

Privater Masterstudiengang Produktdesign



Privater Masterstudiengang Produktdesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/design/masterstudiengang/masterstudiengang-produktdesign

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 14

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 30

06

Qualifizierung

Seite 38

01

Präsentation

Das Design eines Produkts ist der Schlüssel zu seiner Marktfähigkeit und Funktionalität. Ohne ein angemessenes Design können das Aussehen, die Benutzerfreundlichkeit und sogar die Herstellung beeinträchtigt werden, was zu Verlusten und Verzögerungen für das herstellende Unternehmen führen kann. Aus diesem Grund ist das Profil des Spezialisten in diesem Bereich immer gefragter und große Industrieunternehmen suchen nach Experten, die den aktuellen Herausforderungen in dieser Disziplin gewachsen sind. Dieses Programm ermöglicht es den Designern, sich mit allen Fortschritten in diesem Bereich vertraut zu machen und sich auf die Erwartungen des heutigen anspruchsvollen Arbeitsmarktes vorzubereiten. Und das alles mit der besten Online-Lernmethode, die sich an ihre persönlichen Umstände anpasst und es ihnen ermöglicht, Zeit und Ort ihres Studiums selbst zu bestimmen.



“

Dieses Programm bereitet Sie auf die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen des Produktdesigns vor, mit einer 100%igen Online-Methode, die sich vollständig an Ihre beruflichen und persönlichen Umstände anpasst”

Hinter den Werkzeugen und Geräten, die Millionen von Menschen tagtäglich benutzen, steckt ein enormer Planungs- und Designaufwand. Jeder Aspekt der physischen und greifbaren Elemente, die in allen Lebensbereichen zum Einsatz kommen - von Fahrzeugen über Wohnmöbel und Stadtmobiliar bis hin zu Kugelschreibern, Smartphones und kurzum allen Gegenständen des täglichen Gebrauchs - wurde sorgfältig durchdacht.

Diese Liebe zum Detail beruht auf mehreren starken Argumenten: Mit dem richtigen Design lassen sich Kosten sparen, die Produktion kann effizienter gestaltet werden und das Ergebnis ist aus kommerzieller Sicht attraktiver. Deshalb gewinnt dieser Berufszweig immer mehr an Bedeutung und ist für viele Unternehmen in der Industrie, der Textilbranche und verwandten Bereichen unverzichtbar.

Designer, die sich auf diesen Bereich spezialisieren, können daher heutzutage auf ausgezeichnete Berufsaussichten hoffen, aber um diese zu erreichen, benötigen sie die besten Kenntnisse und Fähigkeiten in dieser Disziplin. Der Private Masterstudiengang in Produktdesign vermittelt diese Kenntnisse und Fähigkeiten, indem er die neuesten Entwicklungen in diesem Bereich in 10 spezialisierte Module integriert und relevante Themen wie digitale Technologie, Grundlagen des Marketings, Design für die Fertigung und nachhaltiges Design behandelt.

All dies wird über ein Online-Lernsystem vermittelt, das speziell für Berufstätige entwickelt wurde, da es sich an deren Bedürfnisse anpasst und es ihnen ermöglicht, jederzeit und überall zu studieren, ohne unbequeme Reisen oder starre Zeitpläne.

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

- ◆ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für das Produktdesign vorgestellt werden
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ◆ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ◆ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ◆ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugangs zu Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Dank dieses privaten Masterstudiengangs werden Sie in der Lage sein, die wichtigsten Aspekte des nachhaltigen Designs eingehend zu studieren und die Produktion Ihrer Kreationen zu optimieren"

“

Dieses Programm verfügt über die besten Lehrmittel: theoretische und praktische Aktivitäten, Videos, interaktive Zusammenfassungen, Meisterklassen usw. Alles, was Sie brauchen, um ein großer Experte für Produktdesign zu werden"

Zu den Dozenten des Programms gehören Fachleute aus der Branche, die ihre Erfahrungen aus ihrer Arbeit in diese Weiterbildung einbringen, sowie anerkannte Spezialisten aus führenden Unternehmen und renommierten Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situiertes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des gesamten Studiengangs gestellt werden. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Sie lernen die modernsten Materialien für das Design und deren Anwendungsmöglichkeiten kennen und verbessern so sofort Ihre beruflichen Aussichten.

Das Online-Lernsystem von TECH ermöglicht es Ihnen, zu studieren, wann, wie und wo Sie wollen, ohne an starre Zeitpläne oder unbequeme Reisen gebunden zu sein.



02 Ziele

Das Hauptziel dieses Studiengangs ist es, aus dem Studenten eine Fachkraft zu machen, die bei großen Designfirmen und führenden Industrieunternehmen sehr gefragt ist. Daher bietet der Private Masterstudiengang in Produktdesign die umfassendsten und tiefgreifendsten Inhalte in diesem Bereich und wird dem Studenten alle Werkzeuge an die Hand geben, die er benötigt, um sich am Arbeitsplatz zu profilieren.





“

Erzielen Sie dank dieses Studiengangs einen großen beruflichen Fortschritt im Bereich Produktdesign"



Allgemeine Ziele

- ◆ Verstehen des kreativen, analytischen und studienbasierten Prozesses für die Schaffung eines Werkes
- ◆ Eintauchen in die Techniken der Marktanalyse und deren Anwendung auf die Kommunikations- und Marketingprozesse bei der Entwicklung von Projekten
- ◆ 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
- ◆ Kennen der Grundlagen des Designs sowie der Referenzen, Stile und Bewegungen, die es von seinen Anfängen bis heute geprägt haben





Spezifische Ziele

Modul 1. Grundlagen des Designs

- ◆ Verbinden und Verknüpfen der verschiedenen Designbereiche, Anwendungsgebiete und Berufszweige
- ◆ Kennen der Prozesse der Ideenfindung, der Kreativität und des Experimentierens und wissen, wie Sie diese auf Projekte anwenden können
- ◆ Integrieren von Sprache und Semantik in den Ideenfindungsprozess eines Projekts, indem Sie sie mit dessen Zielen und Nutzungswerten in Verbindung bringen

Modul 2. Grundlagen der Kreativität

- ◆ Wissen, wie man die eigenen Interessen durch Beobachtung und kritisches Denken zusammenführt und in künstlerische Kreationen umsetzt
- ◆ Verlieren der Angst vor künstlerischen Blockaden und Anwenden von Techniken, um sie zu bekämpfen
- ◆ Erforschen der eigenen Person, des eigenen emotionalen Raums und der Umgebung, um diese Elemente zu analysieren und sie für die eigene Kreativität zu nutzen

Modul 3. Digitale Technologie

- ◆ Beherrschen des Vokabulars, der Methoden und der theoretisch-praktischen Inhalte der digitalen Bildbearbeitung
- ◆ Beherrschen des Vokabulars, der Methoden und der theoretisch-praktischen Inhalte der vektoriiellen Bildbearbeitung



Modul 4. Grundlagen des Marketings

- ◆ Verstehen der zentralen Rolle der Kommunikation in einer historischen Zeit, die von den Paradigmen der Informations- und Wissensgesellschaft geprägt ist
- ◆ Verstehen der Prozesse der Kommunikation in all ihren sozialen Erscheinungsformen (zwischenmenschlich, in Gruppen und in den Medien)
- ◆ Analysieren der verschiedenen disziplinären und theoretischen Ansätze und Herangehensweisen an die Kommunikation
- ◆ Entwickeln eines Verständnisses für ein Vokabular, das an die grundlegende Sprache des Marketings und der Kommunikation angepasst ist
- ◆ Kennen der Charakteristika der sozialen Medien und ihres Unterschieds zu den *Mass Media*, sowie ihrer Auswirkungen und der Veränderungen, die sie im Marketing- und Designmanagement hervorgebracht haben

Modul 5. Corporate Image

- ◆ Verstehen der strategischen Bereiche, die ein Grafikmanager im Kommunikationsprozess der grafischen und visuellen Identität von Marken verwalten muss

Modul 6. Design für die Herstellung

- ◆ Erreichen eines ausreichenden Kenntnisstandes in Bezug auf die spezifischen Ziele und Techniken im Zusammenhang mit dem Produktionsbereich
- ◆ Analysieren der Produktion aus einer strategischen Perspektive

Modul 7. Materialien

- ◆ Analysieren und Bewerten der in der Technik verwendeten Materialien auf der Grundlage ihrer Eigenschaften
- ◆ Verstehen, Analysieren und Bewerten der Prozesse der Korrosion und des Abbaus von Materialien
- ◆ Bewerten und Analysieren der verschiedenen Techniken der zerstörungsfreien Prüfung von Materialien

Modul 8. Nachhaltiges Design

- ◆ Erkennen des Umfelds der Nachhaltigkeit und des ökologischen Kontextes
- ◆ Kennen der wichtigsten Instrumente der Umweltverträglichkeitsprüfung
- ◆ Erkennen der Bedeutung von Nachhaltigkeit im Design
- ◆ Kennen der relevanten Umweltvorschriften für das Design
- ◆ In der Lage sein, eine Strategie für nachhaltiges Produktdesign auszuarbeiten

Modul 9. Materialien für das Design

- ◆ Arbeiten mit den jeweils am besten geeigneten Materialien im Bereich des Produktdesigns
- ◆ Erklären und Beschreiben der wichtigsten Materialfamilien: ihre Herstellung, Typologien, Eigenschaften etc.
- ◆ Verfügen über die notwendigen Kriterien, um anhand eines *Briefings* die verschiedenen Materialfamilien zu identifizieren und auszuwählen

Modul 10. Packaging-Design

- ◆ Vermitteln eines umfassenden Verständnisses für das Design von Behältern, Verpackungen und Etiketten, wobei viele Faktoren berücksichtigt werden müssen, vom Produkt bis hin zu seinem physischen und sozioökonomischen Umfeld
- ◆ Vermitteln von Kompetenzen für die professionelle Entwicklung von Verpackungs- und Etikettendesignprojekten durch die Praxis



“

TECH wird Sie auf Ihrem Weg zum beruflichen Erfolg begleiten”

03

Kompetenzen

Dieser private Masterstudiengang ermöglicht es dem Studenten, eine Reihe von beruflichen Kompetenzen zu entwickeln, die auf diesen Bereich des Designs ausgerichtet sind. Der Studiengang wurde daher so konzipiert, dass er dem Studenten zu einem großen Experten für Produktdesign macht, da er Kenntnisse und Fähigkeiten in Bereichen wie Materialien, nachhaltiges Design, Marketing und *Packaging*-Design vermittelt.



“

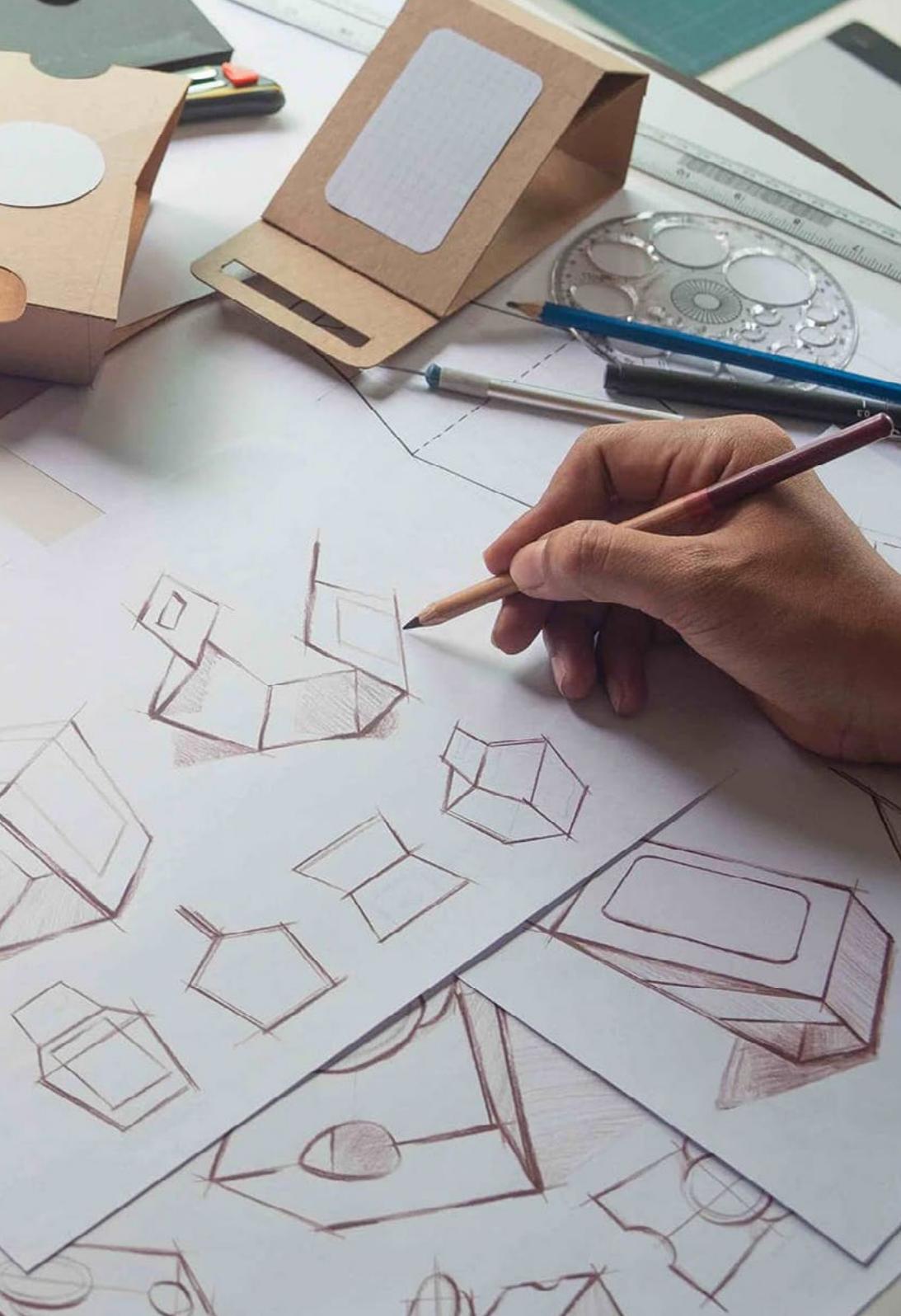
Dank dieses privaten Masterstudiengangs werden Sie die besten Fähigkeiten in den Bereichen Packaging-Design und nachhaltiges Design in Ihre berufliche Praxis einbringen”



Allgemeine Kompetenzen

- ◆ Planen, Entwickeln und Präsentieren von künstlerischen Produktionen in angemessener Weise unter Verwendung effektiver Produktionsstrategien und eigener kreativer Beiträge
- ◆ Beherrschen von Software zur Bildretusche und -manipulation und Entwickeln der für ihre Verwendung erforderlichen Fähigkeiten
- ◆ Kennen 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 der wichtigsten Elemente des Unternehmens und des Kunden sowie deren Bedürfnisse für die Erstellung von Kommunikationsstrategien und -botschaften
- ◆ Identifizieren der Produktionsstufen und -phasen eines Projekts
- ◆ Verstehen der Prinzipien von Nanomaterialien
- ◆ Erwerben von Kenntnissen und Beherrschen der Techniken, Formen, Prozesse und Trends bei der Gestaltung von Behältern, Verpackungen und Etiketten sowie deren industriellen Anwendungen





Spezifische Kompetenzen

- ◆ Beherrschen von Vektorzeichnungssoftware und Entwicklung der für ihre Anwendung erforderlichen Fähigkeiten
- ◆ Verwenden von Software für das redaktionelle Design und Entwickeln der Fähigkeiten zur Erstellung der eigenen Reinzeichnungen
- ◆ Beherrschen der Koordinationsstrategien zwischen den Aspekten der Produktgestaltung, der Produktion, des Marketings und der Kommunikationsfunktionen
- ◆ Analysieren und Bewerten metallischer Werkstoffe, sowohl eisenhaltiger als auch nichteisenhaltiger
- ◆ Analysieren und Bewerten von Polymer-, Keramik- und Verbundwerkstoffen
- ◆ Analysieren und Bewerten der in der additiven Fertigung verwendeten Materialien
- ◆ Entwickeln eines geregelten Systems grundlegender Grafikstandards auf der Grundlage von Elementen der visuellen Identität/*Branding*
- ◆ Kluges Auswählen aus einem breiten Spektrum bei der Entwicklung eines Designvorschlags für die Serienproduktion
- ◆ Entscheiden über die am besten geeigneten Materialien für die Realisierung von *Mock-ups* oder Prototypen



Dieses Programm bietet Ihnen die besten Techniken des Produktdesigns, die den aktuellen Anforderungen des professionellen Marktes entsprechen"

04

Struktur und Inhalt

Dieser Private Masterstudiengang in Produktdesign ist in 10 spezialisierte Module gegliedert, durch die die Fachkräfte die neuesten Fortschritte in den Bereichen Grundlagen des Designs, Designmaterialien, nachhaltiges Design, Grundlagen des Marketings und *Corporate Image* kennenlernen können. Damit erreichen Sie eine umfassendere Sichtweise des Produkt- und Produktionsdesigns, mit der die Studenten ihre Projekte aus einer eher industriellen Perspektive durchführen können.





“

*Die aktuellsten Inhalte im Bereich
Produktdesign sind jetzt in Ihrer Reichweite.
Schreiben Sie sich jetzt ein und profitieren Sie
von einer sofortigen beruflichen Verbesserung”*

Modul 1. Grundlagen des Designs

- 1.1. Geschichte des Designs
 - 1.1.1. Die industrielle Revolution
 - 1.1.2. Die Phasen des Designs
 - 1.1.3. Die Architektur
 - 1.1.4. Die Chicagoer Schule
- 1.2. Designstile und Strömungen
 - 1.2.1. Dekoratives Design
 - 1.2.2. Modernistische Strömung
 - 1.2.3. *Art Deco*
 - 1.2.4. Industriedesign
 - 1.2.5. Das Bauhaus
 - 1.2.6. Industrielles Design
 - 1.2.7. Transvanguardien
 - 1.2.8. Zeitgenössisches Design
- 1.3. Designer und Trends
 - 1.3.1. Innenarchitekten
 - 1.3.2. Grafikdesigner
 - 1.3.3. Industrie- oder Produktdesigner
 - 1.3.4. Modedesigner
- 1.4. Projektmethodik im Design
 - 1.4.1. Bruno Munari
 - 1.4.2. Gui Bonsiepe
 - 1.4.3. J. Christopher Jones
 - 1.4.4. L. Bruce Archer
 - 1.4.5. Guillermo González Ruiz
 - 1.4.6. Jorge Frascara
 - 1.4.7. Bernd Löbach
 - 1.4.8. Joan Costa
 - 1.4.9. Norberto Cháves
- 1.5. Sprache im Design
 - 1.5.1. Objekte und das Subjekt
 - 1.5.2. Semiotik der Objekte
 - 1.5.3. Die objektive Disposition und ihre Konnotation
 - 1.5.4. Die Globalisierung der Zeichen
 - 1.5.5. Vorschlag
- 1.6. Design und seine ästhetisch-formale Dimension
 - 1.6.1. Visuelle Elemente
 - 1.6.1.1. Die Form
 - 1.6.1.2. Messung
 - 1.6.1.3. Farbe
 - 1.6.1.4. Die Textur
 - 1.6.2. Relationale Elemente
 - 1.6.2.1. Leitung
 - 1.6.2.2. Position
 - 1.6.2.3. Räumlich
 - 1.6.2.4. Schweregrad
 - 1.6.3. Praktische Elemente
 - 1.6.3.1. Vertretung
 - 1.6.3.2. Bedeutung
 - 1.6.3.3. Funktion
 - 1.6.4. Referenzrahmen
- 1.7. Analytische Methoden des Designs
 - 1.7.1. Pragmatisches Design
 - 1.7.2. Analoges Design
 - 1.7.3. Ikonisches Design
 - 1.7.4. Kanonisches Design
 - 1.7.5. Die wichtigsten Autoren und ihre Methodik
- 1.8. Design und Semantik
 - 1.8.1. Semantik
 - 1.8.2. Bedeutung
 - 1.8.3. Denotative Bedeutung und konnotative Bedeutung
 - 1.8.4. Lexikon
 - 1.8.5. Lexikalisches Feld und lexikalische Familie
 - 1.8.6. Semantische Beziehungen
 - 1.8.7. Semantische Veränderung
 - 1.8.8. Ursachen für semantische Veränderungen

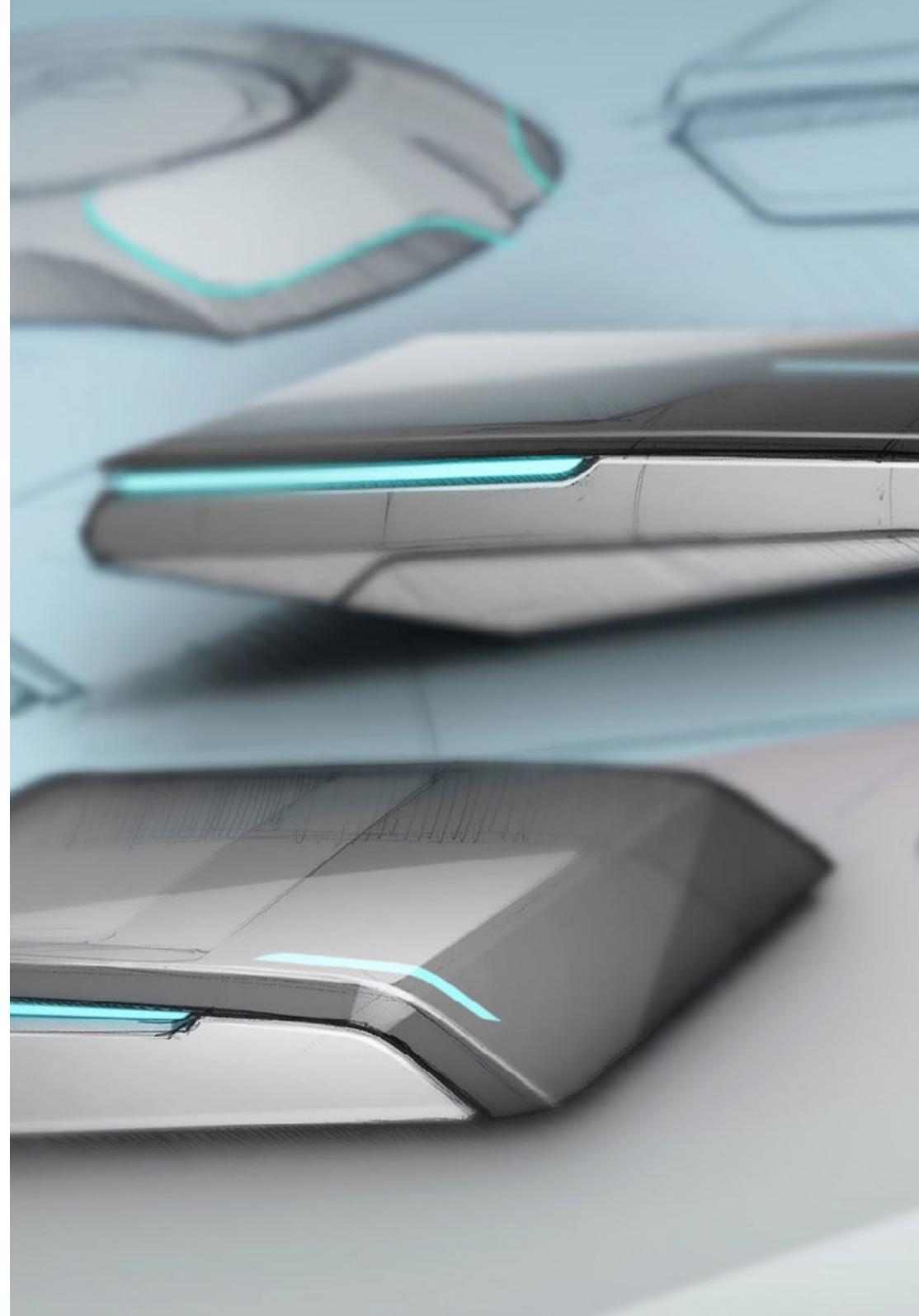
- 1.9. Design und Pragmatik
 - 1.9.1. Praktische Konsequenzen, Abduktion und Semiotik
 - 1.9.2. Mediation, Körper und Gefühle
 - 1.9.3. Lernen, Erfahrung und Abschluss
 - 1.9.4. Identität, soziale Beziehungen und Objekte
- 1.10. Aktueller Designkontext
 - 1.10.1. Aktuelle Designprobleme
 - 1.10.2. Aktuelle Designthemen
 - 1.10.3. Beiträge zur Methodik

Modul 2. Grundlagen der Kreativität

- 2.1. Einführung in die Kreativität
 - 2.1.1. Stil in der Kunst
 - 2.1.2. Trainieren Sie Ihr Auge
 - 2.1.3. Kann jeder kreativ sein?
 - 2.1.4. Bildhafte Sprachen
 - 2.1.5. Was brauche ich? Materialien
- 2.2. Wahrnehmung als erster kreativer Akt
 - 2.2.1. Was sehen Sie? Was hören Sie? Was fühlen Sie?
 - 2.2.2. Nimmt wahr, beobachtet, prüft aufmerksam
 - 2.2.3. Das Porträt und das Selbstporträt: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Fallstudie: Photodialog. In sich selbst eintauchen
- 2.3. Das leere Papier vor Augen
 - 2.3.1. Zeichnen ohne Angst
 - 2.3.2. Das Notizbuch als Werkzeug
 - 2.3.3. Das Künstlerbuch, was ist das?
 - 2.3.4. Referenzen
- 2.4. Erstellung unseres Künstlerbuchs
 - 2.4.1. Analyse und Spiel: Bleistifte und Filzstifte
 - 2.4.2. Tricks zur Lockerung der Hand
 - 2.4.3. Erste Zeilen
 - 2.4.4. Die Feder
- 2.5. Erstellen unseres Künstlerbuchs II
 - 2.5.1. Der Fleck
 - 2.5.2. Wachse. Experimentieren
 - 2.5.3. Natürliche Pigmente
- 2.6. Erstellen unseres Künstlerbuchs III
 - 2.6.1. Collage und Fotomontage
 - 2.6.2. Traditionelle Tools
 - 2.6.3. Online-Tools: *Pinterest*
 - 2.6.4. Experimentieren mit der Bildkomposition
- 2.7. Tun ohne zu denken
 - 2.7.1. Was erreichen wir, wenn wir handeln, ohne zu denken?
 - 2.7.2. Improvisieren: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Action Painting*
- 2.8. Der Kritiker als Künstler
 - 2.8.1. Konstruktive Kritik
 - 2.8.2. Manifest zur Kreativkritik
- 2.9. Der kreative Block
 - 2.9.1. Was ist eine Blockierung?
 - 2.9.2. Erweitern Sie Ihre Grenzen
 - 2.9.3. Fallstudie: Sich die Hände schmutzig machen
- 2.10. Studium unseres Künstlerbuchs
 - 2.10.1. Emotionen und ihr Management im kreativen Bereich
 - 2.10.2. Ihre eigene Welt in einem Notizbuch
 - 2.10.3. Was habe ich gefühlt? Selbst-Analyse
 - 2.10.4. Fallstudie: Selbstkritik

Modul 3. Digitale Technologie

- 3.1. Einführung in das digitale Bild
 - 3.1.1. IKT
 - 3.1.2. Beschreibung der Technologie
 - 3.1.3. Befehle
- 3.2. Vektorielltes Bild. Arbeiten mit Objekten
 - 3.2.1. Auswahl-Tools
 - 3.2.2. *Clustering*
 - 3.2.3. Ausrichten und Verteilen
 - 3.2.4. Intelligente Leitlinien
 - 3.2.5. Symbole
 - 3.2.6. Transformieren
 - 3.2.7. Verzerrung
 - 3.2.8. Verkeidend
 - 3.2.9. Pfadfinder
 - 3.2.10. Zusammengesetzte Formen
 - 3.2.11. Zusammengesetzte Pfade
 - 3.2.12. Schneiden, Teilen und Trennen
- 3.3. Vektorielltes Bild. Farbe
 - 3.3.1. Farb-Modi
 - 3.3.2. Pipettenwerkzeug
 - 3.3.3. Proben
 - 3.3.4. Gradienten
 - 3.3.5. Ausfüllen des Motivs
 - 3.3.6. Erscheinungsbild-Panel
 - 3.3.7. Attribute
- 3.4. Vektorielltes Bild. Erweiterte Ausgabe
 - 3.4.1. *Gradient Mesh*
 - 3.4.2. Transparenz-Panel
 - 3.4.3. Überblendmodi
 - 3.4.4. Interaktiver Abdruck
 - 3.4.5. Schnittmasken
 - 3.4.6. Text



- 3.5. Bitmap-Bild. Die Schichten
 - 3.5.1. Erschaffung
 - 3.5.2. Link
 - 3.5.3. Transformation
 - 3.5.4. *Clustering*
 - 3.5.5. Anpassungsebenen
- 3.6. Bitmap-Bild. Auswahlen, Masken und Kanäle
 - 3.6.1. Werkzeug zur Rahmenauswahl
 - 3.6.2. Lasso-Auswahlwerkzeug
 - 3.6.3. Zauberstab-Werkzeug
 - 3.6.4. Menü Auswahlen. Farbpalette
 - 3.6.5. Kanäle
 - 3.6.6. Maske retuschieren
 - 3.6.7. Schnittmasken
 - 3.6.8. Vektor-Masken
- 3.7. Bitmap-Bild. Mischmodi und Ebenenstil
 - 3.7.1. Ebenenstil
 - 3.7.2. Opazität
 - 3.7.3. Optionen für den Ebenenstil
 - 3.7.4. Überblendmodi
 - 3.7.5. Beispiele für Fusionsmodi
- 3.8. Redaktionelles Projekt. Typen und Formen
 - 3.8.1. Redaktionelles Projekt
 - 3.8.2. Typologien für das redaktionelle Projekt
 - 3.8.3. Erstellung und Konfiguration des Dokuments
- 3.9. Kompositorische Elemente des redaktionellen Projekts
 - 3.9.1. Master-Seiten
 - 3.9.2. Retikulation
 - 3.9.3. Textintegration und Komposition
 - 3.9.4. Integration von Bildern

- 3.10. Layout, Export und Druck
 - 3.10.1. Layout
 - 3.10.1.1. Fotoauswahl und -bearbeitung
 - 3.10.1.2. Vorläufige Prüfung
 - 3.10.1.3. Verpackung
 - 3.10.2. Exportieren
 - 3.10.2.1. Export für digitale Medien
 - 3.10.2.2. Export für das physische Medium
 - 3.10.3. Drucken
 - 3.10.3.1. Traditioneller Druck
 - 3.10.3.1.1. Binden
 - 3.10.3.2. Digitaldruck

Modul 4. Grundlagen des Marketings

- 4.1. Einführung in das Marketing
 - 4.1.1. Konzept des Marketings
 - 4.1.1.1. Definition von Marketing
 - 4.1.1.2. Entwicklung und aktueller Stand des Marketings
 - 4.1.2. Unterschiedliche Ansätze für das Marketing
- 4.2. Marketing in Unternehmen: strategisch und operativ. Der Marketingplan
 - 4.2.1. Kaufmännisches Management
 - 4.2.2. Bedeutung des kaufmännischen Managements
 - 4.2.3. Vielfältige Formen der Verwaltung
 - 4.2.4. Strategisches Marketing
 - 4.2.5. Kommerzielle Strategie
 - 4.2.6. Anwendungsbereiche
 - 4.2.7. Kommerzielle Planung
 - 4.2.8. Der Marketingplan
 - 4.2.9. Begriffe und Definitionen
 - 4.2.10. Etappen des Marketingplans
 - 4.2.11. Arten von Marketingplänen

- 4.3. Das Unternehmensumfeld und der Markt für Organisationen
 - 4.3.1. Das Umfeld
 - 4.3.2. Konzepte und Grenzen des Umfelds
 - 4.3.3. Makro-Umfeld
 - 4.3.4. Mikro-Umfeld
 - 4.3.5. Der Markt
 - 4.3.6. Marktkonzepte und Grenzen
 - 4.3.7. Marktentwicklungen
 - 4.3.8. Arten von Märkten
 - 4.3.9. Die Bedeutung des Wettbewerbs
- 4.4. Verbraucherverhalten
 - 4.4.1. Die Bedeutung von Verhalten in der Strategie
 - 4.4.2. Beeinflussende Faktoren
 - 4.4.3. Vorteile für das Unternehmen
 - 4.4.4. Vorteile für den Verbraucher
 - 4.4.5. Ansätze zum Verbraucherverhalten
 - 4.4.6. Merkmale und Komplexität
 - 4.4.7. Beteiligte Variablen
 - 4.4.8. Verschiedene Arten von Ansätzen
- 4.5. Etappen im Kaufprozess der Verbraucher
 - 4.5.1. Fokus
 - 4.5.2. Ansatz nach verschiedenen Autoren
 - 4.5.3. Die Entwicklung des Prozesses in der Geschichte
 - 4.5.4. Etappen
 - 4.5.5. Erkennen des Problems
 - 4.5.6. Suche nach Informationen
 - 4.5.7. Bewertung von Alternativen
 - 4.5.8. Kaufentscheidung
 - 4.5.9. Nach dem Kauf
 - 4.5.10. Modelle zur Entscheidungsfindung
 - 4.5.11. Wirtschaftsmodell
 - 4.5.12. Psychologisches Modell
 - 4.5.13. Gemischte Verhaltensmodelle
 - 4.5.14. Marktsegmentierung in der Unternehmensstrategie
 - 4.5.15. Marktsegmentierung
 - 4.5.16. Konzept
 - 4.5.17. Arten der Segmentierung
 - 4.5.18. Der Einfluss der Segmentierung auf die Strategien
 - 4.5.19. Die Bedeutung der Segmentierung im Unternehmen
 - 4.5.20. Planungsstrategien auf der Grundlage von Segmentierung
- 4.6. Kriterien für die Segmentierung von Verbraucher- und Industriemärkten
- 4.7. Verfahren zur Segmentierung
 - 4.7.1. Segmentabgrenzung
 - 4.7.2. Identifizierung von Profilen
 - 4.7.3. Bewertung des Verfahrens
- 4.8. Kriterien für die Segmentierung
 - 4.8.1. Geografische Merkmale
 - 4.8.2. Soziale und wirtschaftliche Merkmale
 - 4.8.3. Andere Kriterien
 - 4.8.4. Reaktion der Verbraucher auf die Segmentierung
- 4.9. Angebot-Nachfrage-Markt. Bewertung der Segmentierung
 - 4.9.1. Analyse des Angebots
 - 4.9.1.1. Klassifizierungen des Angebots
 - 4.9.1.2. Festlegung des Angebots
 - 4.9.1.3. Faktoren, die das Angebot beeinflussen
 - 4.9.2. Analyse der Nachfrage
 - 4.9.2.1. Klassifizierungen der Nachfrage
 - 4.9.2.2. Marktgebiete
 - 4.9.2.3. Schätzung der Nachfrage
 - 4.9.3. Bewertung der Segmentierung
 - 4.9.3.1. Bewertungssysteme
 - 4.9.3.2. Methoden zur Verfolgung
 - 4.9.3.3. Rückmeldung
- 4.10. Marketing-Mix
 - 4.10.1. Definition von Marketing-Mix
 - 4.10.1.1. Begriffe und Definitionen
 - 4.10.1.2. Geschichte und Entwicklung

- 4.10.2. Elemente des Marketing-Mix
 - 4.10.2.1. Produkt
 - 4.10.2.2. Preis
 - 4.10.2.3. Verteilung
 - 4.10.2.4. Werbung
- 4.10.3. Die 4 neuen P des Marketings
 - 4.10.3.1. Personalisierung
 - 4.10.3.2. Teilnahme
 - 4.10.3.3. *Peer to peer*
 - 4.10.3.4. Modellierete Vorhersagen
- 4.10.4. Aktuelle Strategien zur Verwaltung des Produktportfolios. Marketingstrategien für Wachstum und Wettbewerb
- 4.10.5. Portfolio-Strategien
 - 4.10.5.1. Die BCG-Matrix
 - 4.10.5.2. Die Ansoff-Matrix
 - 4.10.5.3. Die Matrix der Wettbewerbsposition
- 4.10.6. Strategien
 - 4.10.6.1. Strategie der Segmentierung
 - 4.10.6.2. Strategie der Positionierung
 - 4.10.6.3. Strategie der Loyalität
 - 4.10.6.4. Funktionale Strategie

Modul 5. *Corporate Image*

- 5.1. Identität
 - 5.1.1. Die Idee der Identität
 - 5.1.2. Warum wird die Identität gesucht?
 - 5.1.3. Arten von Identität
 - 5.1.4. Digitale Identität
- 5.2. *Corporate Identity*
 - 5.2.1. Definition. Warum eine *Corporate Identity*?
 - 5.2.2. Faktoren, die die *Corporate Identity* beeinflussen
 - 5.2.3. Komponenten der *Corporate Identity*
 - 5.2.4. Kommunikation der Identität
 - 5.2.5. *Corporate Identity*, *Branding* und *Corporate Image*

- 5.3. *Corporate Image*
 - 5.3.1. Merkmale des *Corporate Image*
 - 5.3.2. Was ist der Zweck des *Corporate Image*?
 - 5.3.3. Arten von *Corporate Image*
 - 5.3.4. Beispiele
- 5.4. Grundlegende Erkennungsmerkmale
 - 5.4.1. Name oder *Naming*
 - 5.4.2. Die Logos
 - 5.4.3. Die Monogramme
 - 5.4.4. Die Imagotypen
- 5.5. Faktoren für die Identitätserinnerung
 - 5.5.1. Originalität
 - 5.5.2. Symbolischer Wert
 - 5.5.3. Trächtigkeit
 - 5.5.4. Wiederholung
- 5.6. Methodik für den *Branding*-Prozess
 - 5.6.1. Studie über den Sektor und den Wettbewerb
 - 5.6.2. *Briefing*, Vorlage
 - 5.6.3. Markenstrategie und Markenpersönlichkeit definieren. Die Werte
 - 5.6.4. Zielpublikum
- 5.7. Der Kunde
 - 5.7.1. Spüren, wie der Kunde ist
 - 5.7.2. Kundentypologien
 - 5.7.3. Der Ablauf der Sitzung
 - 5.7.4. Wie wichtig es ist, den Kunden zu kennen
 - 5.7.5. Ein Budget festlegen
- 5.8. Handbuch zur *Corporate Identity*
 - 5.8.1. Markenaufbau und Anwendungsstandards
 - 5.8.2. *Corporate* Typografie
 - 5.8.3. Unternehmensfarben
 - 5.8.4. Andere grafische Elemente
 - 5.8.5. Beispiele für Unternehmenshandbücher

- 5.9. Neugestaltung der Identitäten
 - 5.9.1. Gründe für die Entscheidung, eine Identität neu zu gestalten
 - 5.9.2. Bewältigung einer Änderung der *Corporate Identity*
 - 5.9.3. Gute Praxis. Visuelle Referenzen
 - 5.9.4. Schlechte Praxis. Visuelle Referenzen
- 5.10. Projekt zur Markenidentität
 - 5.10.1. Präsentation und Erläuterung des Projekts. Referenzen
 - 5.10.2. *Brainstorming*. Marktanalyse
 - 5.10.3. Zielpublikum, Markenwert
 - 5.10.4. Erste Ideen und Skizzen. Kreative Techniken
 - 5.10.5. Das Projekt einrichten. Typografien und Farben
 - 5.10.6. Lieferung und Korrektur von Projekten

Modul 6. Design für die Herstellung

- 6.1. Design für die Herstellung und Verpackung
- 6.2. Formgebung durch Gießen
 - 6.2.1. Gießen
 - 6.2.2. Injektion
- 6.3. Formgebung durch Verformung
 - 6.3.1. Plastische Verformung
 - 6.3.2. Stanzen
 - 6.3.3. Schmieden
 - 6.3.4. Extrusion
- 6.4. Umformung durch Materialverlust
 - 6.4.1. Abrieb
 - 6.4.2. Spanabfuhr
- 6.5. Wärmebehandlung
 - 6.5.1. Härtung
 - 6.5.2. Temperieren
 - 6.5.3. Glühen
 - 6.5.4. Normalisierung
 - 6.5.5. Thermochemische Behandlungen

- 6.6. Anwendung von Farben und Beschichtungen
 - 6.6.1. Elektrochemische Behandlungen
 - 6.6.2. Elektrolytische Behandlungen
 - 6.6.3. Farben, Lacke und Firnisse
- 6.7. Verformung von Polymeren und keramischen Materialien
- 6.8. Herstellung von Verbundwerkstoffteilen
- 6.9. Additive Fertigung
 - 6.9.1. *Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Direct Energy Deposition*
 - 6.9.3. *Binder Jetting*
 - 6.9.4. *Bound Power Extrusion*
- 6.10. Robuste Technik
 - 6.10.1. *Taguchi*-Methode
 - 6.10.2. Planung von Experimenten
 - 6.10.3. Statistische Prozesskontrolle

Modul 7. Materialien

- 7.1. Materialeigenschaften
 - 7.1.1. Mechanische Eigenschaften
 - 7.1.2. Elektrische Eigenschaften
 - 7.1.3. Optische Eigenschaften
 - 7.1.4. Magnetische Eigenschaften
- 7.2. Metallische Materialien I. Eisenhaltig
- 7.3. Metallische Materialien II. Nichteisenhaltig
- 7.4. Polymere Materialien
 - 7.4.1. Thermoplastische Kunststoffe
 - 7.4.2. Duroplastische Kunststoffe
- 7.5. Keramische Materialien
- 7.6. Zusammengesetzte Materialien
- 7.7. Biomaterialien
- 7.8. Nanomaterialien
- 7.9. Korrosion und Zersetzung von Materialien
 - 7.9.1. Arten von Korrosion
 - 7.9.2. Oxidation von Metallen
 - 7.9.3. Korrosionskontrolle

- 7.10. Nichtdestruktive Tests
 - 7.10.1. Visuelle Inspektionen und Endoskopie
 - 7.10.2. Ultraschall
 - 7.10.3. Röntgenstrahlen
 - 7.10.4. Foucault (Eddy) Wirbelströme
 - 7.10.5. Magnetische Partikel
 - 7.10.6. Eindringende Flüssigkeiten
 - 7.10.7. Infrarot-Thermografie

Modul 8. Nachhaltiges Design

- 8.1. Umweltzustand
 - 8.1.1. Ökologischer Kontext
 - 8.1.2. Wahrnehmung der Umwelt
 - 8.1.3. Konsum und Konsumismus
- 8.2. Nachhaltige Produktion
 - 8.2.1. Ökologischer Fußabdruck
 - 8.2.2. Biokapazität
 - 8.2.3. Ökologisches Defizit
- 8.3. Nachhaltigkeit und Innovation
 - 8.3.1. Produktionsprozesse
 - 8.3.2. Prozessmanagement
 - 8.3.3. Start der Produktion
 - 8.3.4. Produktivität durch Design
- 8.4. Einleitung, Ökodesign
 - 8.4.1. Nachhaltiges Wachstum
 - 8.4.2. Industrielle Ökologie
 - 8.4.3. Ökoeffizienz
 - 8.4.4. Einführung in das Konzept des Ecodesigns
- 8.5. Ökodesign-Methoden
 - 8.5.1. Methodische Vorschläge für die Umsetzung des Ökodesigns
 - 8.5.2. Projektvorbereitung (treibende Kräfte)
 - 8.5.3. Umweltaspekte

- 8.6. Lebenszyklusbewertung (LCA)
 - 8.6.1. Funktionelle Einheit
 - 8.6.2. Bestandsaufnahme
 - 8.6.3. Liste der Auswirkungen
 - 8.6.4. Erstellung von Schlussfolgerungen und Strategie
- 8.7. Ideen für Verbesserungen (Ecodesign-Strategien)
 - 8.7.1. Reduzierung der Auswirkungen
 - 8.7.2. Erhöhung der funktionalen Einheit
 - 8.7.3. Positive Auswirkungen
- 8.8. Kreislaufwirtschaft
 - 8.8.1. Definition
 - 8.8.2. Entwicklung
 - 8.8.3. Erfolgsgeschichten
- 8.9. *Cradle to Cradle*
 - 8.9.1. Definition
 - 8.9.2. Entwicklung
 - 8.9.3. Erfolgsgeschichten
- 8.10. Umweltvorschriften
 - 8.10.1. Warum brauchen wir eine Regulierung?
 - 8.10.2. Wer macht die Vorschriften?
 - 8.10.3. Der Umweltraum der Europäischen Union
 - 8.10.4. Regulierung im Entwicklungsprozess

Modul 9. Materialien für das Design

- 9.1. Material als Inspiration
 - 9.1.1. Suche nach Materialien
 - 9.1.2. Klassifizierung
 - 9.1.3. Das Material und sein Kontext
- 9.2. Materialien für das Design
 - 9.2.1. Häufige Verwendungen
 - 9.2.2. Kontraindikationen
 - 9.2.3. Kombination von Materialien

- 9.3. Kunst + Innovation
 - 9.3.1. Materialien in der Kunst
 - 9.3.2. Neue Materialien
 - 9.3.3. Zusammengesetzte Materialien
- 9.4. Physik
 - 9.4.1. Grundlegende Konzepte
 - 9.4.2. Zusammensetzung der Materialien
 - 9.4.3. Mechanische Tests
- 9.5. Technologie
 - 9.5.1. Intelligente Materialien
 - 9.5.2. Dynamische Materialien
 - 9.5.3. Die Zukunft der Materialien
- 9.6. Nachhaltigkeit
 - 9.6.1. Beschaffung
 - 9.6.2. Nutzung
 - 9.6.3. Endgültige Verwaltung
- 9.7. Biomimikry
 - 9.7.1. Reflexion
 - 9.7.2. Transparenz
 - 9.7.3. Andere Techniken
- 9.8. Innovation
 - 9.8.1. Erfolgsgeschichten
 - 9.8.2. Materialforschung
 - 9.8.3. Quellen der Forschung
- 9.9. Risikoprävention
 - 9.9.1. Sicherheitsfaktor
 - 9.9.2. Feuer
 - 9.9.3. Bruch
 - 9.9.4. Andere Risiken

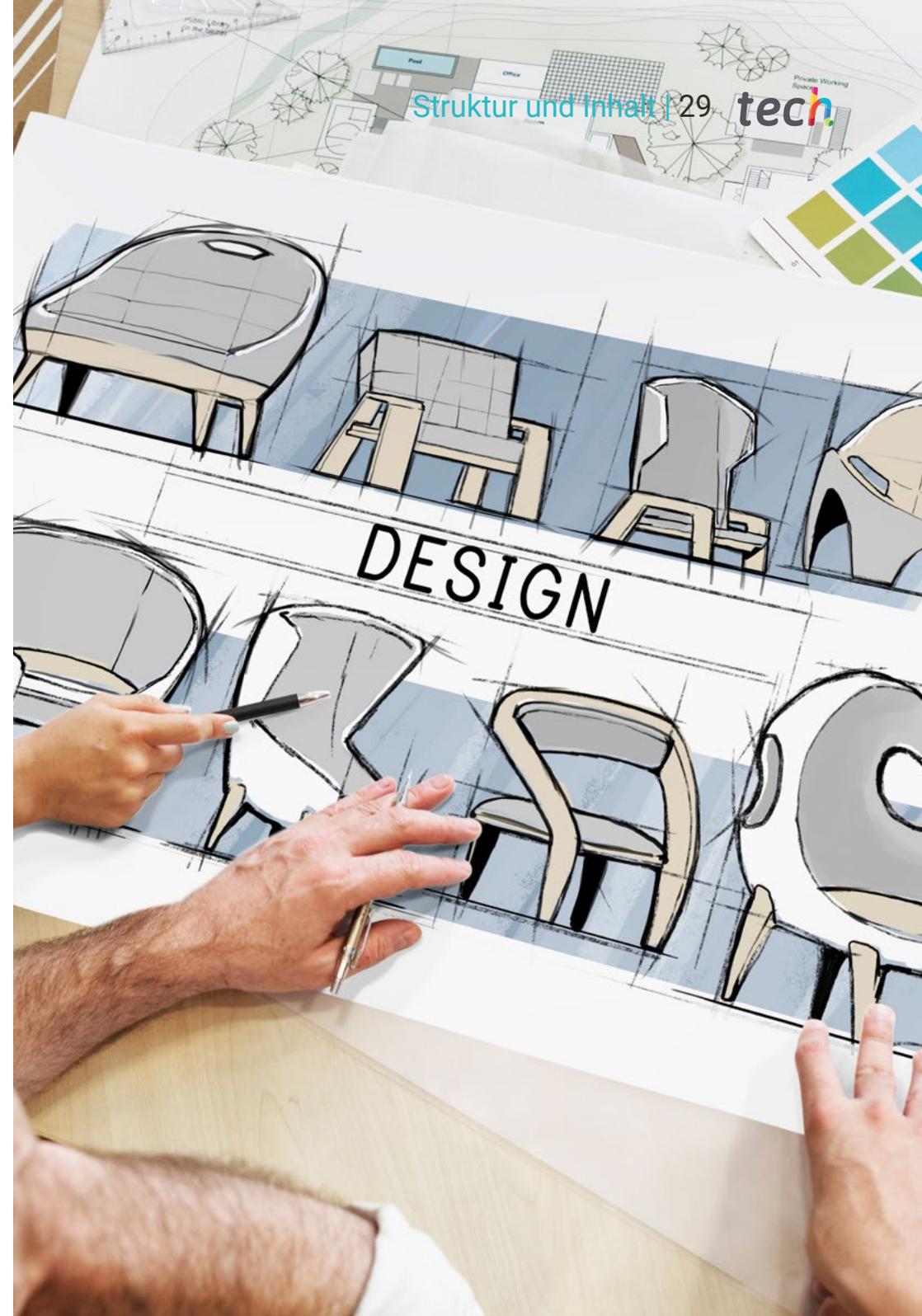
Modul 10. *Packaging-Design*

- 10.1. Einführung in das *Packaging*
 - 10.1.1. Historische Perspektive
 - 10.1.2. Funktionelle Merkmale
 - 10.1.3. System-Produkt und Lebenszyklusbeschreibung
- 10.2. Forschung im *Packaging*
 - 10.2.1. Informationsquellen
 - 10.2.2. Arbeit vor Ort
 - 10.2.3. Vergleiche und Strategien
- 10.3. Strukturelles *Packaging*
 - 10.3.1. Analyse der spezifischen Bedürfnisse
 - 10.3.2. Form, Farbe, Geruch, Volumen und Texturen
 - 10.3.3. Ergonomie der Verpackung
- 10.4. Vermarktung des *Packaging*
 - 10.4.1. Beziehung zwischen dem *Packaging* und der Marke und dem Produkt
 - 10.4.2. Anwendung des Markenimages
 - 10.4.3. Beispiele
- 10.5. Kommunikation im *Packaging*
 - 10.5.1. Beziehung zwischen dem *Packaging* und dem Produkt, dem Kunden und dem Benutzer
 - 10.5.2. Gestaltung der Sinnesorgane
 - 10.5.3. Design von Erfahrungen
- 10.6. Materialien und Produktionsprozesse
 - 10.6.1. Glas
 - 10.6.2. Papier und Karton
 - 10.6.3. Metall
 - 10.6.4. Kunststoffe
 - 10.6.5. Verbundwerkstoffe aus natürlichen Materialien
- 10.7. Nachhaltigkeit im *Packaging*
 - 10.7.1. Ökodesign-Strategien
 - 10.7.2. Lebenszyklus-Analyse
 - 10.7.3. Das *Packaging* als Abfall

- 10.8. Gesetzgebung
 - 10.8.1. Besondere Rechtsvorschriften: Identifizierung und Kodierung
 - 10.8.2. Regulierung von Kunststoffen
 - 10.8.3. Trends in der Regulierung
- 10.9. Innovation im *Packaging*
 - 10.9.1. Differenzierung durch *Packaging*
 - 10.9.2. Neueste Trends
 - 10.9.3. *Design for All*
- 10.10. *Packaging*-Projekte
 - 10.10.1. Fallstudien
 - 10.10.2. *Packaging*-Strategie
 - 10.10.3. Praktische Übung

“

Das innovative Lehrsystem von TECH wird mit einem vollständigen und aktualisierten Lehrplan kombiniert und ist damit die beste Weiterbildungsmöglichkeit für Berufstätige, die ihre Karriere auf Produktdesign ausrichten möchten”



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.

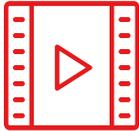
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihr Fachgebiet einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

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.



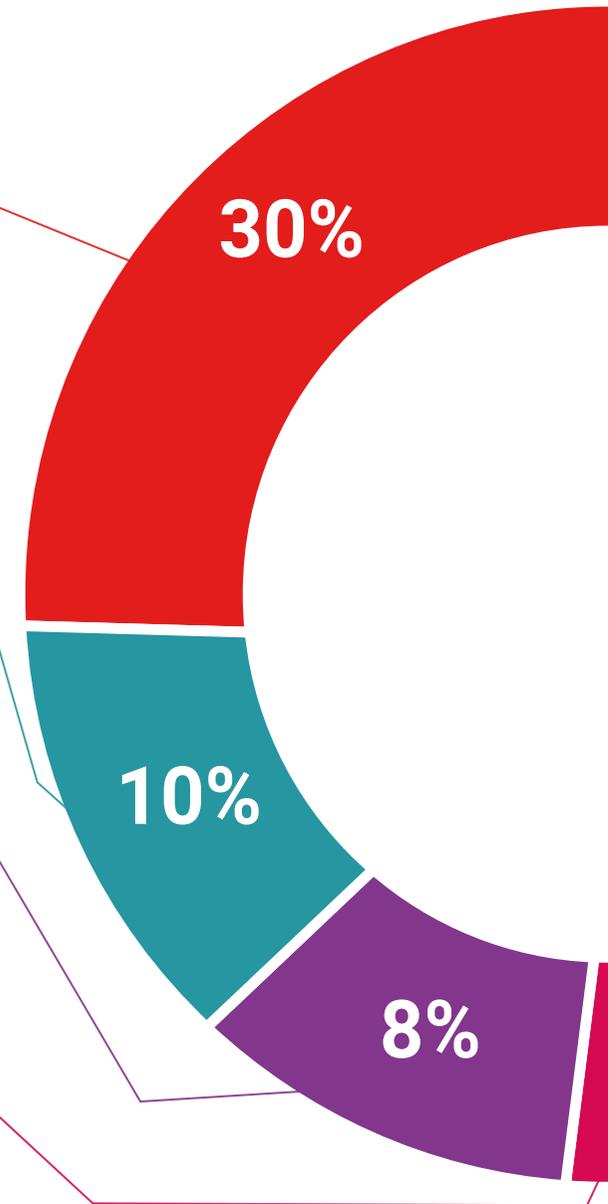
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

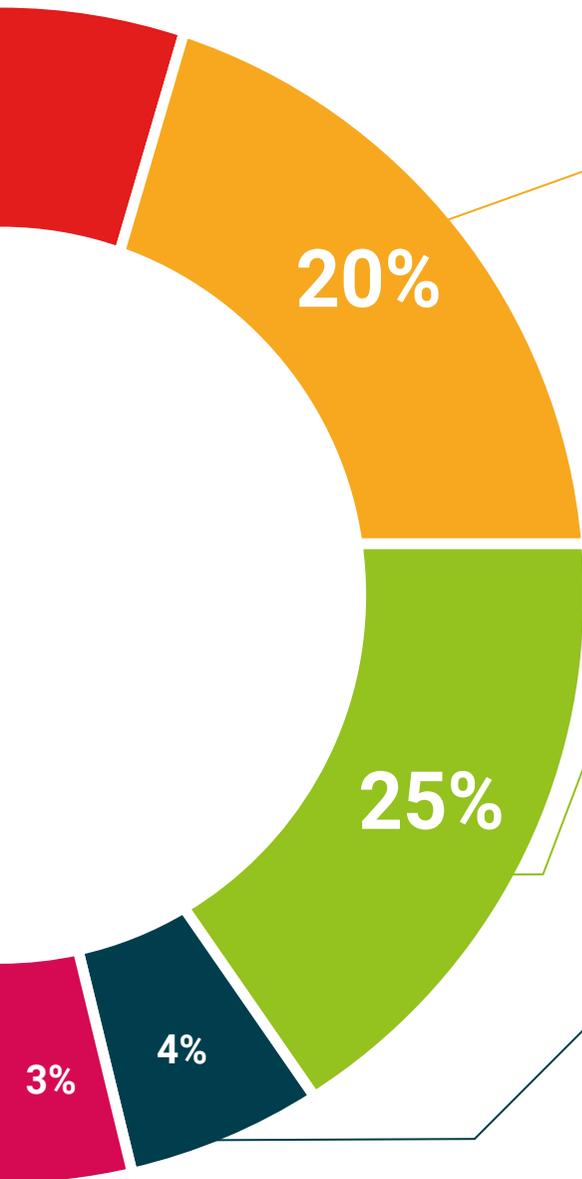
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



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 Privater Masterstudiengang in Produktdesign garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

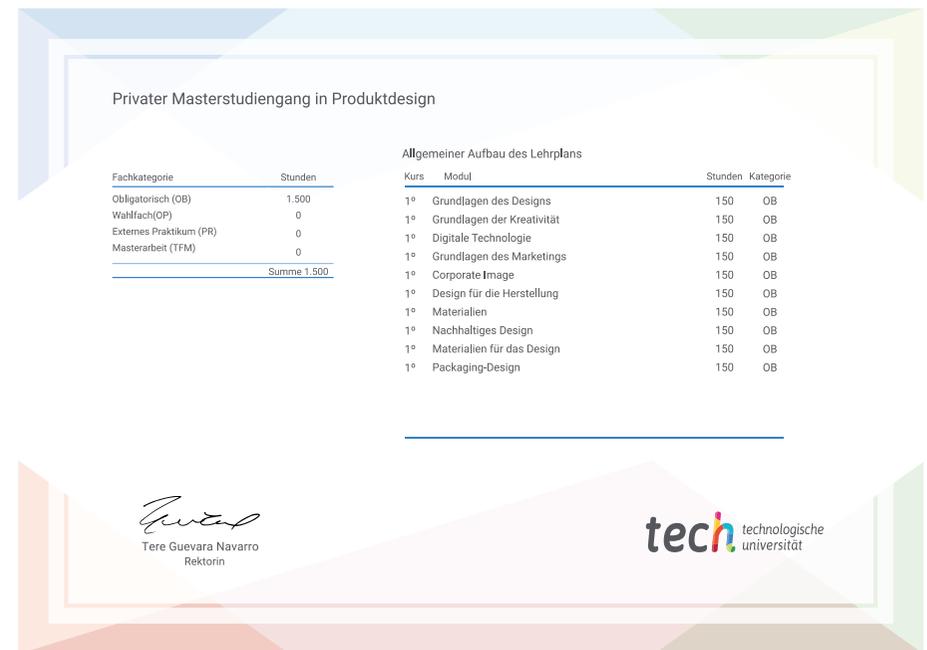
Dieser **Privater Masterstudiengang in Produktdesign** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Privater Masterstudiengang in Produktdesign**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Privater Masterstudiengang Produktdesign

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Privater Masterstudiengang Produktdesign

