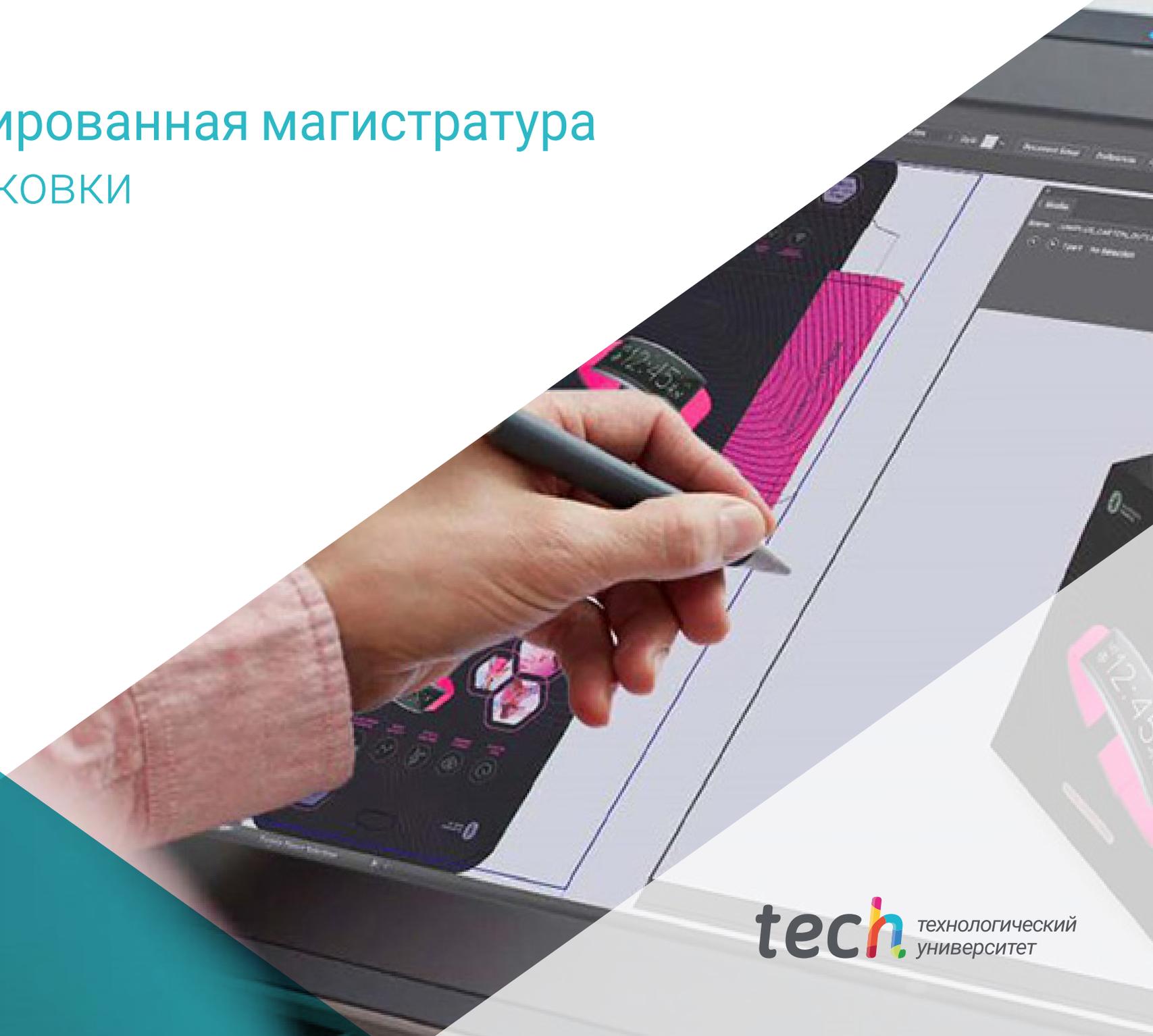


Специализированная магистратура Дизайн упаковки





Специализированная магистратура Дизайн упаковки

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Веб-доступ: www.techitute.com/ru/design/professional-master-degree/master-packaging-design

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Руководство курса

стр. 18

05

Структура и содержание

стр. 26

06

Методология

стр. 36

07

Квалификация

стр. 44

01

Презентация

На столь конкурентном рынке очень важно выделяться среди других. *Упаковка* – это дисциплина в области дизайна, которая отвечает за представление продукта в наилучших условиях для его сбыта, транспортировки, хранения и использования. При этом решающее значение имеет как первое впечатление, так и ее функциональность. Именно поэтому в рамках данной программы будут разработаны все области ее применения, чтобы студенты имели целостное видение, углубляясь не только в концептуализацию и художественное оформление, но и в хранение и распределение, чтобы обеспечить им превосходную стратегическую способность при планировании проектов. Образовательная программа 100% онлайн на протяжении 12 месяцев обучения, по завершении которого вы получите диплом.



““

Овладейте передовыми знаниями в области структур, материалов и экоупаковки, а также визуальной коммуникации, чтобы адаптировать их к рыночной стратегии в этой 100% онлайн-программе. Поступайте сейчас"

Имидж продукта действительно важен в рыночной среде, влияние, которое он оказывает на быстроту распознавания, решение о покупке, безопасность и качество продукта. Это достаточные аспекты для того, чтобы к имиджу относились с важностью и вниманием в рамках производственного процесса и планирования компании.

Новая реальность *Фиджитал* также требует более интенсивного подхода к дизайну *упаковки*, который объединяет цифровые и виртуальные среды с *концептуальными магазинами и розничной торговлей*, поэтому векторная иллюстрация, владение *Большими данными* и разработка конечного потребительского опыта также занимают центральное место в этом курсе.

Владение структурами, материалами и *экоупаковкой*, а также визуальной коммуникацией для их адаптации к конкурентной рыночной стратегии, основанной на анализе, вместе с новейшими художественными техниками для продвижения творчества и его применения, как в секторе премиум и люкс, так и на массовом рынке, предоставит студентам необходимые навыки для их включения в многогранный рынок *упаковки*, который постоянно обновляется и развивается.

Данная Специализированная магистратура углубляется в использование самых современных инструментов и реализацию иллюстративных техник, постигая фундаментальные концепции дизайна для *упаковки*. В основу стиля оформления положена концепция устойчивости, а также такие новые аспекты, как искусственный интеллект и цифровые инновации для улучшения пользовательского опыта.

Специализированный учебный план, разработанный и тщательно отобранный экспертами в области изобразительного искусства, маркетинга и коммуникации, основанный на инновационной методике 100% онлайн'обучения, которая адаптируется к личным обстоятельствам каждого студента, позволяя ему/ей выбирать время и место для обучения. Таким образом, используются многочисленные мультимедийные учебные ресурсы, такие как практические упражнения, видеометодики, интерактивные конспекты или мастер-классы, позволяющие получить квалификацию за 12 месяцев.

Данная **Специализированная магистратура в области Дизайн упаковки** содержит самую полную и современную образовательную программу на рынке. Основными особенностями обучения являются:

- ♦ Разработка практических кейсов, представленных экспертами в области дизайна, маркетинга и коммуникации
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание курса предоставляет научную и практическую информацию по тем дисциплинам, которые необходимы для осуществления профессиональной деятельности
- ♦ Практические упражнения для самооценки, контроля и улучшения процесса обучения
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы к экспертам, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Благодаря данной Специализированной магистратуре вы овладеете принципами дизайна упаковки, что откроет вам доступ к многочисленным профессиональным возможностям"

“

После окончания этой программы вы сможете работать на потребительских рынках, рынках роскоши или изысканной продукции, разрабатывая инновационные и функциональные упаковочные решения для их продукции”

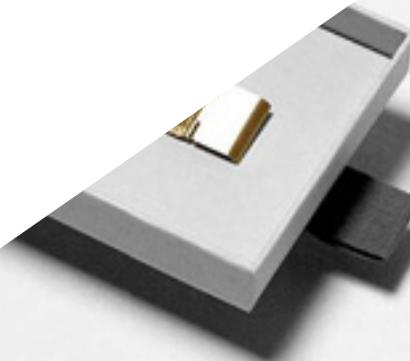
В преподавательский состав программы входят профессионалы отрасли, признанные специалисты из ведущих сообществ и престижных университетов, которые привносят в обучение опыт своей работы.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т.е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, рассчитанный на обучение в реальных ситуациях.

Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться решить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом вам поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Разрабатывайте новые творческие концепции с помощью новаторских идей и инструментов Adobe Illustrator в области дизайна упаковки продукции.

Запишитесь сейчас и убедитесь, что вы сможете достичь своей цели за 12 месяцев быстрым, удобным и эффективным способом. Благодаря 100% онлайн-методике, основанной на Relearning.



02

Цели

Основная цель данной Специализированной магистратуры в области дизайна упаковки – предложить специалистам новейшие инструменты в данной сфере, чтобы они могли незамедлительно внедрить их в свою работу. Вы сможете добиться быстрого прогресса благодаря множеству передовых решений, которые вы сможете предложить своим клиентам или работодателям при разработке креативных и функциональных идей.



“

Вам не придется жертвовать своими текущими обязанностями, чтобы продолжать профессиональное развитие. Эта программа предлагает вам то качество и гибкость, которую вы искали”



Общие цели

- ♦ Освоить инструменты дизайна упаковки и цифровой иллюстрации с помощью программы Adobe Illustrator
- ♦ Создать концептуальный, экспериментальный и/или коммерческий визуальный образ, адаптированный для всех видов продукции
- ♦ Управлять полным проектом упаковки и индивидуальным портфолио
- ♦ Освоить всю цепочку создания стоимости продукта: от его разработки до вскрытия упаковки или продажи в магазине
- ♦ Разработать стратегии *брендинга* и маркетинга с использованием *больших данных* и постоянной оценки
- ♦ Разработать все структуры упаковки с углубленным знанием их материалов и реальных применений
- ♦ Управлять *экоупаковкой* и материалами, задействованными во время дизайна упаковки продукции
- ♦ Применять дизайн упаковки от товаров повседневного спроса до косметики, ювелирных изделий или продуктов для гурманов, а также на рынке упаковки предметов роскоши





Конкретные цели

Модуль 1. Дизайн и иллюстрация с Adobe Illustrator

- ◆ Внедрить инструменты Adobe Illustrator в дизайн *упаковки* продукта
- ◆ Управлять типографией для дизайна этикеток
- ◆ Освоить использование цветовой палитры для правильной печати
- ◆ Добиться гармонии в дизайне и выполнить инструменты с индивидуальностью путем интеграции ценностей бренда
- ◆ Включить рабочий процесс цифрового дизайна в проект создания *упаковки*

Модуль 2. Векторная иллюстрация *упаковки* в Adobe Illustrator

- ◆ Включать использование векторной графики для цифрового дизайна с помощью Adobe Illustrator
- ◆ Применять и выбирать инструменты, необходимые для проекта по разработке *упаковки*
- ◆ Освоить типографику и *шрифты* для дизайна этикеток и логотипов
- ◆ Создавать фотомонтажи, которые показывают конечный продукт в 3D и воссоздают финальную сцену
- ◆ Управлять дизайном *упаковки* на всех его этапах: от создания объема на чистом пространстве до его печати со всеми слоями

Модуль 3. Экодизайн: материалы для дизайна упаковки

- ♦ Углубленно изучить функционирование циркулярной экономики применительно к дизайну упаковки
- ♦ Освоить биоразлагаемые материалы и процесс переработки отходов
- ♦ Управлять дизайнерскими решениями с акцентом на вторую жизнь упаковки
- ♦ Повысить осведомленность об использовании пластика и необходимости уменьшения углеродного следа для сохранения окружающей среды
- ♦ Оптимизировать процесс разработки дизайна упаковки, преобразуя профессионалов в сознательных дизайнеров

Модуль 4. Структура упаковки

- ♦ Освоить креативные техники и структурную композицию на основе культуры упаковки
- ♦ Разработать конкретную концепцию, отвечающую универсальной идентичности, основанной на согласованности с целью бренда
- ♦ Применять методы исследования в физической и цифровой среде, устанавливая руководящие принципы дизайна
- ♦ Овладеть *леттерингом* и типографикой для создания упаковочных этикеток
- ♦ Глубоко изучить сенсорный опыт и перейти в новую виртуальную реальность упаковки

Модуль 5. Упаковка ювелирных изделий и косметики

- ♦ Принимать во внимание потребительские потребности традиционных и новых аудиторий, понимая, что косметическая упаковка – это разница между покупкой продукта в большинстве случаев
- ♦ Освоить техники дизайна на протяжении всего процесса упаковки, согласовывая внешнюю, внутреннюю и товарную упаковку
- ♦ Расширить критерии применения стилей в косметической сфере, так как дизайн упаковки в значительной степени определен и поляризован
- ♦ Управлять креативными экспериментальными методами упаковки для повышения эксклюзивности за счет ценности упаковки
- ♦ Создавать новые проекты на основе дизайна упаковки ювелирных изделий, принимая во внимание основные направления дизайна в секторе роскоши

Модуль 6. Упаковка изысканной продукции и вин

- ♦ Воплотить семейные традиции и воспоминания о приятных моментах в продукт, который рассматривается как нематериальная часть культурного наследия нашей страны
- ♦ Управлять казуистикой и техническими аспектами упаковки вин и деликатесов, находя баланс между функциональным дизайном и эстетикой
- ♦ Освоить материалы, из которых состоит упаковка продукции, такие как пробки, стекло и вторичная упаковка
- ♦ Разработать дизайн этикетки в соответствии с информационной архитектурой, которая учитывает знаки качества и отражает индивидуальность бренда
- ♦ Управлять пользовательским опытом, понимая, что это сенсорный опыт, в котором чувство вкуса должно доносить в том числе и посредством зрения

Модуль 7. Упаковка и дизайн в сфере товаров повседневного спроса

- ♦ Обеспечить прозрачность и эффективность упаковки продуктов питания, которые имеют решающее значение для правильного развития нашего физического здоровья
- ♦ Внедрить нанотехнологии и интерактивные методы упаковки на рынок товаров повседневного спроса как часть стратегии постоянных инноваций
- ♦ Усвоить потребности пищевого продукта и условия его консервации, транспортировки и хранения
- ♦ Проанализировать результаты дизайна упаковки как с функциональной, так и с эстетической точек зрения
- ♦ Управлять тенденциями персонализации в области дизайна для брендов и потребительской общественности

Модуль 8. Маркетинг и брендинг для разработки упаковки

- ♦ Внедрить использование данных в креативную стратегию упаковки
- ♦ Овладеть стратегической и ценностной коммуникацией для успешного брифинга дизайна упаковки
- ♦ Создать ценность через проекцию идентичности бренда, которая может меняться со временем благодаря гибкости и универсальности
- ♦ Добавить пользовательский опыт в цифровой среде к традиционной упаковке магазинов
- ♦ Освоить использование искусственного интеллекта для поддержки, оценки и анализа поведения для развития критического мышления

Модуль 9. Креативное управление

- ♦ Способствовать развитию художественных навыков путем понимания использования визуальных кодов и их послания
- ♦ Применить полученные знания для разработки личного портфолио и брифинга по проектам
- ♦ Вписать визуальное повествование в стратегию бренда
- ♦ Включить самые современные художественные приемы, такие как изысканный труп или гиперграфика
- ♦ Управлять пространством, структурами и объемами, а также хроматическим диапазоном в целом, а не по отдельности

Модуль 10. Оперативная разработка упаковки

- ♦ Определить роль дизайна в цепочке поставок товаров
- ♦ Управлять методами разработки, создания прототипов и тестирования продукции для применения в дизайне упаковки
- ♦ Повысить дизайнерское видение студента через глобальную перспективу "путешествия упаковки"
- ♦ Освоить свою роль дизайнера и улучшить рабочие отношения



Вы узнаете, как управлять дизайном с упором на обеспечение надежности и устойчивости упаковки"

03

Компетенции

С помощью Специализированной магистратуры в области дизайна упаковки специалист будет развивать творческие навыки для эффективного проявления себя в маркетинговой среде, воплощая в жизнь функциональные и уникальные идеи с помощью изученных инструментов и методов. Вы сможете работать в области дизайна *упаковки* для косметики и ювелирного дела, а также вина и деликатесов и продуктов массового потребления, с интегральным развитием в разработке цепочки создания стоимости *упаковки* и интеграции с продуктом для повышения его ценности на рынке.





“

Вы приобретете творческие навыки использования Adobe Illustrator для разработки инновационной и функциональной упаковки”



Общие профессиональные навыки

- ◆ Развивать вербальную и визуальную коммуникацию посредством освоения *брифинга* и тенденций в дизайне *упаковки*
- ◆ Повысить уровень креативности путем использования художественного направления и концептуальных техник, применяемых к разработке упаковки продукции
- ◆ Обладать аналитической подготовкой в области наблюдения, интеграции и оценки стратегий *брендинга*, созданных в сфере разработки упаковки
- ◆ Приобрести знания о рынке *упаковки* косметики и ювелирных изделий, а также вина и деликатесов и товаров массового спроса
- ◆ Развивать навыки иллюстрации и техники автоматизированного проектирования с использованием Adobe Illustrator
- ◆ Расширить всесторонние знания о цепочке создания стоимости *упаковки* и интеграции с продуктом для повышения его ценности на рынке



Усовершенствуйте свои знания и навыки в области дизайна упаковки и предлагайте оригинальные решения в своих новых проектах"





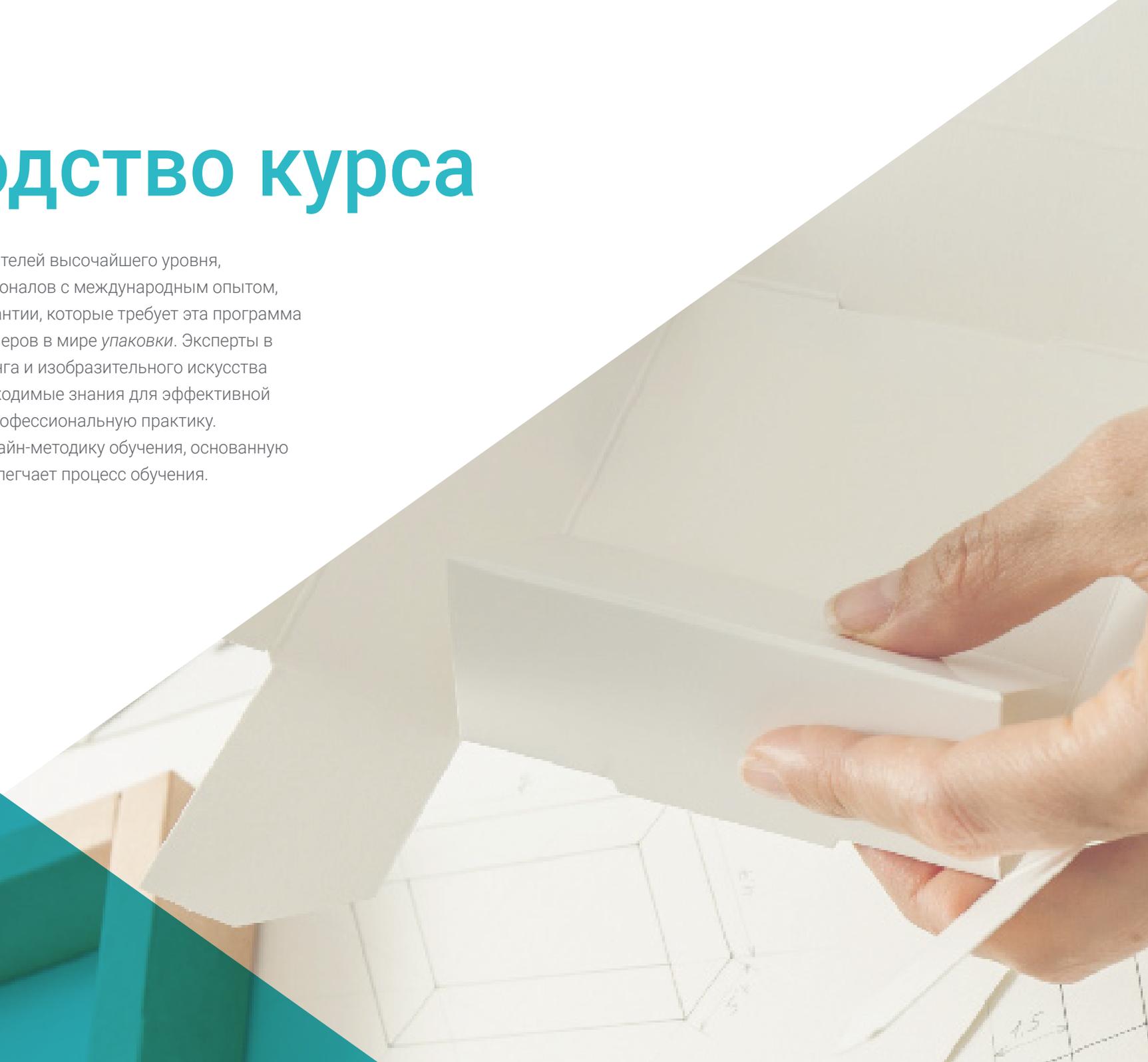
Профессиональные навыки

- ◆ Выражать идеи креативным и функциональным способом с помощью инструмента Adobe Illustrator
- ◆ Разработать креативные концепции в соответствии с собственными критериями и с учетом потребностей продукта и рынка
- ◆ Обладать передовыми знаниями о стилях дизайна, подходящих для каждого типа продукции в таких секторах, как гастрономия, косметика, ювелирные изделия и потребительские товары
- ◆ Разработать устойчивый и более экологически ответственный дизайн упаковки
- ◆ Перейти к реализации виртуальной реальности как нового элемента для достижения новых концепций
- ◆ Освоить стили дизайна в каждом из применяемых секторов: роскошь, гастрономия или потребительские товары
- ◆ Развиваться в области исследования рынка продукции, чтобы воспользоваться полученными данными при разработке дизайна
- ◆ Интегрировать новые технологии для обеспечения лучшего опыта конечного пользователя с помощью упаковки
- ◆ Создать правильные оперативные показатели в своей функции дизайнера в гармонии с окружающей средой

04

Руководство курса

ТЕСН выбрал команду преподавателей высочайшего уровня, состоящую из ведущих профессионалов с международным опытом, обеспечивающих ценность и гарантии, которые требует эта программа для подготовки успешных дизайнеров в мире упаковки. Эксперты в области коммуникации, маркетинга и изобразительного искусства предоставят студентам все необходимые знания для эффективной работы и внедрения их в свою профессиональную практику. Программа использует 100% онлайн-методику обучения, основанную на *Relearning*, что значительно облегчает процесс обучения.



“ Ведущие профессионалы с более чем 15-летним опытом проведут вас по пути к успеху”

Приглашенный международный руководитель

Лаура Моффитт - признанный дизайнер, специализирующийся на стратегии упаковки и разработке брендов по всему миру. Имея большой опыт работы в области креативного направления инновационной упаковки, она сотрудничала с межфункциональными командами, чтобы воплотить бренды в жизнь с помощью креативного и целостного видения. Ее внимание к тенденциям проекта и стремление к совершенству заставляют ее раздвигать границы условностей, привнося инновационное видение в индустрию.

На протяжении своей карьеры она занимала ключевые посты в известных компаниях, в том числе возглавляла отдел дизайна упаковки в подразделении «Youth To The People» в L'Oréal. На этом посту она отвечала за разработку концепции и реализацию дизайна упаковки, сотрудничая с отделами маркетинга, разработки продуктов и поставщиками, чтобы обеспечить последовательный и эффективный брендинг.

Она получила международное признание благодаря своей способности повышать престиж учреждений, с которыми она работала. В этом смысле она сыграла важную роль в разработке глобальных упаковочных стратегий и создании визуально привлекательных коллекций, способных заинтересовать потребителя. В дополнение к ее послужному списку в отрасли, она получила награды за свой инновационный подход и стала инициатором многочисленных инициатив по постоянному совершенствованию, которые установили вехи развития отрасли.

Она также внесла вклад в развитие исследований и анализ рыночных тенденций, что позволило ей оставаться в авангарде дизайнерской индустрии. Он разработал высокоточные макеты, 3D-рендеры упаковки и рекламной продукции, а также цифровые активы. Его исследовательский подход позволил ему участвовать в запуске новых продуктов, отличающихся функциональностью и эстетикой.



Г-жа Moffitt, Laura

- Директор по дизайну упаковки в L'Oréal, Лос-Анджелес, США
- Старший дизайнер (Youth To The People) в L'Oréal
- Дизайнер упаковки в L'Oréal
- Дизайнер упаковки в Youth To The People
- Старший визуальный дизайнер Beats by Dr. Dre (Apple)
- Графический дизайнер в FAM Brands
- Стажер по графическому дизайну в Dibujando de memoria
- Стажер по маркетингу в Bonhams
- Специалист по графическому дизайну в Институте Пратта
- Степень бакалавра в области коммуникационного дизайна, специализация «Графический дизайн» в Институте Пратта

“

*Благодаря TECH вы
сможете учиться у лучших
мировых профессионалов”*

Руководство



Д-р Гарсия Баррига, Мария

- ♦ Докторская степень в области дизайна и маркетинговых данных
- ♦ Коммуникатор в телевизионной сети RTVE
- ♦ Коммуникатор в Telemadrid
- ♦ Преподаватель университета
- ♦ Автор книги "Узор вечности: создание спиральной идентичности для автоматизации модных тенденций"
- ♦ Коммуникации, маркетинг и социальные кампании. Наследие искусства - цифровой маркетинг
- ♦ Главный редактор. Chroma Press
- ♦ Исполнительный директор по маркетингу и социальным сетям. Servicescom
- ♦ Редактор веб-контента. Издательство Premium Difusión, Газета век XXI и Журнал менеджеров
- ♦ Доктор в области дизайна и маркетинговых данных. Политехнический университет Мадрида
- ♦ Степень бакалавра в области информационных наук, коммуникаций, маркетинга и рекламы. Мадридский университет Комплутенсе
- ♦ Последипломная подготовка в области маркетинга и коммуникации в компаниях моды и роскоши Мадридский университет Комплутенсе
- ♦ Сертификат по анализу данных и креативности с Python в Китае
- ♦ MBA Fashion Business School, Школа бизнеса моды Университета Наварры

Преподаватели

Г-жа Меринеро Гомес, Эстер

- ♦ Арт-директор Международной художественной ярмарки Arco
- ♦ Художественное руководство в таких проектах, как галерея The Koppel Project и в "Коста-дель-Соль"
- ♦ Степень изобразительного искусства в **Колледже искусств** Челси, Университет Челси, Великобритания
- ♦ Степень магистра в области скульптуры в Королевском колледже искусств Лондона

Г-жа Сигуэнса, Эва

- ♦ Консультант в агентстве по коммуникациям и связям с общественностью в секторе стиля жизни
- ♦ Координатор по связям с общественностью в Пенайре
- ♦ Консультант по маркетингу и связям с общественностью в OmnicomPRGroup
- ♦ Менеджер по работе с клиентами в агентстве TTPR
- ♦ Исполнительный директор по работе с клиентами в Ogilvy Public Relations Worldwide
- ♦ Специалист по проведению кампаний для сектора роскоши и часового дела, с такими клиентами, как Panerai
- ♦ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью. Европейский университет г. Мадрида
- ♦ Степень магистра в области цифрового маркетинга и электронной коммерции в EAE Business School

Д-р Гарголес Саэс, Паула

- ♦ Доктор, исследователь и консультант, специалист по моде, коммуникации и устойчивому развитию
- ♦ Преподаватель-исследователь в школе коммуникаций и руководитель Академии корпоративных коммуникаций в Панамериканском университете, Мехико
- ♦ Консультант по вопросам коммуникации и устойчивого развития в Ethical Fashion Space, Мехико
- ♦ Журналист моды в агентстве Europa Press и цифровом журнале Asmoda
- ♦ Специалист по моде в Технологическом институте моды в Нью-Йорке и на выставке Future Concept Lab в Милане
- ♦ Преподаватель кафедры коммуникации по специальности "Коммуникация и управление модой" в Университетском центре Вильянуэва и в ISEM Fashion Business School
- ♦ Степень доктора с отличием в области прикладной креативности в Университете Наварры, тема ее диссертации: "Репутационная модель для сектора моды"
- ♦ Степень бакалавра журналистики. Мадридский университет Комплутенсе
- ♦ Магистр делового администрирования в ISEM Fashion Business School

Г-жа Миньяна Грау, Мари Кармен

- ♦ Дизайнер по текстилю в Petite Antoinette
- ♦ Дизайнер в Donzis Estudios
- ♦ Дизайнер в Summon Press
- ♦ Художник по выкройкам в Valentín Herraiz
- ♦ Степень бакалавра в области дизайна одежды в Barreira Arte y Diseño
- ♦ Эксперт в области цифрового дизайна с использованием Adobe Illustrator
- ♦ Специалист по созданию лекал, крою и пошиву валенсийской одежды в Aitex Paterna.

Г-жа Масиас, Лола

- ◆ Консультант по интернационализации в компаниях в Thinking Out
- ◆ Консультант по интернационализации, одобренный Валенсийским институтом конкурентоспособности бизнеса
- ◆ Координатор Обсерватории текстильного рынка. AITEX
- ◆ Преподаватель международной торговли и маркетинга и рекламы в Европейском университете Валенсии
- ◆ Преподаватель интернационализации и стратегического управления бизнесом в Университете CEU Карденаль Эррера
- ◆ Степень доктора в области маркетинга Университета Валенсии
- ◆ Степень бакалавра в области делового администрирования и управления в Университете Валенсии
- ◆ Степень магистра в области менеджмента и управления коммерческими компаниями университета Парижа
- ◆ Степень магистра в области подготовки учителей для средней школы и профессионального обучения в Католическом университете Валенсии
- ◆ Степень магистра в области моды, управления дизайном и операционной деятельности в AITEX





Г-жа Ромеро Моненте, Бегонья

- ◆ Личный наставник и коуч для предпринимателей
- ◆ Лектор и преподаватель на различных курсах по управлению розничной торговлей, цифровому маркетингу и управлению людьми
- ◆ Управляющий директор агентства Young Promotion, где она создала услугу Personal Shopper в аэропортах Испании и специализировалась на проведении рекламных кампаний в магазинах Duty Free, с такими клиентами, как AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc и др.
- ◆ Координатор в Ассоциации агентств по продвижению аэропортов
- ◆ Радиоведущая, редактор и менеджер по связям с общественностью в различных СМИ
- ◆ Степень бакалавра журналистики Университета Малаги
- ◆ Степень бакалавра в области рекламы и связей с общественностью в Открытом Университете Каталонии
- ◆ MBA в ISEM Fashion Business School Университета Наварры
- ◆ Сертифицированный коуч Европейской школы коучинга

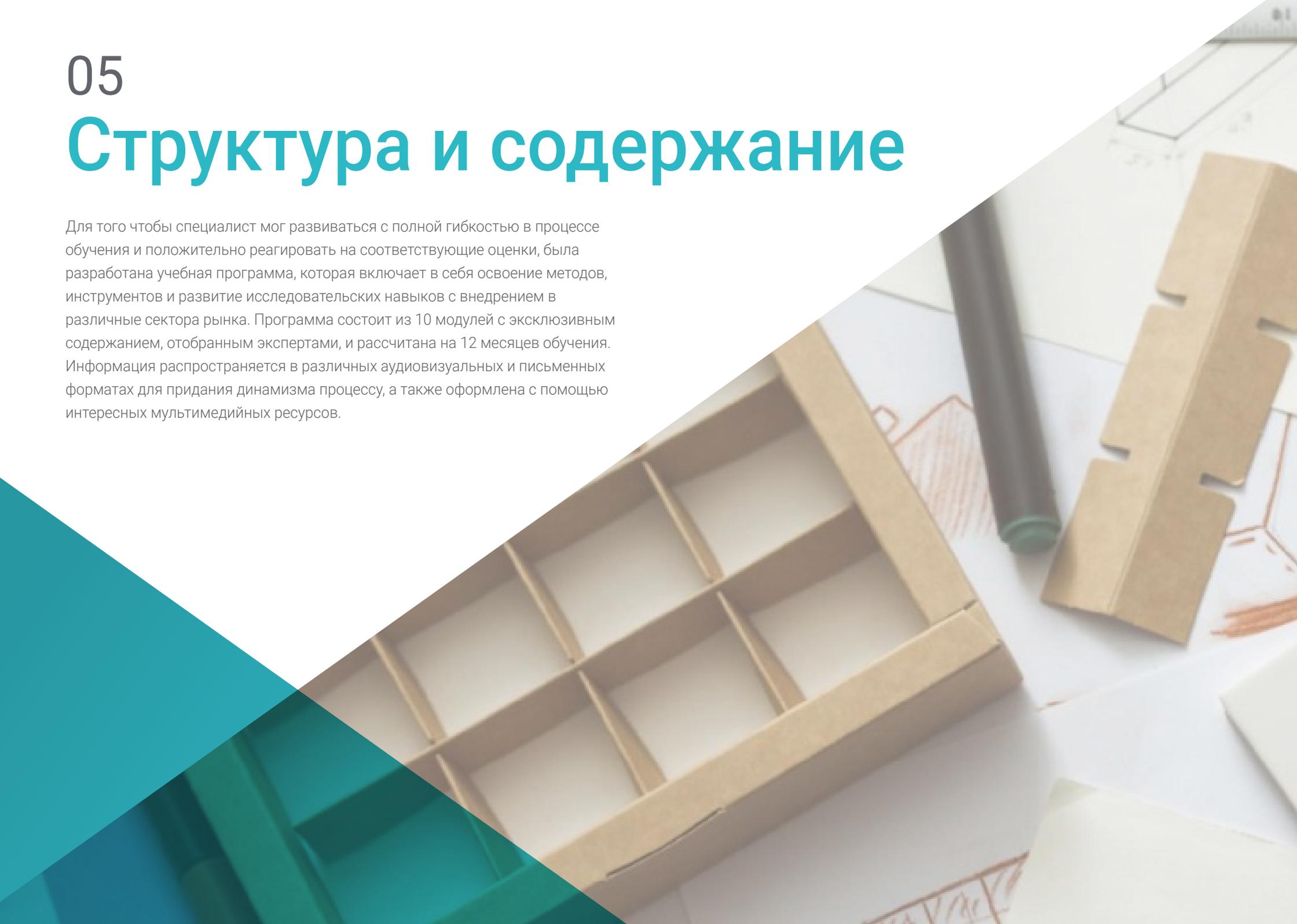
Г-н Ольгерас, Хавьер

- ◆ Планировщик управления цепочками поставок Zalando
- ◆ Бизнес-аналитик компании Apple в ее штаб-квартире в Ирландии
- ◆ Менеджер по маркетингу в компании Kellogg's
- ◆ Планировщик доходов и развития продаж в Mondelez International
- ◆ Менеджер по исполнению в Colgate-Palmolive
- ◆ Степень магистра в области *больших данных* и бизнес-аналитики в школе промышленных организаций
- ◆ Степень магистра в области промышленной инженерии в Университете Вальядолида
- ◆ Степень бакалавра экономики в Национальном университете дистанционного образования

05

Структура и содержание

Для того чтобы специалист мог развиваться с полной гибкостью в процессе обучения и положительно реагировать на соответствующие оценки, была разработана учебная программа, которая включает в себя освоение методов, инструментов и развитие исследовательских навыков с внедрением в различные сектора рынка. Программа состоит из 10 модулей с эксклюзивным содержанием, отобранным экспертами, и рассчитана на 12 месяцев обучения. Информация распространяется в различных аудиовизуальных и письменных форматах для придания динамизма процессу, а также оформлена с помощью интересных мультимедийных ресурсов.



“

Разнообразие форматов, в которых представлено содержание, придает динамичность и быстроту процессу обучения. Все это доступно благодаря 100% онлайн-методике, основанной на Relearning”

Модуль 1. Дизайн и иллюстрация с Adobe Illustrator

- 1.1. Подготовка рабочего пространства
 - 1.1.1. Что такое векторная графика?
 - 1.1.2. Новый документ. Рабочее пространство
 - 1.1.3. Интерфейс
- 1.2. Рабочая зона
 - 1.2.1. Доступные средства
 - 1.2.2. Правила, руководства. Решетки
 - 1.2.3. Рабочие столы
- 1.3. Контурсы
 - 1.3.1. Геометрическая фигура
 - 1.3.2. Выбор и прямой выбор
 - 1.3.3. Контур
- 1.4. Цвет
 - 1.4.1. Цвет и пипетки
 - 1.4.2. Карандаш
 - 1.4.3. Кисть
- 1.5. Изменение форм
 - 1.5.1. Черновик, ножницы и ножик
 - 1.5.2. Деформация, масштабирование и искажение
 - 1.5.3. Выравнивание и группирование. Слои
- 1.6. Цвет и атрибуты заливки
 - 1.6.1. Ручка
 - 1.6.2. Интерактивные управляющие элементы и опорные точки
 - 1.6.3. Библиотеки цвета
- 1.7. Формы
 - 1.7.1. Градиент и прозрачность. Слияние
 - 1.7.2. Pathfinder
 - 1.7.3. Интерактивная трассировка

- 1.8. Буквы
 - 1.8.1. Установка менеджера шрифтов и шрифтов. Характер и параграф
 - 1.8.2. Текстовый инструмент
 - 1.8.3. Контур, изменение и деформация текста. Расширение и прокрутка
- 1.9. Хроматический диапазон
 - 1.9.1. Хроматический диапазон
 - 1.9.2. Типография и иерархия. Текстово-графические логотипы
 - 1.9.3. Создание шаблона и образца
- 1.10. Окончательное художественное оформление
 - 1.10.1. Бумажные и веб-форматы
 - 1.10.2. Экспортировать для печати
 - 1.10.3. Экспорт на цифровые носители

Модуль 2. Векторная иллюстрация упаковки в Adobe Illustrator

- 2.1. Векторные графические данные
 - 2.1.1. Новый документ. Рабочее пространство
 - 2.1.2. Общие инструменты
 - 2.1.3. Цвет
- 2.2. Окончательное художественное оформление
 - 2.2.1. Бумажные и веб-форматы
 - 2.2.2. Экспортировать для печати
 - 2.2.3. Экспорт на цифровые носители
- 2.3. Инструменты для иллюстрации AI
 - 2.3.1. Комбинации инструментов для иллюстраций в AI
 - 2.3.2. Векторные композиции
 - 2.3.3. Типографика
- 2.4. Цифровая иллюстрация
 - 2.4.1. Ссылки на иллюстрации AI
 - 2.4.2. Векторная трассировка и ее производные
 - 2.4.3. Применение иллюстраций в упаковке (*In Focus: Dieline*)

- 2.5. Источники
 - 2.5.1. Оптимизация времени (страницы с бесплатными AI мотивами)
 - 2.5.2. Версии и модификации (векторный рисунок)
 - 2.5.3. Преимущества AI перед Photoshop в цифровой иллюстрации
- 2.6. Форматы
 - 2.6.1. Дизайн по заранее определенному формату
 - 2.6.2. Создание формата с 0
 - 2.6.3. Новые форматы и приложения
- 2.7. Материалы
 - 2.7.1. Типичные материалы и их применение
 - 2.7.2. Упаковка как предмет желания
 - 2.7.3. Новые материалы
- 2.8. Физическая упаковка
 - 2.8.1. Ярлыки
 - 2.8.2. Коробки
 - 2.8.3. Благодарственные заметки/приглашения
 - 2.8.4. Упаковки
- 2.9. Цифровая упаковка
 - 2.9.1. *News Letters*
 - 2.9.2. *Баннеры* и веб-страницы
 - 2.9.3. Инстаграм-формат
- 2.10. *Мокап*
 - 2.10.1. Интеграция *мокапа*
 - 2.10.2. Порталы бесплатных *мокапов*
 - 2.10.3. Использование *мокапов*
 - 2.10.4. Создание собственного *мокапа*

Модуль 3. Экодизайн: материалы для дизайна упаковки

- 3.1. Устойчивость: новая движущая сила дизайна
 - 3.1.1. Три составляющие устойчивости: социальная, экологическая и экономическая
 - 3.1.2. Устойчивость в рамках бизнес-модели
 - 3.1.3. Устойчивость, включенная в весь процесс производства упаковки: от дизайна до переработки
- 3.2. Циркулярная экономика в сфере упаковки
 - 3.2.1. Цикличность в эстетической среде
 - 3.2.2. Применение циркулярной экономики в упаковке
 - 3.2.3. Проблемы циркулярной экономики в сфере упаковки
- 3.3. Устойчивый дизайн упаковки
 - 3.3.1. Цели устойчивого дизайна
 - 3.3.2. Проблемы устойчивого дизайна
 - 3.3.3. Проблемы устойчивого дизайна
- 3.4. Устойчивые материалы
 - 3.4.1. Упаковка, изготовленная из материалов натурального происхождения
 - 3.4.2. Упаковка из компостируемых материалов
 - 3.4.3. Упаковка, изготовленная из биоразлагаемых материалов
- 3.5. Использование пластмассы
 - 3.5.1. Влияние пластмассы на окружающий мир
 - 3.5.2. Альтернативы пластмассе
 - 3.5.3. Переработанная пластмасса
- 3.6. Устойчивые производственные процессы
 - 3.6.1. Устойчивые процессы в социальном измерении
 - 3.6.2. Устойчивые процессы в экологическом измерении
 - 3.6.3. Устойчивые процессы в экономическом и управленческом измерении
- 3.7. Переработка
 - 3.7.1. Переработанные материалы
 - 3.7.2. Процесс переработки
 - 3.7.3. Цена вторичной переработки в упаковке

- 3.8. Дизайн упаковки для переработки и повторного использования
 - 3.8.1. Вторая жизнь упаковки
 - 3.8.2. Дизайн для вторичной переработки
 - 3.8.3. Дизайн для повторного использования
- 3.9. Оптимизация упаковки и универсальность
 - 3.9.1. Когда меньше - больше в упаковке?
 - 3.9.2. Как уменьшить упаковку без потери ценности бренда?
 - 3.9.3. Когда можно отказаться от упаковки без потери ценности бренда?
- 3.10. Как добиться большей осознанности в использовании упаковки среди потребителей?
 - 3.10.1. Образовательная сфера
 - 3.10.2. Осознанность
 - 3.10.3. Вовлечение потребителя в процесс упаковки

Модуль 4. Структура упаковки

- 4.1. Иллюстрация упаковки
 - 4.1.1. Культура упаковки (резонанс)
 - 4.1.2. Функции цифровой упаковки
 - 4.1.3. Цели дизайна упаковки
- 4.2. Структурная композиция
 - 4.2.1. Выбор формы (структура)
 - 4.2.2. Соответствие цветов
 - 4.2.3. Текстура в 2D
- 4.3. Выразительные техники
 - 4.3.1. Особые иллюстрации
 - 4.3.2. Абстрактные иллюстрации
 - 4.3.3. Юмор в упакованных продуктах
- 4.4. Методы визуального представления
 - 4.4.1. Ассоциации
 - 4.4.2. Символические метафоры
 - 4.4.3. Визуальные гиперболы, преувеличения (*In Focus: визуальная иерархия*)

- 4.5. Концептуальное проектирование
 - 4.5.1. Демографическое и этнографическое исследование
 - 4.5.2. Исследования в области розничной торговли и цифровых технологий
 - 4.5.3. Концепция бренда, дизайн упаковки (*In Focus: культурная карта*)
- 4.6. Элементы дизайна упаковки
 - 4.6.1. Панель визуализации
 - 4.6.2. Образ бренда
 - 4.6.3. Концептуальная доска (*In Focus: название продукта и название бренда*)
- 4.7. Шрифт
 - 4.7.1. Типографика
 - 4.7.2. Расстояние между строками
 - 4.7.3. Принципы типографики *In Focus: типографика и технология*)
- 4.8. Этапы дизайна упаковки
 - 4.8.1. Структура проекта и брифинга
 - 4.8.2. Коммуникация стратегии
 - 4.8.3. Доработка дизайна и предварительное производство (*In Focus: для кого предназначена продукция в роскошной упаковке?*)
- 4.9. Сенсориальный опыт
 - 4.9.1. Как звучит упаковка?
 - 4.9.2. Тактильность в 2D
 - 4.9.3. Сенсорная оценка (*In Focus: виртуальный сенсорный опыт*)
- 4.10. Виртуальная упаковка
 - 4.10.1. Упаковка в метавселенной
 - 4.10.2. Роскошные бренды
 - 4.10.3. Аудиовизуальные материалы, включенные в упаковку (*In Focus: распаковка в метавселенной*)



Модуль 5. Упаковка ювелирных изделий и косметики

- 5.1. Конкурентоспособность косметического сектора
 - 5.1.1. Потребности потребителя упаковки
 - 5.1.2. Широкий спектр косметических брендов
 - 5.1.3. Дизайн упаковки как дифференцирующая ценность в косметическом секторе
- 5.2. Стили в косметическом дизайне
 - 5.2.1. Женственный дизайн
 - 5.2.2. Мужской дизайн
 - 5.2.3. Негендерный дизайн
- 5.3. Дизайн упаковки крема и мыла
 - 5.3.1. Определение линий: круглые или квадратные?
 - 5.3.2. Персонализация лицевой стороны
 - 5.3.3. Смелые узоры vs. Трезвые узоры
- 5.4. Безопасность и защита кремов
 - 5.4.1. Сохранение антиоксидантов
 - 5.4.2. Риски, связанные с плохой упаковкой
 - 5.4.3. Непрозрачность упаковки?
- 5.5. Ароматы
 - 5.5.1. Натуральные ингредиенты
 - 5.5.2. Упаковка для парфюмерии: цветная или стеклянная
 - 5.5.3. Структура бутылки
- 5.6. Дизайн упаковки для косметики
 - 5.6.1. Иллюстрация на коробках с тенями для век
 - 5.6.2. Специальные выпуски
 - 5.6.3. Цветочный стиль vs. Минималистичный стиль
- 5.7. Тенденции в области упаковки во всем упаковочном процессе
 - 5.7.1. Внешняя упаковка - пакет
 - 5.7.2. Внутренняя упаковка - коробка
 - 5.7.3. Упаковка продукта - бутылка

- 5.8. Креативная экспериментальная упаковка
 - 5.8.1. Драгоценный камень как уникальное изделие
 - 5.8.2. Изысканность и элегантность
 - 5.8.3. Волшебная шкатулка
 - 5.9. Выбор цвета в дизайне упаковки ювелирных изделий
 - 5.9.1. Классическая палитра
 - 5.9.2. Цвет золота и его символика
 - 5.9.3. Металл, холодный и бесцветный материал
 - 5.10. Дизайн коробок для ювелирных изделий
 - 5.10.1. Резка по дереву: кромки и отсеки
 - 5.10.2. Подкладка из ткани или бархата
 - 5.10.3. Дизайн презентации ювелирных изделий
 - 5.11. Роскошная упаковка для ювелирных изделий
 - 5.11.1. Кожаная упаковка
 - 5.11.2. Использование лент и атласа
 - 5.11.3. Место для логотипа
- Модуль 6. Упаковка деликатесной продукции и вин**
- 6.1. Основы упаковки деликатесной продукции
 - 6.1.1. Практический и эстетический дизайн
 - 6.1.2. Использование стекла и картона
 - 6.1.3. Эргономика упаковки
 - 6.2. Информационная архитектура
 - 6.2.1. Приоритет: эстетический или функциональный
 - 6.2.2. Взаимодополняющие ценности
 - 6.2.3. Сообщение, которое должно быть передано
 - 6.3. Дизайн логотипа
 - 6.3.1. Изотип
 - 6.3.2. Изологотип
 - 6.3.3. Этикетка
 - 6.4. Незаменимый материал для упаковки деликатесной продукции и вин
 - 6.4.1. Обозначение происхождения
 - 6.4.2. Описание продукта
 - 6.4.3. Особые знаки качества
 - 6.5. Свойства вина и деликатесных продуктов
 - 6.5.1. Сохранение качества
 - 6.5.2. Сохранение вкуса
 - 6.5.3. Презентация
 - 6.6. Личность брендов деликатесной продукции и вин
 - 6.6.1. Семейное наследие
 - 6.6.2. Вдохновляя хорошие моменты
 - 6.6.3. Чувство вкуса проникает через зрение
 - 6.7. Этикетка
 - 6.7.1. Типология бумаги
 - 6.7.2. Свойства бумаги
 - 6.7.3. Дополнительная информация (*In Focus: использование переработанной бумаги для создания этикеток*)
 - 6.8. Пробка
 - 6.8.1. Качество пробки
 - 6.8.2. Натуральная пробка, пробка *twin-top*, агломерированная и кольматированная пробка
 - 6.8.3. Печать на пробке (Procork, T-Cork, Cava или Multipiece)
 - 6.9. Стекло
 - 6.9.1. Модели и формы для работы со стеклом
 - 6.9.2. Высота и цвет бутылки
 - 6.9.3. Конструкция защитных герметизирующих капсул
 - 6.10. Упаковка деликатесной продукции
 - 6.10.1. Представленный продукт
 - 6.10.2. Четкая, разборчивая и аккуратная маркировка
 - 6.10.3. Дизайн свежести

Модуль 7. Упаковка и дизайн в сфере товаров повседневного спроса

- 7.1. Прозрачность упаковки продуктов питания
 - 7.1.1. Упаковка здоровья
 - 7.1.2. Пластиковая упаковка для пищевых продуктов и биоразлагаемые материалы
 - 7.1.3. Полимеры
- 7.2. Новые виды упаковки для продуктов питания
 - 7.2.1. Биополимеры
 - 7.2.2. Органические кислоты
 - 7.2.3. Индикаторы газа и температуры
- 7.3. Нано-упаковка
 - 7.3.1. Наночастицы
 - 7.3.2. Наноматериалы
 - 7.3.3. Наноэмульсии
- 7.4. Настоящее упаковки товаров повседневного спроса
 - 7.4.1. Активная упаковка
 - 7.4.2. Интеллектуальная упаковка
 - 7.4.3. Умная упаковка
- 7.5. Массовое производство
 - 7.5.1. Упаковка и распределение
 - 7.5.2. Первичная упаковка
 - 7.5.3. Вторичная упаковка (пример: коробки Kellogg's)
- 7.6. Внешний вид товаров повседневного спроса
 - 7.6.1. Фотография еды
 - 7.6.2. Инструктивные иллюстрации
 - 7.6.3. Эффективный дизайн
- 7.7. Интерактивная упаковка
 - 7.7.1. Функциональность интерактивной упаковки
 - 7.7.2. Виды интерактивной упаковки
 - 7.7.3. Интерактивные отношения

- 7.8. Дизайн упаковки для пищевых продуктов
 - 7.8.1. Форма и размер
 - 7.8.2. Свежие или обработанные продукты
 - 7.8.3. Дизайн в маркировке продукции
- 7.9. Коммерческая упаковка
 - 7.9.1. От категории обыденного к категории премиум
 - 7.9.2. Функциональный дизайн с изюминкой
 - 7.9.3. Массовая персонализация
- 7.10. Оценка дизайна упаковки
 - 7.10.1. Понятно ли, что представляет собой ваш продукт?
 - 7.10.2. Является ли он честным представлением продукта?
 - 7.10.3. Как продукт будет выглядеть в магазине или в 3D?
 - 7.10.4. Универсальность

Модуль 8. Маркетинг и брендинг для разработки упаковки

- 8.1. Искусственный интеллект в сфере дизайна упаковки
 - 8.1.1. Активация креативности данных
 - 8.1.2. Методы дифференциации
 - 8.1.3. Редизайн и оценка
- 8.2. Брендинг для «оберток»
 - 8.2.1. Идентичность бренда
 - 8.2.2. Дизайн на основе брендинга
 - 8.2.3. Экономическое воздействие брендинга на упаковку
- 8.3. Цифровая стратегия
 - 8.3.1. Бизнес-стратегии, связанные с идентичностью
 - 8.3.2. Реклама
 - 8.3.3. Оценка позиционирования
- 8.4. Процесс, основанный на данных
 - 8.4.1. Управление визуальной коммуникацией с помощью данных
 - 8.4.2. Сбор и отбор данных
 - 8.4.3. Анализ данных

- 8.5. Потребительские привычки в премиум-классе
 - 8.5.1. Ключевые маркетинговые показатели
 - 8.5.2. Ключевые показатели упаковки
 - 8.5.3. Создание последовательных паттернов
- 8.6. Инновации в сфере упаковки
 - 8.6.1. Управление креативностью
 - 8.6.2. Методы прогнозирования
 - 8.6.3. Моделирование инновационных сценариев
- 8.7. Использование больших данных для создания иконы
 - 8.7.1. Рынок упаковки
 - 8.7.2. Потребитель упаковки
 - 8.7.3. Сегментация и ценность
- 8.8. Создание ценности со временем
 - 8.8.1. Стратегии лояльности
 - 8.8.2. Поколение амбассадоров
 - 8.8.3. Эффективный менеджмент коммуникации
- 8.9. Пользовательский опыт
 - 8.9.1. Цифровая среда
 - 8.9.2. Формирование вовлеченности
 - 8.9.3. Сообщения
- 8.10. Управление проектами
 - 8.10.1. Подготовка брифинга
 - 8.10.2. Стратегическая коммуникация
 - 8.10.3. Коммуникация ценности

Модуль 9. Креативное управление

- 9.1. Эволюция упаковки
 - 9.1.1. Визуальная коммуникация
 - 9.1.2. Спекулятивная история упаковки
 - 9.1.3. Эстетические основания
- 9.2. Нарратива продукта
 - 9.2.1. Определить его историю. Каково его сообщение?
 - 9.2.2. Определить основную аудиторию
 - 9.2.3. Диалог между брендом и потребителем
- 9.3. Стратегия бренда
 - 9.3.1. Брифинги
 - 9.3.2. Собственные механизмы и языки
 - 9.3.3. Материалы исследования. Тенденции
- 9.4. Мастер-класс по спекуляции
 - 9.4.1. Искусство и пространство. Объем
 - 9.4.2. Физическое пространство I. Игра, время и случай
 - 9.4.3. Цифровое пространство I. Виртуальное моделирование
- 9.5. Среда продукции
 - 9.5.1. Помещения и их расположение
 - 9.5.2. Физическое пространство II
 - 9.5.3. Цифровое пространство II
- 9.6. Техническое творчество
 - 9.6.1. Состав
 - 9.6.2. Игра слов «изысканный труп». Множественность образов
 - 9.6.3. Гиперграфика. График, примененный к пространству
- 9.7. Производство и разработка упаковки
 - 9.7.1. Материалы как сообщение
 - 9.7.2. Традиционные и современные техники
 - 9.7.3. Для чего используется изображение?

- 9.8. *Художественное управление*
 - 9.8.1. Применение описания продукта
 - 9.8.2. Цветовая гамма и ее значение
 - 9.8.3. Определить рекламный подход
- 9.9. *Постпроизводство*
 - 9.9.1. Фотография
 - 9.9.2. Освещение
 - 9.9.3. Эффекты
- 9.10. *Предпринимательский проект*
 - 9.10.1. Портфолио
 - 9.10.2. Instagram
 - 9.10.3. Размышление. *Воркшоп*

Модуль 10. Оперативная разработка упаковки

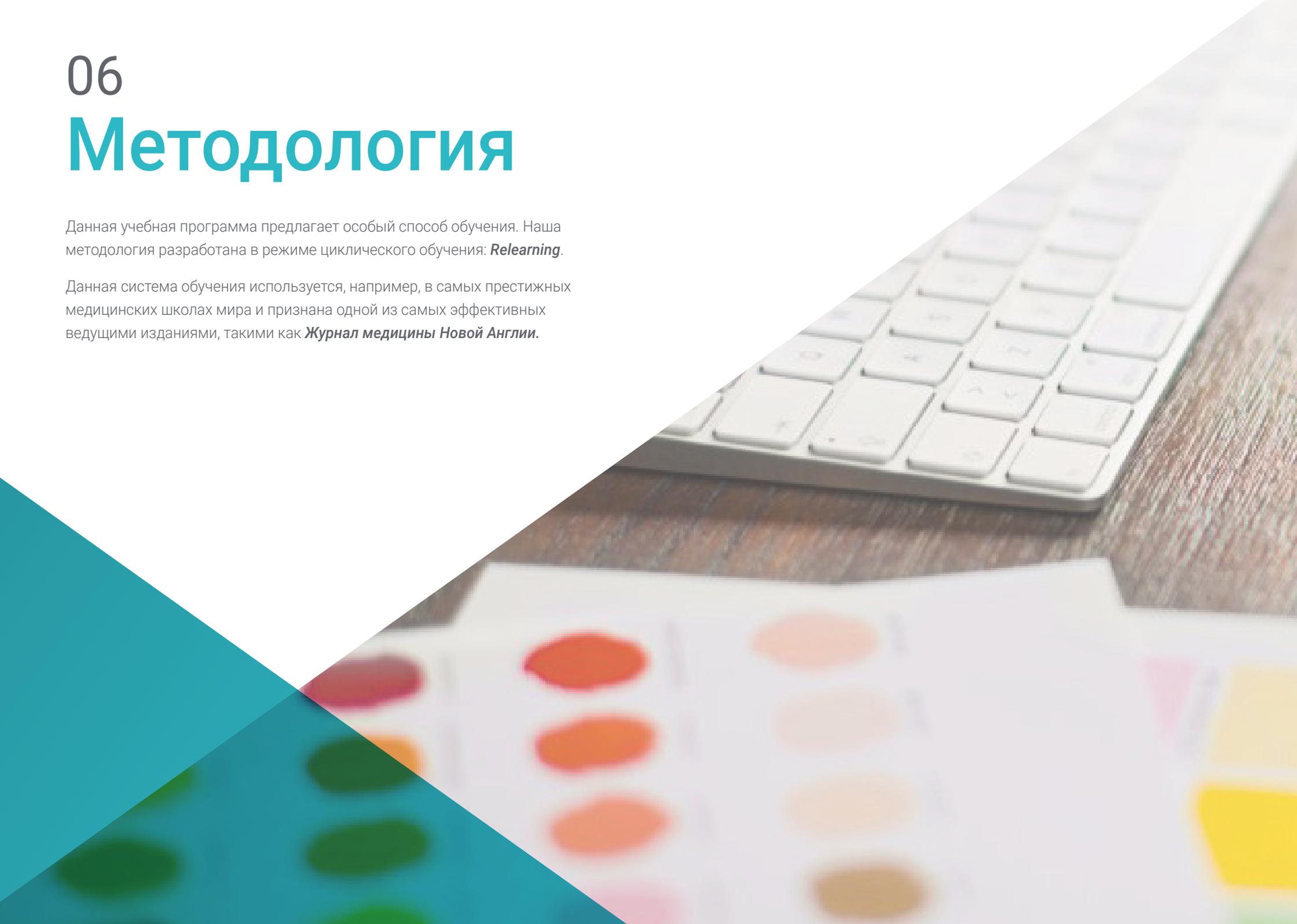
- 10.1. *Производственная цепочка создания стоимости упаковки*
 - 10.1.1. Жизненный цикл «упаковки»
 - 10.1.2. Функциональность
 - 10.1.3. Роль дизайна в цепочке поставок
- 10.2. *Склад упаковки*
 - 10.2.1. Хранение
 - 10.2.2. Распространение: контроль и отслеживание
 - 10.2.3. Интеграция работоспособности в дизайн
- 10.3. *Розничная торговля и электронная коммерция*
 - 10.3.1. Новая реальность упаковки в физических магазинах
 - 10.3.2. *Концептуальные магазины*
 - 10.3.3. *Дизайн упаковки для доставки на дом (In Focus: стандартизация vs. персонализация)*
- 10.4. *Промышленная упаковка*
 - 10.4.1. Анализ затрат
 - 10.4.2. Пределы дизайна упаковки
 - 10.4.3. Оценка процесса упаковки
- 10.5. *Инновации в дизайне упаковки*
 - 10.5.1. Эволюция концепции упаковки
 - 10.5.2. Качество упаковки
 - 10.5.3. Управление поставками в онлайн-канале
- 10.6. *Стратегия упаковки*
 - 10.6.1. Первичная, вторичная и третичная упаковка в системе упаковки
 - 10.6.2. Производитель продукции и дизайнер упаковки
 - 10.6.3. *Принятие решений*
- 10.7. *Разработка концепции*
 - 10.7.1. *Техника OKR (Цели и ключевые результаты)*
 - 10.7.2. *Техники обрамления*
 - 10.7.3. *Техника canvas*
- 10.8. *Продукт дизайна*
 - 10.8.1. Прототипирование (*карта истории + живые данные*)
 - 10.8.2. Тестирование (*консьерж-тест + удобство пользования/ надежность/поведение*)
 - 10.8.3. Оценка
- 10.9. *Профессия дизайнера упаковки*
 - 10.9.1. *Заинтересованные стороны*
 - 10.9.2. Рабочая обстановка
 - 10.9.3. Рабочие отношения с клиентами

06

Методология

Данная учебная программа предлагает особый способ обучения. Наша методология разработана в режиме циклического обучения: **Relearning**.

Данная система обучения используется, например, в самых престижных медицинских школах мира и признана одной из самых эффективных ведущими изданиями, такими как **Журнал медицины Новой Англии**.



“

Откройте для себя методику Relearning, которая отвергает традиционное линейное обучение, чтобы показать вам циклические системы обучения: способ, который доказал свою огромную эффективность, особенно в предметах, требующих запоминания”

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

С TECH вы сможете познакомиться со способом обучения, который опровергает основы традиционных методов образования в университетах по всему миру”



Вы получите доступ к системе обучения, основанной на повторении, с естественным и прогрессивным обучением по всему учебному плану.



В ходе совместной деятельности и рассмотрения реальных кейсов студент научится разрешать сложные ситуации в реальной бизнес-среде.

Инновационный и отличный от других метод обучения

Эта программа TECH - интенсивная программа обучения, созданная с нуля, которая предлагает самые сложные задачи и решения в этой области на международном уровне. Благодаря этой методологии ускоряется личностный и профессиональный рост, делая решающий шаг на пути к успеху. Метод кейсов, составляющий основу данного содержания, обеспечивает следование самым современным экономическим, социальным и профессиональным реалиям.

“

Наша программа готовит вас к решению новых задач в условиях неопределенности и достижению успеха в карьере”

Метод кейсов является наиболее широко используемой системой обучения лучшими преподавателями в мире. Разработанный в 1912 году для того, чтобы студенты-юристы могли изучать право не только на основе теоретического содержания, метод кейсов заключается в том, что им представляются реальные сложные ситуации для принятия обоснованных решений и ценностных суждений о том, как их разрешить. В 1924 году он был установлен в качестве стандартного метода обучения в Гарвардском университете.

Что должен делать профессионал в определенной ситуации? Именно с этим вопросом мы сталкиваемся при использовании метода кейсов - метода обучения, ориентированного на действие. На протяжении всей программы студенты будут сталкиваться с многочисленными реальными случаями из жизни. Им придется интегрировать все свои знания, исследовать, аргументировать и защищать свои идеи и решения.

Методология *Relearning*

TECH эффективно объединяет метод кейсов с системой 100% онлайн-обучения, основанной на повторении, которая сочетает 8 различных дидактических элементов в каждом уроке.

Мы улучшаем метод кейсов с помощью лучшего метода 100% онлайн-обучения: *Relearning*.

В 2019 году мы достигли лучших результатов обучения среди всех онлайн-университетов в мире.

В TECH вы будете учиться по передовой методике, разработанной для подготовки руководителей будущего. Этот метод, играющий ведущую роль в мировой педагогике, называется *Relearning*.

Наш университет - единственный вуз, имеющий лицензию на использование этого успешного метода. В 2019 году нам удалось повысить общий уровень удовлетворенности наших студентов (качество преподавания, качество материалов, структура курса, цели...) по отношению к показателям лучшего онлайн-университета.





В нашей программе обучение не является линейным процессом, а происходит по спирали (мы учимся, разучиваемся, забываем и заново учимся). Поэтому мы дополняем каждый из этих элементов по концентрическому принципу. Благодаря этой методике более 650 000 выпускников университетов добились беспрецедентного успеха в таких разных областях, как биохимия, генетика, хирургия, международное право, управленческие навыки, спортивная наука, философия, право, инженерное дело, журналистика, история, финансовые рынки и инструменты. Наша методология преподавания разработана в среде с высокими требованиями к уровню подготовки, с университетским контингентом студентов с высоким социально-экономическим уровнем и средним возрастом 43,5 года.

Методика Relearning позволит вам учиться с меньшими усилиями и большей эффективностью, все больше вовлекая вас в процесс обучения, развивая критическое мышление, отстаивая аргументы и противопоставляя мнения, что непосредственно приведет к успеху.

Согласно последним научным данным в области нейронауки, мы не только знаем, как организовать информацию, идеи, образы и воспоминания, но и знаем, что место и контекст, в котором мы что-то узнали, имеют фундаментальное значение для нашей способности запомнить это и сохранить в гиппокампе, чтобы удержать в долгосрочной памяти.

Таким образом, в рамках так называемого нейрокогнитивного контекстно-зависимого электронного обучения, различные элементы нашей программы связаны с контекстом, в котором участник развивает свою профессиональную практику.

В рамках этой программы вы получаете доступ к лучшим учебным материалам, подготовленным специально для вас:



Учебные материалы

Все дидактические материалы создаются преподавателями специально для студентов этого курса, чтобы они были действительно четко сформулированными и полезными.

Затем вся информация переводится в аудиовизуальный формат, создавая дистанционный рабочий метод TECH. Все это осуществляется с применением новейших технологий, обеспечивающих высокое качество каждого из представленных материалов.



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

Так называемый метод обучения у эксперта укрепляет знания и память, а также формирует уверенность в наших будущих сложных решениях.



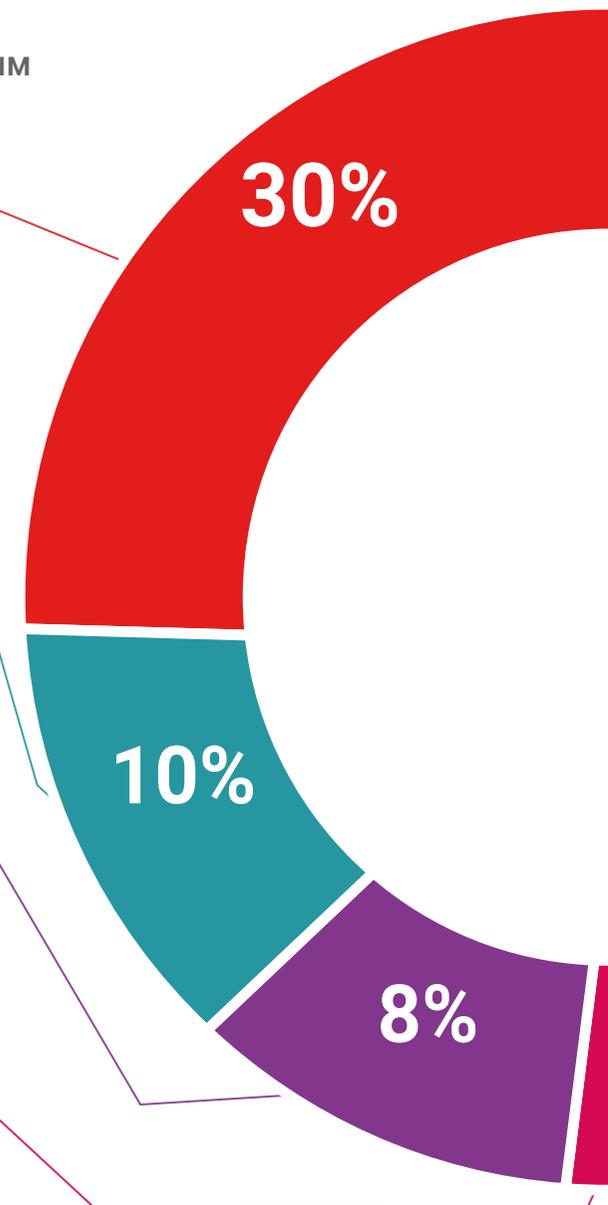
Практика навыков и компетенций

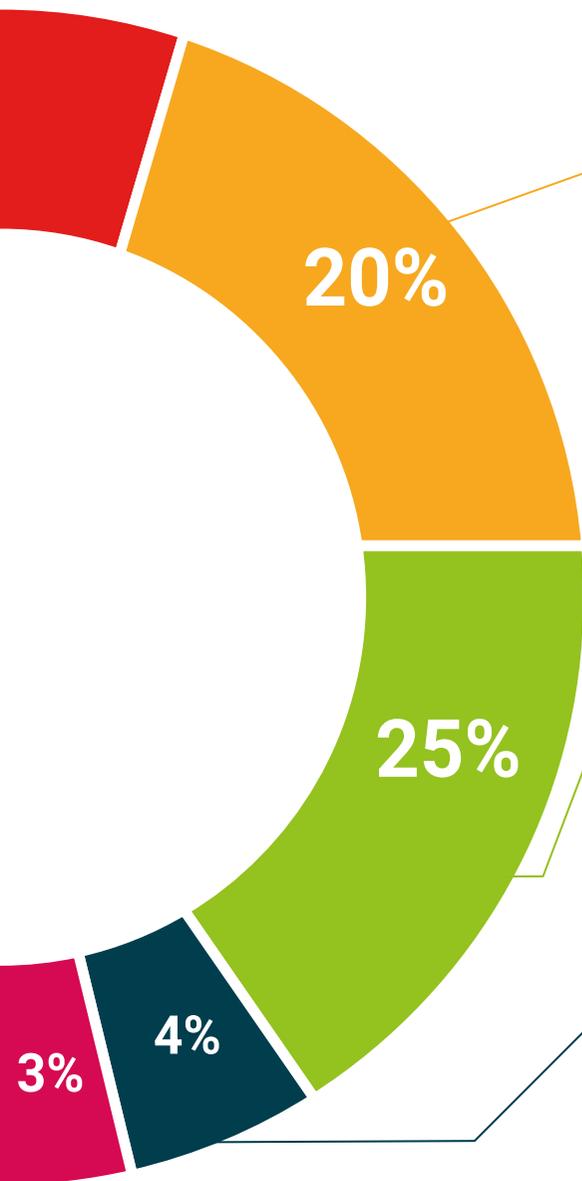
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

Новейшие статьи, консенсусные документы и международные руководства включены в список литературы курса. В виртуальной библиотеке TECH студент будет иметь доступ ко всем материалам, необходимым для завершения обучения.





Метод кейсов

Метод дополнится подборкой лучших кейсов, выбранных специально для этой квалификации. Кейсы представляются, анализируются и преподаются лучшими специалистами на международной арене.



Интерактивные конспекты

Мы представляем содержание в привлекательной и динамичной мультимедийной форме, которая включает аудио, видео, изображения, диаграммы и концептуальные карты для закрепления знаний.

Эта уникальная обучающая система для представления мультимедийного содержания была отмечена компанией Microsoft как "Европейская история успеха".



Тестирование и повторное тестирование

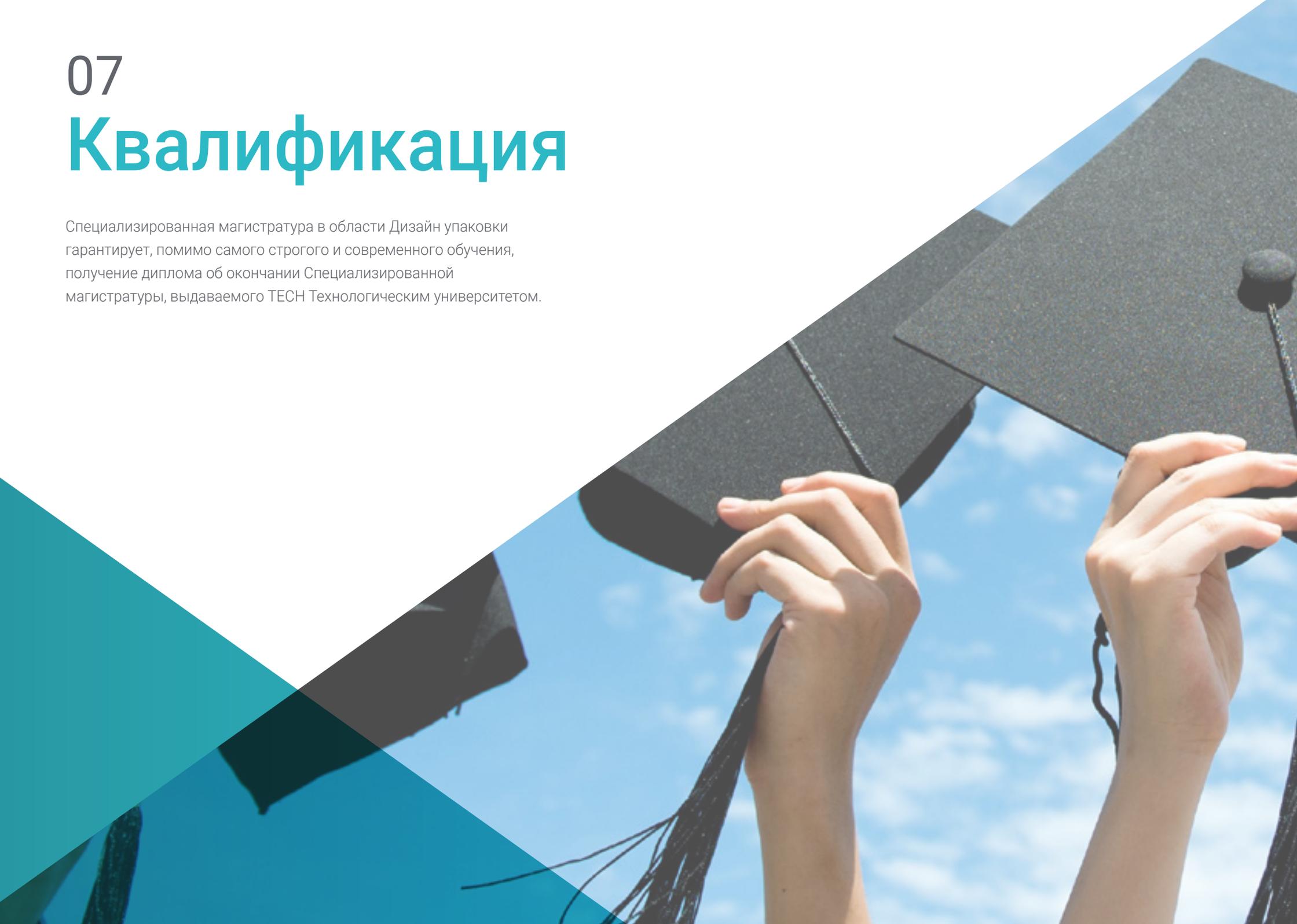
На протяжении всей программы мы периодически оцениваем и переоцениваем ваши знания с помощью оценочных и самооценочных упражнений: так вы сможете убедиться, что достигаете поставленных целей.



07

Квалификация

Специализированная магистратура в области Дизайн упаковки гарантирует, помимо самого строгого и современного обучения, получение диплома об окончании Специализированной магистратуры, выдаваемого TESH Технологическим университетом.



“

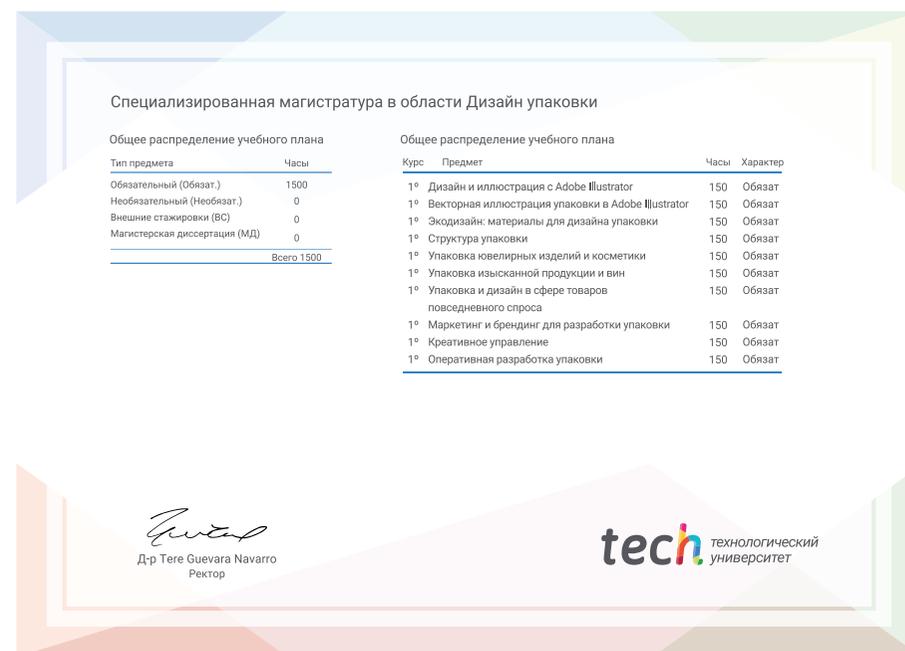
Успешно пройдите эту программу и получите университетский диплом без хлопот, связанных с поездками и оформлением документов”

Данная **Специализированная магистратура в области Дизайн упаковки** содержит самую полную и современную программу на рынке.

После прохождения аттестации студент получит по почте* с подтверждением получения соответствующий диплом **Специализированной магистратуры**, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**.

Диплом, выданный **ТЕСН Технологическим университетом**, подтверждает квалификацию, полученную в Специализированной магистратуре, и соответствует требованиям, обычно предъявляемым биржами труда, конкурсными экзаменами и комитетами по оценке карьеры.

Диплом: **Специализированная магистратура в области Дизайн упаковки**
Количество учебных часов: **1500 часов**



*Гаагский апостиль. В случае, если студент потребует, чтобы на его диплом в бумажном формате был проставлен Гаагский апостиль, TECH EDUCATION предпримет необходимые шаги для его получения за дополнительную плату.

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Специализированная
магистратура

Дизайн упаковки

- » Формат: онлайн
- » Продолжительность: 12 месяцев
- » Учебное заведение: ТЕСН Технологический университет
- » Режим обучения: 16ч./неделя
- » Расписание: по своему усмотрению
- » Экзамены: онлайн

Специализированная магистратура Дизайн упаковки

