4.1. Name oder *Naming*
  - 7.4.2. Logos
  - 7.4.3. Monogramme
  - 7.4.4. Imagotypen
- 7.5. Faktoren zur Identitätserinnerung
  - 7.5.1. Originalität
  - 7.5.2. Symbolischer Wert
  - 7.5.3. Trächtigkeit
  - 7.5.4. Wiederholung
- 7.6. Methodik für den Branding-Prozess
  - 7.6.1. Studie über den Sektor und den Wettbewerb
  - 7.6.2. *Brief*, Vorlage
  - 7.6.3. Markenstrategie und Markenpersönlichkeit definieren. Die Werte
  - 7.6.4. Zielpublikum

- 7.7. Der Kunde
  - 7.7.1. Spüren, wie der Kunde ist
  - 7.7.2. Kundentypologien
  - 7.7.3. Der Ablauf der Sitzung
  - 7.7.4. Wie wichtig es ist, den Kunden zu kennen
  - 7.7.5. Ein Budget festlegen
- 7.8. Handbuch zur Corporate Identity
  - 7.8.1. Markenaufbau und Anwendungsstandards
  - 7.8.2. Corporate Typografie
  - 7.8.3. Unternehmensfarben
  - 7.8.4. Andere grafische Elemente
  - 7.8.5. Beispiele für Unternehmenshandbücher
- 7.9. Neugestaltung der Identitäten
  - 7.9.1. Gründe für die Entscheidung, eine Identität neu zu gestalten
  - 7.9.2. Bewältigung einer Änderung der Corporate Identity
  - 7.9.3. Gute Praxis. Visuelle Referenzen
  - 7.9.4. Schlechte Praxis. Visuelle Referenzen
- 7.10. Projekt zur Markenidentität
  - 7.10.1. Präsentation und Erläuterung des Projekts. Referenzen
  - 7.10.2. *Brainstorming*. Marktanalyse
  - 7.10.3. Zielpublikum, Markenwert
  - 7.10.4. Erste Ideen und Skizzen. Kreative Techniken
  - 7.10.5. Das Projekt einrichten. Typografien und Farben
  - 7.10.6. Lieferung und Korrektur von Projekten

## Modul 8. Erstellung eines Portfolios

- 8.1. Das Portfolio
  - 8.1.1. Das Portfolio als Ihr Einführungsschreiben
  - 8.1.2. Die Bedeutung eines guten Portfolios
  - 8.1.3. Orientierung und Motivation
  - 8.1.4. Thomas-Schiene
- 8.2. Merkmale und Elemente
  - 8.2.1. Das physische Format
  - 8.2.2. Das digitale Format
  - 8.2.3. Die Verwendung von Mockups
  - 8.2.4. Häufige Fehler
- 8.3. Digitale Plattformen
  - 8.3.1. Kontinuierlich lernende Gemeinschaften
  - 8.3.2. Soziale Netzwerke: *Twitter, Facebook, Instagram*
  - 8.3.3. Professionelle Netzwerke: *LinkedIn, InfoJobs*
  - 8.3.4. Cloud-Portfolios: *Behance*
- 8.4. Der Designer im Arbeitsmodell
  - 8.4.1. Karrieremöglichkeiten für einen Designer
  - 8.4.2. Designagenturen
  - 8.4.3. Business Grafikdesign
  - 8.4.4. Erfolgsgeschichten
- 8.5. Wie kann ich mich professionell präsentieren?
  - 8.5.1. Auf dem Laufenden bleiben und ständig recyceln
  - 8.5.2. Der Lebenslauf und seine Bedeutung
  - 8.5.3. Häufige Fehler in einem Lebenslauf oder *Currículum Vitae*
  - 8.5.4. Wie erstellt man einen guten *Currículum Vitae*?
- 8.6. Die neuen Verbraucher
  - 8.6.1. Die Wahrnehmung des Wertes
  - 8.6.2. Definieren Sie Ihr Zielpublikum
  - 8.6.3. Empathie-Karte
  - 8.6.4. Persönliche Beziehungen
- 8.7. Meine persönliche Marke
  - 8.7.1. Unternehmertum: die Suche nach dem Sinn
  - 8.7.2. Machen Sie Ihre Leidenschaft zum Beruf
  - 8.7.3. Das Ökosystem rund um Ihre Aktivität
  - 8.7.4. Das Canvas-Modell
- 8.8. Die visuelle Identität
  - 8.8.1. Das *Naming*
  - 8.8.2. Die Werte einer Marke
  - 8.8.3. Die wichtigsten Themen
  - 8.8.4. Moodboard. Die Nutzung von Pinterest
  - 8.8.5. Analyse der visuellen Faktoren
  - 8.8.6. Analyse der zeitlichen Faktoren
- 8.9. Ethik und Verantwortung
  - 8.9.1. Ethischer Dekalog für die Designpraxis
  - 8.9.2. Copyright
  - 8.9.3. Design und Verweigerung aus Gewissensgründen
  - 8.9.4. "Gutes" Design
- 8.10. Der Preis für meine Arbeit
  - 8.10.1. Brauchen Sie Geld zum Leben?
  - 8.10.2. Grundlagen der Buchhaltung für Unternehmer
  - 8.10.3. Arten von Ausgaben
  - 8.10.4. Ihr Preis/Stunde. Einzelhandelspreis



## Modul 9. Ethik, Gesetzgebung und berufliche Deontologie

- 9.1. Ethik, Moral, Recht und berufliche Deontologie
  - 9.1.1. Grundlegende ethische Fragen. Einige moralische Dilemmas
  - 9.1.2. Begriffliche Analyse und etymologischer Ursprung
  - 9.1.3. Unterschiede zwischen Moral und Ethik
  - 9.1.4. Die Verbindung zwischen Ethik, Moral, Recht und Deontologie
- 9.2. Geistiges Eigentum
  - 9.2.1. Was ist geistiges Eigentum?
  - 9.2.2. Arten von geistigem Eigentum
  - 9.2.3. Plagiat und Urheberrechtsverletzung
  - 9.2.4. Anticopyright
- 9.3. Praktische Aspekte der aktuellen Ethik
  - 9.3.1. Utilitarismus, Konsequentialismus und Deontologie
  - 9.3.2. Konsequentes Handeln vs. Handeln aus Prinzip
  - 9.3.3. Dynamische Effizienz von prinzipientreuen Handlungen
- 9.4. Gesetzgebung und Moral
  - 9.4.1. Konzept der Gesetzgebung
  - 9.4.2. Konzept der Moral
  - 9.4.3. Verbindung zwischen Recht und Moral
  - 9.4.4. Von gerecht bis ungerecht auf der Grundlage logischer Überlegungen
- 9.5. Professionelles Verhalten
  - 9.5.1. Der Umgang mit dem Kunden
  - 9.5.2. Die Bedeutung der Vereinbarung von Bedingungen und Konditionen
  - 9.5.3. Kunden kaufen kein Design
  - 9.5.4. Professionelles Verhalten
- 9.6. Verantwortlichkeiten gegenüber anderen Designern
  - 9.6.1. Wettbewerbsfähigkeit
  - 9.6.2. Prestige des Berufsstandes
  - 9.6.3. Auswirkungen auf andere Berufe
  - 9.6.4. Beziehungen zu anderen Kollegen. Kritik
- 9.7. Soziale Verantwortung
  - 9.7.1. Inklusives Design und seine Bedeutung
  - 9.7.2. Zu berücksichtigende Merkmale
  - 9.7.3. Eine Änderung der Denkweise
  - 9.7.4. Beispiele und Referenzen
- 9.8. Verantwortung für die Umwelt
  - 9.8.1. Ökodesign. Warum ist das so wichtig?
  - 9.8.2. Merkmale eines nachhaltigen Designs
  - 9.8.3. Auswirkungen auf die Umwelt
  - 9.8.4. Beispiele und Referenzen
- 9.9. Ethische Konflikte und praktische Entscheidungsfindung
  - 9.9.1. Verantwortungsvolles Verhalten und Praktiken am Arbeitsplatz
  - 9.9.2. Bewährte Praktiken des digitalen Designers
  - 9.9.3. Wie Sie Interessenkonflikte lösen
  - 9.9.4. Wie geht man mit Geschenken um?
- 9.10. Freies Wissen: *Creative Commons* Lizenzen
  - 9.10.1. Was sind sie?
  - 9.10.2. Arten von Lizenzen
  - 9.10.3. Symbologie
  - 9.10.4. Besondere Verwendungszwecke

## Modul 10. Typografie

- 10.1. Einführung in die Typografie
  - 10.1.1. Was ist Typografie?
  - 10.1.2. Die Rolle der Typografie im Grafikdesign
  - 10.1.3. Abfolge, Kontrast, Form und Gegenform
  - 10.1.4. Beziehung und Unterschiede zwischen Typografie, Kalligrafie und Schriftzug
- 10.2. Die vielfältigen Ursprünge der Schrift
  - 10.2.1. Ideografische Schrift
  - 10.2.2. Das phönizische Alphabet
  - 10.2.3. Das römische Alphabet
  - 10.2.4. Die karolingische Reformation
  - 10.2.5. Das moderne lateinische Alphabet
- 10.3. Anfänge der Typografie
  - 10.3.1. Die Druckerpresse, eine neue Ära. Erste Typographen
  - 10.3.2. Die industrielle Revolution: Lithographie
  - 10.3.3. Modernismus: Die Anfänge der kommerziellen Typografie
  - 10.3.4. Die Avantgarde
  - 10.3.5. Die Zwischenkriegszeit
- 10.4. Die Rolle der Designschulen in der Typografie
  - 10.4.1. Das Bauhaus
  - 10.4.2. Herbert Bayer
  - 10.4.3. Gestaltpsychologie
  - 10.4.4. Schweizer Schule
- 10.5. Aktuelle Typografie
  - 10.5.1. 1960-1970, Vorläufer der Revolte
  - 10.5.2. Postmoderne, Dekonstruktivismus und Technologie
  - 10.5.3. Wohin entwickelt sich die Typografie?
  - 10.5.4. Richtungsweisende Schriftarten
- 10.6. Typografische Form I
  - 10.6.1. Anatomie des Buchstaben
  - 10.6.2. Maße und Attribute des Typs
  - 10.6.3. Schriftfamilien
  - 10.6.4. Groß- und Kleinbuchstaben sowie Small Caps
  - 10.6.5. Unterschied zwischen Typografie, Schriftart und Schriftfamilie
  - 10.6.6. Filets, Linien und geometrische Elemente





- 10.7. Typografische Form II
  - 10.7.1. Die typografische Kombination
  - 10.7.2. Schriftformate (PostScript-TrueType-OpenType)
  - 10.7.3. Schriftlizenzierung
  - 10.7.4. Wer sollte die Lizenz kaufen, der Kunde oder der Designer?
- 10.8. Korrekturlesen. Textgestaltung
  - 10.8.1. Abstand zwischen den Buchstaben. Tracking und Kerning
  - 10.8.2. Wortzwischenräume. Das Quadratin
  - 10.8.3. Abstand zwischen den Zeilen
  - 10.8.4. Schriftart-Körper
  - 10.8.5. Text-Attribute
- 10.9. Das Zeichnen von Buchstaben
  - 10.9.1. Der kreative Prozess
  - 10.9.2. Traditionelle und digitale Materialien
  - 10.9.3. Die Verwendung des Grafiktablets und des ipad
  - 10.9.4. Digitale Typografie: Umrisse und Bitmaps
- 10.10. Typografische Poster
  - 10.10.1. Kalligraphie als Grundlage für das Zeichnen von Buchstaben
  - 10.10.2. Wie schafft man eine typografische Komposition, die Eindruck macht?
  - 10.10.3. Visuelle Referenzen
  - 10.10.4. Die Skizzierphase
  - 10.10.5. Projekt

“Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert”



# 05 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"*

## Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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*”



*Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.*



*Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.*

## Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. 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 berufliche Realität berücksichtigt wird.

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

Die Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. 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 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

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

*Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.*

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 Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, 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.





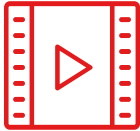
In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen 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 Ihr Fachgebiet 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.



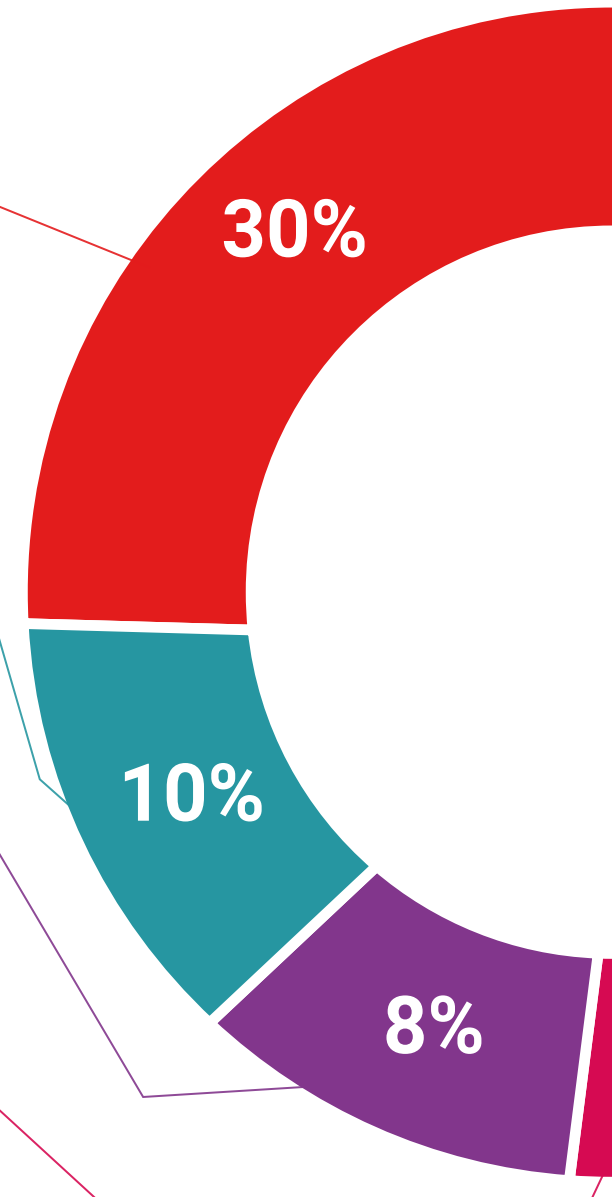
#### Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

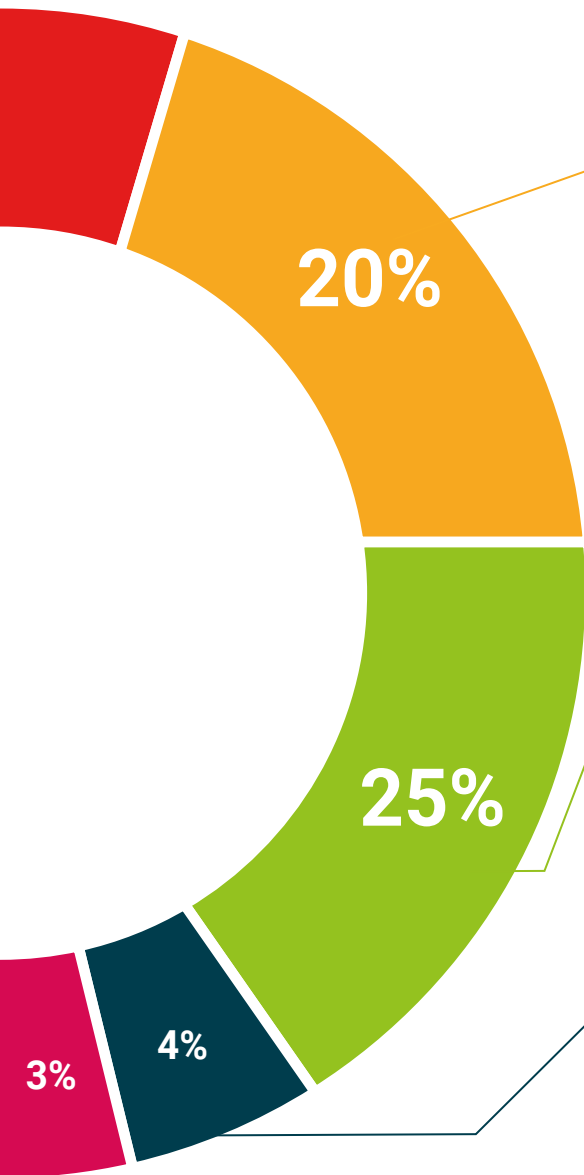
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### 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. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



#### 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.





06

# Qualifizierung

Der Weiterbildender Masterstudiengang in Grafikdesign garantiert neben der strengsten und aktuellsten Ausbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Global University ausgestellten Diplom.





“

*Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren Hochschulabschluss, ohne zu reisen oder umständliche Verfahren zu durchlaufen"*

Mit diesem Programm erwerben Sie den von **TECH Global University**, der größten digitalen Universität der Welt, bestätigten eigenen Titel **Weiterbildender Masterstudiengang in Grafikdesign**.

**TECH Global University** ist eine offizielle europäische Universität, die von der Regierung von Andorra (**Amtsblatt**) öffentlich anerkannt ist. Andorra ist seit 2003 Teil des Europäischen Hochschulraums (EHR). Der EHR ist eine von der Europäischen Union geförderte Initiative, die darauf abzielt, den internationalen Ausbildungsrahmen zu organisieren und die Hochschulsysteme der Mitgliedsländer dieses Raums zu vereinheitlichen. Das Projekt fördert gemeinsame Werte, die Einführung gemeinsamer Instrumente und die Stärkung der Mechanismen zur Qualitätssicherung, um die Zusammenarbeit und Mobilität von Studenten, Forschern und Akademikern zu verbessern.

Dieser eigene Abschluss der **TECH Global University** ist ein europäisches Programm zur kontinuierlichen Weiterbildung und beruflichen Fortbildung, das den Erwerb von Kompetenzen in seinem Wissensgebiet garantiert und dem Lebenslauf des Studenten, der das Programm absolviert, einen hohen Mehrwert verleiht.

Titel: **Weiterbildender Masterstudiengang in Grafikdesign**

Modalität: **online**

Dauer: **12 monate**

Akkreditierung: **60 ECTS**



zukunft  
gesundheit vertrauen menschen  
erziehung information tutoeren  
garantie akkreditierung unterricht  
institutionen technologie lernen  
gemeinschaft verpflichtung  
persönliche betreuung innovation  
wissen gegenwart qualität  
online-Ausbildung  
entwicklung institutionen  
virtuelles Klassenzimmer sprechen



## Weiterbildender Masterstudiengang Grafikdesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 monate
- » Qualifizierung: TECH Global University
- » Akkreditierung: 60 ECTS
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

# Weiterbildender Masterstudiengang Grafikdesign



DeSign