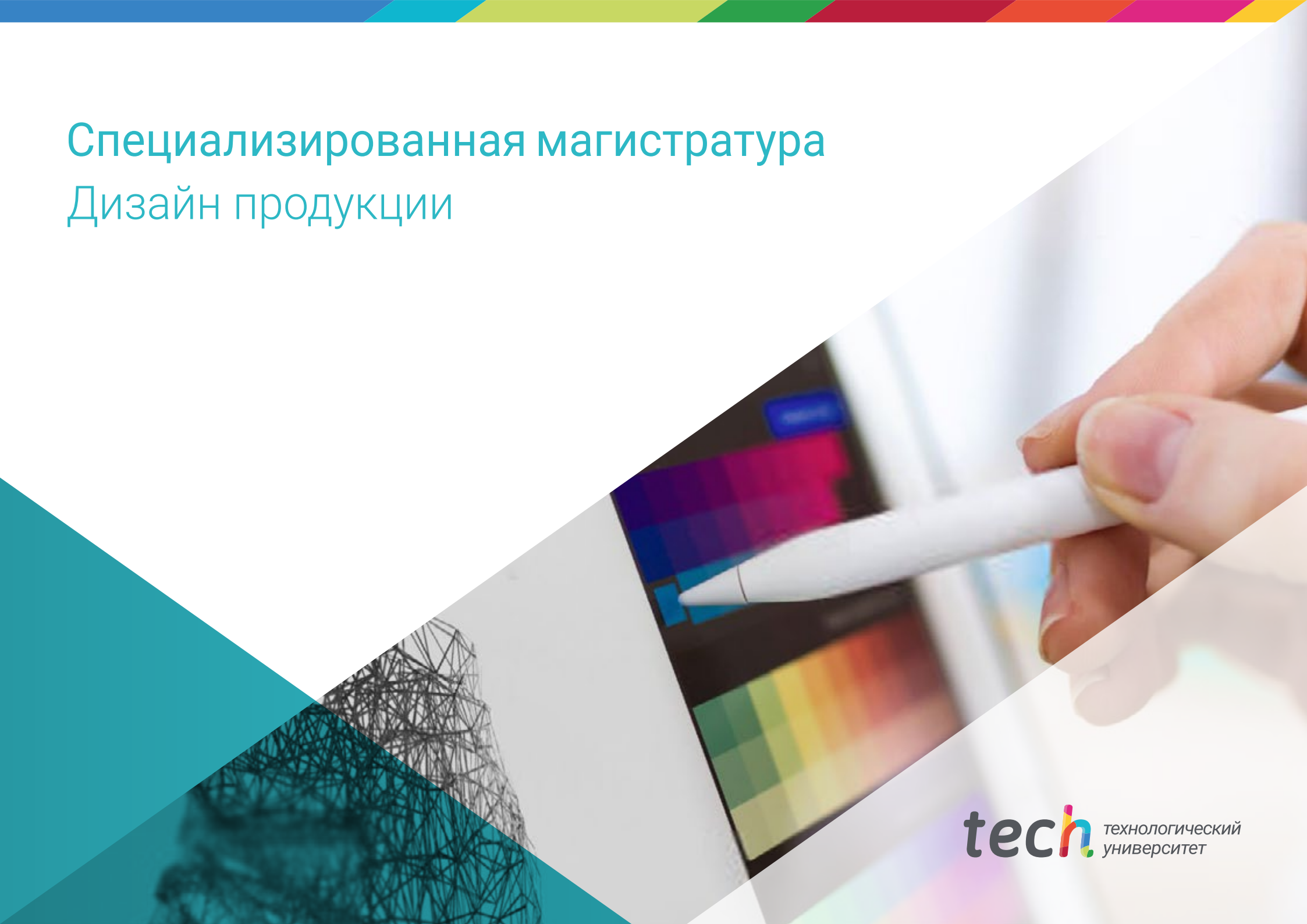


Специализированная магистратура

Дизайн продукции





Специализированная магистратура Дизайн продукции

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

Веб-доступ: www.techtitute.com/ru/design/professional-master-degree/master-product-design



Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Цели

стр. 8

03

Компетенции

стр. 14

04

Структура и содержание

стр. 18

05

Методология

стр. 30

06

Квалификация

стр. 38

01

Презентация

Дизайн продукта - это ключ к его востребованности на рынке и функциональности. Без надлежащего дизайна внешний вид, удобство использования и даже производство могут пострадать, что приведет к убыткам и задержкам для компании-производителя. По этой причине профиль профессионала, специализирующегося в этой области, становится все более востребованным, и крупные промышленные компании ищут экспертов, способных решить на современные задачи этой дисциплины. Благодаря этой программе дизайнер сможет узнать обо всех достижениях в этой области, подготовив себя к тому, чтобы оправдать ожидания современного требовательного рынка труда. Вы будете проходить программу с помощью лучшей методики онлайн-обучения, которая адаптируется к вашим личным обстоятельствам, позволяя вам выбирать время и место для учебы.



“

Эта программа подготовит вас к решению текущих и будущих задач в области дизайна продукции на основе методологии 100% дистанционного обучения, которая полностью адаптируется к вашим профессиональным и личным обстоятельствам”

За инструментами и устройствами, которыми миллионы людей пользуются каждый день, стоит обширная работа по планированию и дизайну. Каждый аспект физических и осязаемых элементов, используемых во всех сферах жизни, от транспортных средств до домашней и уличной мебели, ручек, смартфонов и, в конце концов, всех предметов повседневного использования, был тщательно проработан.

Такое внимание к деталям основано на нескольких веских аргументах: при правильном дизайне можно снизить затраты, повысить эффективность производства и сделать результат более привлекательным с коммерческой точки зрения. По этой причине данная профессиональная область приобретает все большее значение и является необходимой для многих компаний промышленного, текстильного и смежных секторов.

Таким образом, в настоящее время дизайнеры, ориентированные на эту область, могут рассчитывать на большие возможности трудоустройства, но для этого им необходимы лучшие знания и навыки в этой дисциплине. Данная Специализированная магистратура в области дизайна продукции дает студентам эти знания и навыки, интегрируя самые последние разработки в этой области в 10 специализированных модулях и углубляясь в такие актуальные вопросы, как цифровые технологии, основы маркетинга, дизайн для производства и устойчивый дизайн.

И все это с помощью системы онлайн-обучения, специально созданной для работающих профессионалов, поскольку она адаптируется к ним, позволяя им учиться откуда угодно и когда угодно, без неудобных поездок и жестких графиков.

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

- ♦ Разработка практических кейсов, представленных экспертами в области дизайна продукции
- ♦ 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 успеваемости
- ♦ Особое внимание уделяется инновационным методологиям
- ♦ Теоретические занятия, вопросы эксперту, дискуссионные форумы по спорным темам и самостоятельная работа
- ♦ Учебные материалы курса доступны с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет



Благодаря этой Специализированной магистратуре вы сможете глубже изучить ключевые аспекты устойчивого дизайна, оптимизируя производство ваших творений"

“

В этой программе собраны лучшие дидактические ресурсы: теоретические и практические занятия, видео, интерактивные конспекты, мастер-классы и т.д. Все, что нужно, чтобы стать отличным специалистом в области дизайна 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, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит профессионалам проходить обучение в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, основанный на 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 поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Вы узнаете о самых современных материалах для дизайна и возможностях их применения, что сразу же улучшит ваши профессиональные перспективы.

Система онлайн-обучения TECH позволит вам учиться, когда, как и где вы хотите, без строгого расписания и неудобных поездок на работу.



02

Цели

Основная цель этой программы - превратить студентов в профессионалов, которые пользуются большим спросом в крупных дизайнерских фирмах и ведущих промышленных компаниях. Таким образом, Специализированная магистратура в области дизайна продукции имеет наиболее полное и глубокое содержание в этой области и обеспечит студенту все необходимые инструменты, чтобы выделиться в профессиональной среде.



“

Достигните, благодаря этой программе,
большого профессионального
прогресса в области дизайна продукции”



Общие цели

- ♦ Понимать творческий, аналитический и учебный процесс для создания любой работы
- ♦ Изучить методы анализа рынка и применить их к процессам коммуникации и маркетинга при разработке проектов
- ♦ Понять основные понятия, которые являются частью коммуникационной политики организации: ее идентичность, ее культура, способы коммуникации, имидж, бренд, репутация и социальная ответственность
- ♦ Изучить основы дизайна, а также референсы для дизайна, стили и направления, которые формировали его с момента зарождения и до сегодняшнего дня





Конкретные цели

Модуль 1. Основы дизайна

- ♦ Связывать и сопоставлять различные области дизайна, сферы применения и профессиональные отрасли
- ♦ Изучить процессы создания идей, креативности и экспериментирования и уметь применять их в проектах
- ♦ Интегрировать язык и семантику в процессы формирования идей проекта, соотнося их с целями проекта и ценностями использования

Модуль 2. Основы креативности

- ♦ Уметь синтезировать собственные интересы с помощью наблюдения и критического мышления, воплощая их в творчестве
- ♦ Избавиться от страха перед творческим кризисом и использовать техники борьбы с ним
- ♦ Исследовать себя, свое эмоциональное пространство и свое окружение таким образом, чтобы провести анализ этих элементов и использовать их для собственной креативности

Модуль 3. Цифровые технологии

- ♦ Овладеть лексикой, методиками, теоретическим и практическим содержанием по теме «Цифровое изображение»
- ♦ Овладеть лексикой, методиками, теоретическим и практическим содержанием по теме «Векторное изображение»



Модуль 4. Основы маркетинга

- ♦ Понять центральную роль коммуникации в историческое время, определяемое парадигмами информационного общества и общества знаний
- ♦ Понимать процессы коммуникации во всех ее социальных проявлениях (межличностных, групповых и медийных)
- ♦ Проанализировать различные дисциплинарные и теоретические подходы и подходы к коммуникации
- ♦ Развить понимание лексики, адаптированной к основному языку маркетинга и коммуникации
- ♦ Знать характеристики социальных медиа и их отличие от *СМИ*, а также их последствия и изменения, которые они породили в коммерциализации и управлении дизайном

Модуль 5. Корпоративный имидж

- ♦ Понять, какими стратегическими областями должен управлять графический дизайнер в коммуникативном процессе графической и визуальной идентичности брендов

Модуль 6. Дизайн для производства

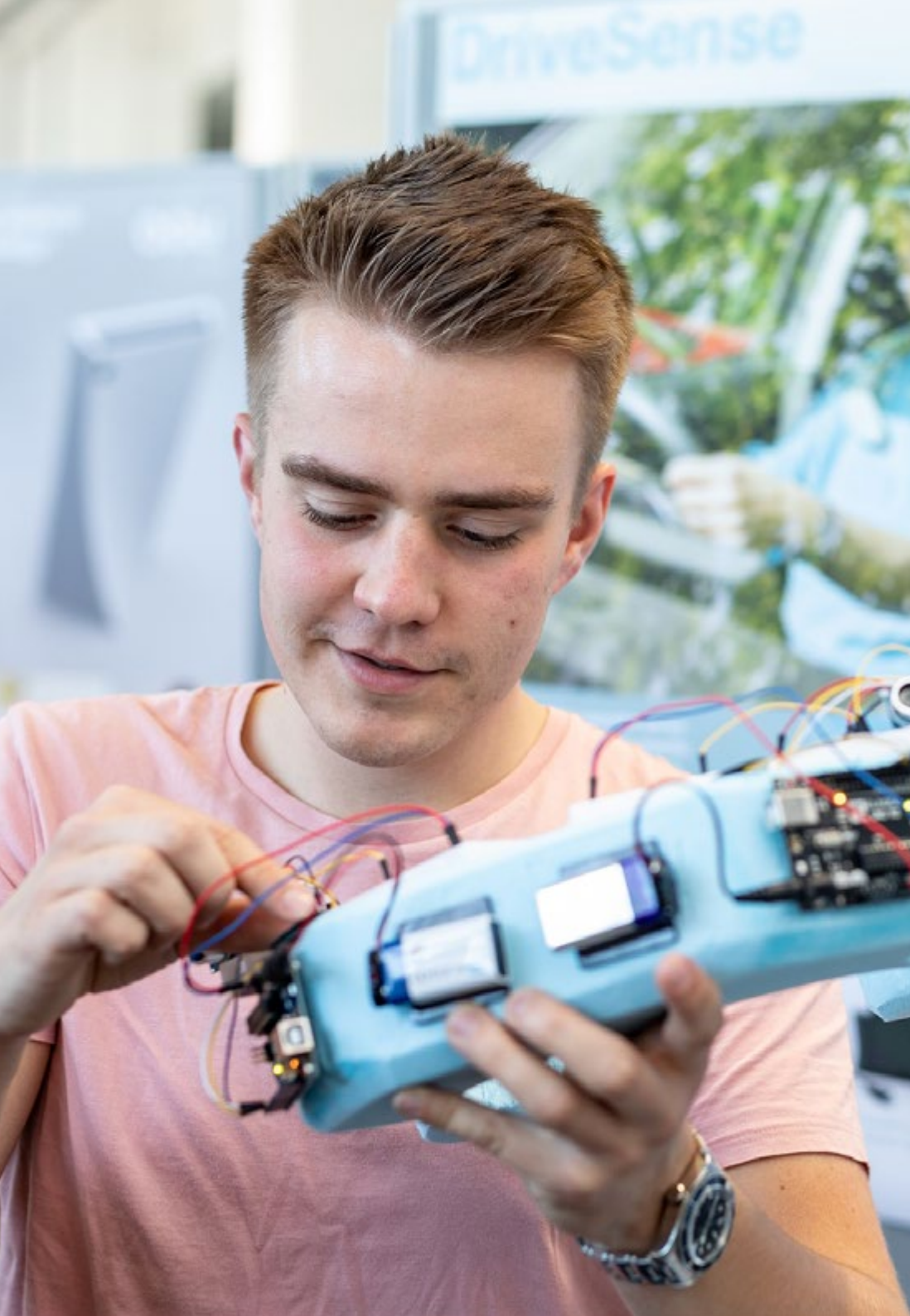
- ♦ Достичь достаточного уровня знаний, связанных с целями и конкретными методами, относящимися к производственной сфере
- ♦ Проанализировать производство со стратегической точки зрения

Модуль 7. Материалы

- ♦ Анализировать и оценивать материалы, используемые в инженерном деле, исходя из их свойств
- ♦ Понимать, анализировать и оценивать процессы коррозии и деградации материалов
- ♦ Оценить и проанализировать различные методы неразрушающего контроля материалов

Модуль 8. Устойчивый дизайн

- ♦ Изучить устойчивость окружающей среды и экологический контекст
- ♦ Узнать основные инструменты оценки воздействия на окружающую среду
- ♦ Признать важность устойчивого развития в дизайне
- ♦ Уметь разрабатывать стратегии устойчивого дизайна продукции



Модуль 9. Материалы для дизайна

- ♦ Работать с наиболее подходящими материалами в каждом конкретном случае, в области дизайна продукции
- ♦ Объяснить и описать основные семейства материалов: их производство, типологии, свойства и т.д.
- ♦ Обладать необходимыми критериями, чтобы уметь определять и выбирать на основе *инструктажа* различные виды материалов

Модуль 10. Дизайн упаковки

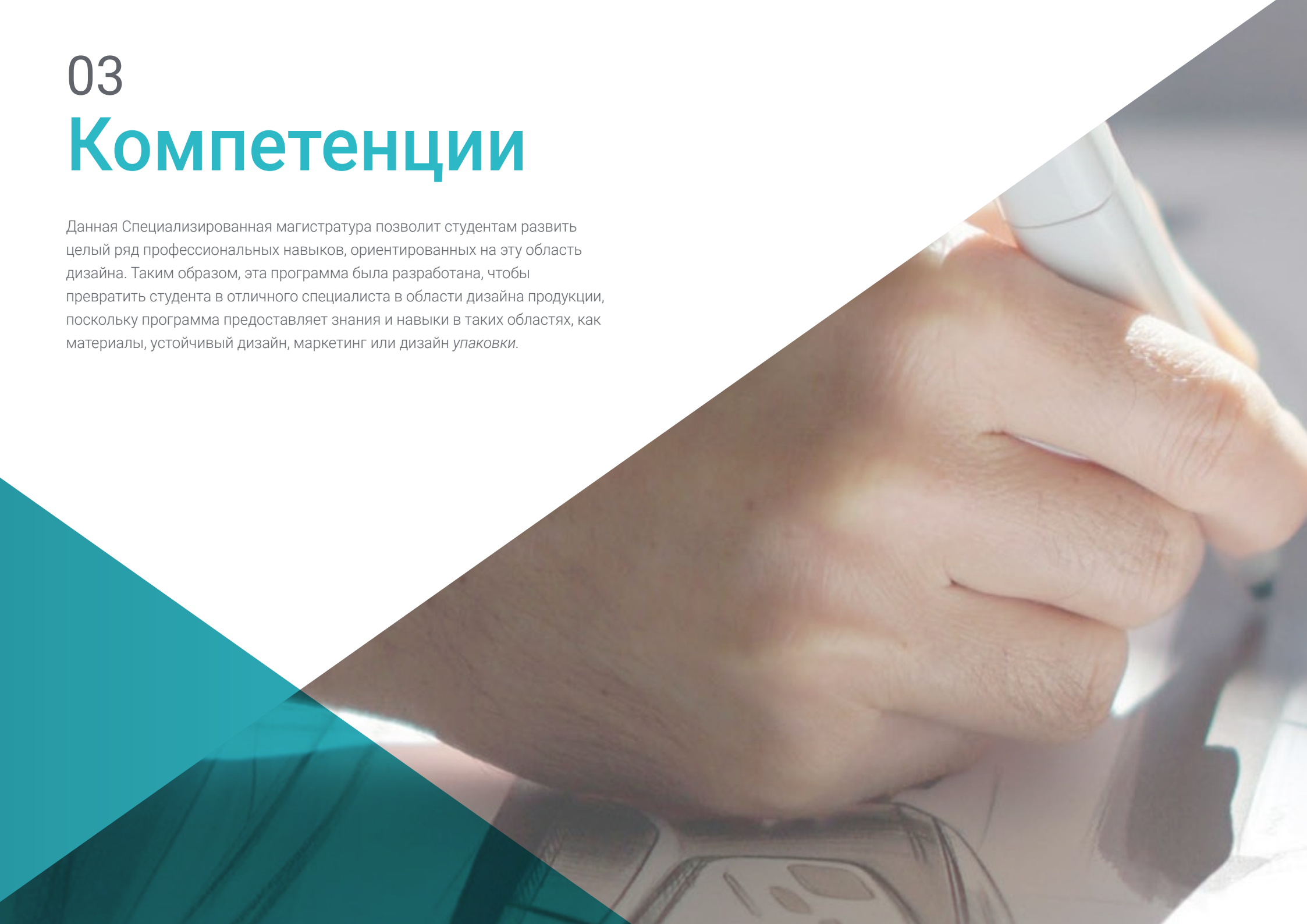
- ♦ Способствовать формированию у студентов глобального видения дизайна тары, упаковки и этикетки, понимая под ним деятельность, в которой необходимо учитывать множество факторов, от продукта, который он сопровождает, до его физического и социально-экономического контекста
- ♦ Посредством практики обучить студентов компетенциям для профессиональной разработки проектов дизайна упаковки и этикетки

“ *TECH будет сопровождать вас на пути к профессиональному успеху* ”

03

Компетенции

Данная Специализированная магистратура позволит студентам развить целый ряд профессиональных навыков, ориентированных на эту область дизайна. Таким образом, эта программа была разработана, чтобы превратить студента в отличного специалиста в области дизайна продукции, поскольку программа предоставляет знания и навыки в таких областях, как материалы, устойчивый дизайн, маркетинг или дизайн упаковки.



“

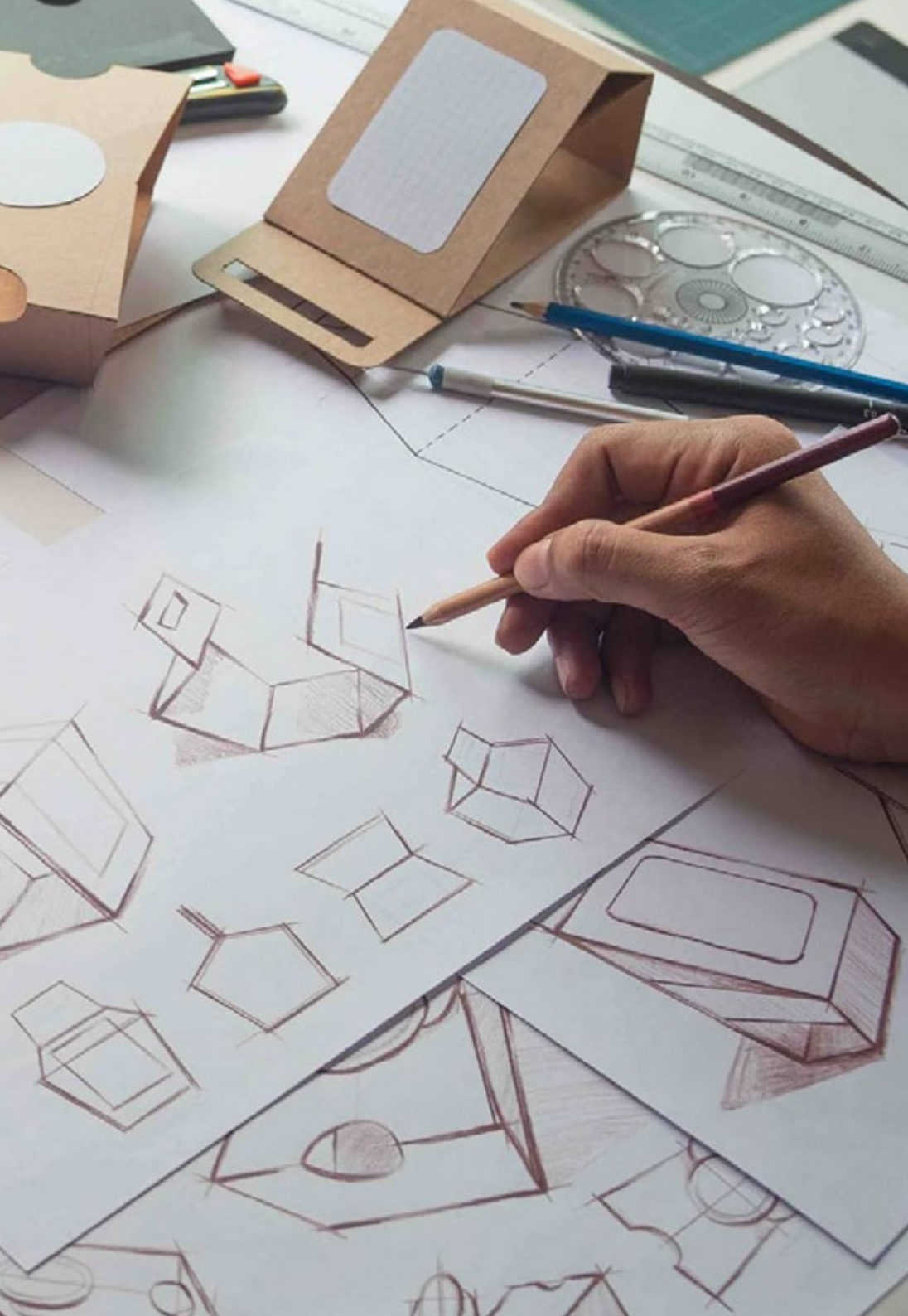
Благодаря этой программе вы внедрите
лучшие навыки в области дизайна
упаковки и устойчивого дизайна в свою
профессиональную практику”



Общие профессиональные навыки

- ♦ Научиться планировать, разрабатывать и представлять творческие работы надлежащим образом, используя эффективные производственные стратегии и собственный творческий вклад
- ♦ Разобраться в программном обеспечении для ретуширования и манипулирования изображениями и развить навыки, необходимые для его использования
- ♦ Изучить теоретико-практические инструменты и стратегии, способствующие управлению корпоративной и институциональной коммуникацией в организациях всех видов
- ♦ Узнать, как правильно выбрать метод организации информации и коммуникации для правильного использования бренда
- ♦ Исследовать и выявить наиболее значимые элементы компании-клиента, а также их потребности для создания коммуникационных стратегий и сообщений
- ♦ Определить стадии и производственные фазы проекта
- ♦ Знать принципы работы с наноматериалами
- ♦ Получить знания и овладеть техниками, формами, процессами и тенденциями в дизайне тары, упаковки и этикетки и их промышленного применения





Профессиональные навыки

- ♦ Разобраться в программном обеспечении для векторных изображений и развить навыки, необходимые для его использования
- ♦ Разобраться в программном обеспечении для редакционного дизайна и развить навыки создания собственного окончательного художественного продукта
- ♦ Освоить стратегии координации между аспектами создания продукта, его производства и функциями коммерциализации, маркетинга и коммуникации
- ♦ Анализировать и оценивать металлические материалы, как черные металлы, так и цветные
- ♦ Анализировать и оценивать полимерные, керамические и композитные материалы
- ♦ Анализировать и оценивать материалы, используемые в аддитивном производстве
- ♦ Разработать регламентированную систему основных графических стандартов, основанных на элементах визуальной идентичности/брендинга
- ♦ Правильно выбирать из широкого спектра при разработке предложения по дизайну для серийного производства
- ♦ Принимать решение о выборе наиболее подходящих материалов для реализации макетов или прототипов

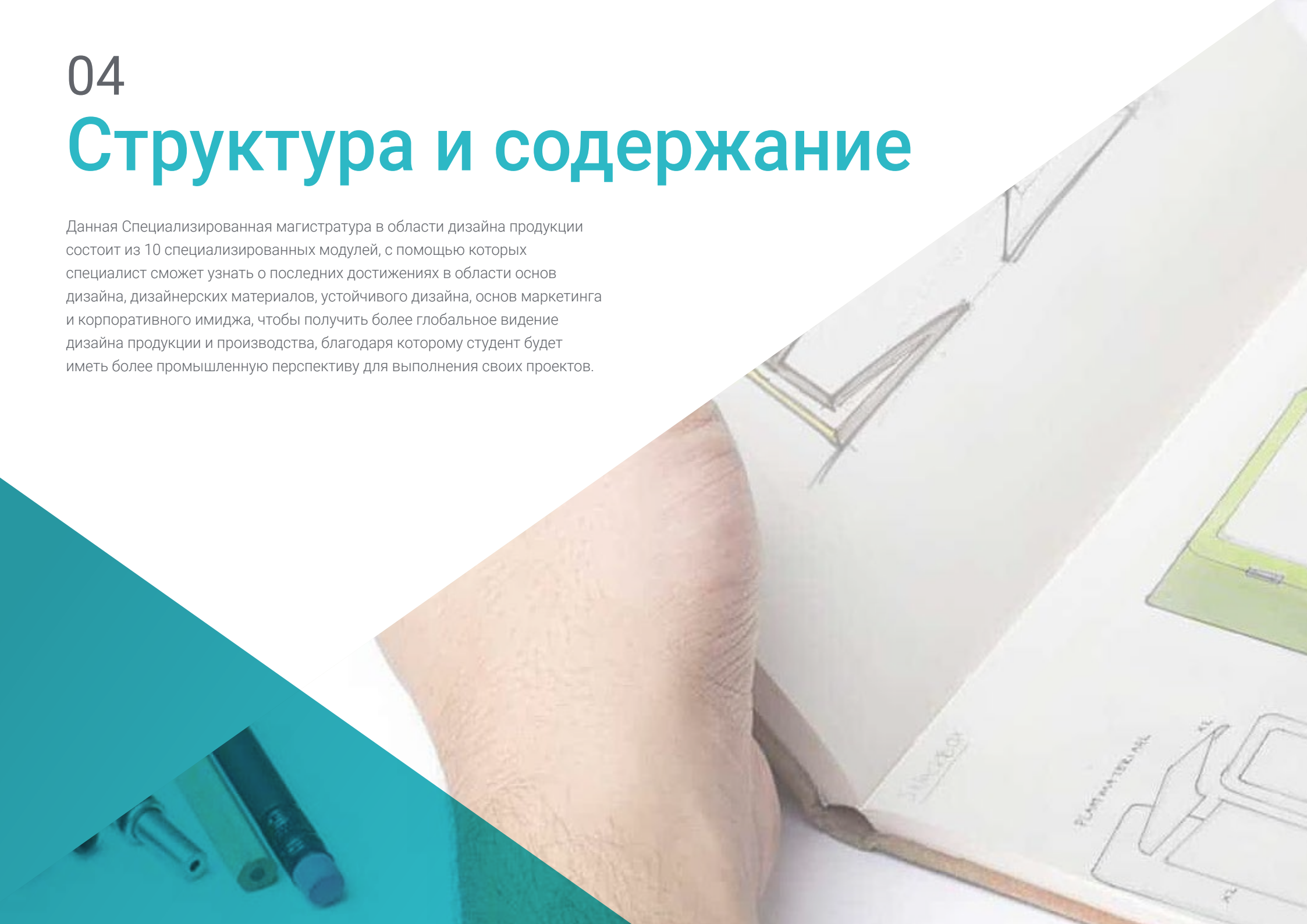
“

Эта программа предлагает вам лучшие методы дизайна продукции, отвечающие современным потребностям профессионального рынка”

04

Структура и содержание

Данная Специализированная магистратура в области дизайна продукции состоит из 10 специализированных модулей, с помощью которых специалист сможет узнать о последних достижениях в области основ дизайна, дизайнерских материалов, устойчивого дизайна, основ маркетинга и корпоративного имиджа, чтобы получить более глобальное видение дизайна продукции и производства, благодаря которому студент будет иметь более промышленную перспективу для выполнения своих проектов.





“

Самые актуальные материалы по дизайну
продукции теперь в вашем распоряжении.
Запишитесь сейчас и получите
стремительный рост своей карьеры”

Модуль 1. Основы дизайна

1.1. История дизайна

- 1.1.1. Промышленная революция
- 1.1.2. Этапы дизайна
- 1.1.3. Архитектура
- 1.1.4. Чикагская школа

1.2. Стили и направления дизайна

- 1.2.1. Декоративный дизайн
- 1.2.2. Движение модернизма
- 1.2.3. Ар-деко
- 1.2.4. Промышленный дизайн
- 1.2.5. Баухаус
- 1.2.6. Вторая мировая война
- 1.2.7. Трансавангард
- 1.2.8. Современный дизайн

1.3. Дизайнеры и тенденции

- 1.3.1. Дизайнеры интерьера
- 1.3.2. Графические дизайнеры
- 1.3.3. Промышленные дизайнеры или дизайнеры продукции
- 1.3.4. Дизайнеры одежды

1.4. Методология дизайн-проектирования

- 1.4.1. Бруно Мунари
- 1.4.2. Гуй Бонзипе
- 1.4.3. Джон Кристофер Джонс
- 1.4.4. Л. Брюс Арчер
- 1.4.5. Гильермо Гонсалес Руис
- 1.4.6. Хорхе Фраскара
- 1.4.7. Бернд Лёбах
- 1.4.8. Джоан Коста
- 1.4.9. Норберто Чавес

1.5. Язык в дизайне

- 1.5.1. Объекты и субъект
- 1.5.2. Семиотика объектов
- 1.5.3. Расположение объекта и его коннотация
- 1.5.4. Глобализация знаков
- 1.5.5. Предложение

1.6. Дизайн и его эстетико-формальное измерение

1.6.1. Визуальные элементы

- 1.6.1.1. Форма
- 1.6.1.2. Мера
- 1.6.1.3. Цвет
- 1.6.1.4. Текстура

1.6.2. Элементы взаимоотношений

- 1.6.2.1. Направление
- 1.6.2.2. Позиция
- 1.6.2.3. Пробел
- 1.6.2.4. Притяжение

1.6.3. Практические элементы

- 1.6.3.1. Представление
- 1.6.3.2. Значение
- 1.6.3.3. Функция

1.6.4. Система координат

1.7. Аналитические методы дизайна

- 1.7.1. Прагматичный дизайн
- 1.7.2. Аналоговый дизайн
- 1.7.3. Иконический дизайн
- 1.7.4. Канонический дизайн
- 1.7.5. Основные авторы и их методология

1.8. Дизайн и семантика

- 1.8.1. Семантика
- 1.8.2. Значение
- 1.8.3. Денотативное значение и коннотативное значение
- 1.8.4. Лексика

- 1.8.5. Лексическое поле и лексическое семейство
- 1.8.6. Семантические связи
- 1.8.7. Семантический сдвиг
- 1.8.8. Причины семантических сдвигов
- 1.9. Дизайн и прагматика
 - 1.9.1. Практические последствия, абдукция и семиотика
 - 1.9.2. Медитация, тело и эмоции
 - 1.9.3. Обучение, опыт и завершение
 - 1.9.4. Идентичность, социальные отношения и объекты
- 1.10. Текущая ситуация в сфере дизайна
 - 1.10.1. Текущие проблемы в сфере дизайна
 - 1.10.2. Актуальные вопросы дизайна
 - 1.10.3. Методологические материалы

Модуль 2. Основы креативности

- 2.1. Креативное введение
 - 2.1.1. Стиль в искусстве
 - 2.1.2. Тренируйте свои глаза
 - 2.1.3. Каждый может стать креативным?
 - 2.1.4. Пиктографические языки
 - 2.1.5. Что мне необходимо? Материалы
- 2.2. Восприятие как первый творческий акт
 - 2.2.1. Что видишь? Что слышишь? Что чувствуешь?
 - 2.2.2. Внимательно воспринимай, наблюдай и изучай
 - 2.2.3. Портрет и автопортрет: Кристина Нуньес
 - 2.2.4. Пример из практики: Фотодиалог. Погружение в себя
- 2.3. Столкнуться с чистым листом бумаги
 - 2.3.1. Рисуем без страха
 - 2.3.2. Тетрадь как инструмент
 - 2.3.3. Книга художника, что это?
 - 2.3.4. Референсы

- 2.4. Создание книги художника
 - 2.4.1. Анализ и игра: карандаши и маркеры
 - 2.4.2. Приемы для расслабления руки
 - 2.4.3. Первые строки
 - 2.4.4. Перьевая ручка
- 2.5. Создание книги художника II
 - 2.5.1. Пятно
 - 2.5.2. Воск Экспериментирование
 - 2.5.3. Натуральные пигменты
- 2.6. Создание книги художника III
 - 2.6.1. Коллаж и фотомонтаж
 - 2.6.2. Традиционные инструменты
 - 2.6.3. Онлайн-инструменты: *Pinterest*
 - 2.6.4. Экспериментирование с композицией изображений
- 2.7. Делаем, не задумываясь
 - 2.7.1. Чего мы достигаем, если делаем, не задумываясь?
 - 2.7.2. Импровизация: Анри Мишо
 - 2.7.3. Живопись действия
- 2.8. Критик в роли художника
 - 2.8.1. Конструктивная критика
 - 2.8.2. Манифест о творческой критике
- 2.9. Творческий кризис
 - 2.9.1. Что такое творческий кризис?
 - 2.9.2. Расширь свои границы
 - 2.9.3. Пример из практики: Пачкаем руки
- 2.10. Изучение книги художника
 - 2.10.1. Эмоции и управление ими в творческой сфере
 - 2.10.2. Твой собственный мир в тетради
 - 2.10.3. Что я почувствовал? Самоанализ
 - 2.10.4. Пример из практики: критикуй себя

Модуль 3. Цифровые технологии

3.1. Введение в цифровое изображение

3.1.1. ИКТ

3.1.2. Описание технологий

3.1.3. Команды

3.2. Векторное изображение. Работа с объектами

3.2.1. Инструменты выбора

3.2.2. Распределение по группам

3.2.3. Выравнивание и распределение

3.2.4. Умные гиды

3.2.5. Символы

3.2.6. Преобразование

3.2.7. Искажение

3.2.8. Корпуса

3.2.9. Pathfinder

3.2.10. Сложные формы

3.2.11. Сложная трассировка

3.2.12. Разрезание, разделение и обрезка объектов

3.3. Векторное изображение. Цвет

3.3.1. Цветовые режимы

3.3.2. Инструмент «Пипетка»

3.3.3. Образцы

3.3.4. Градиенты

3.3.5. Узорная заливка

3.3.6. Внешний вид панели

3.3.7. Атрибуты

3.4. Векторное изображение. Расширенное редактирование

3.4.1. Градиентная сетка

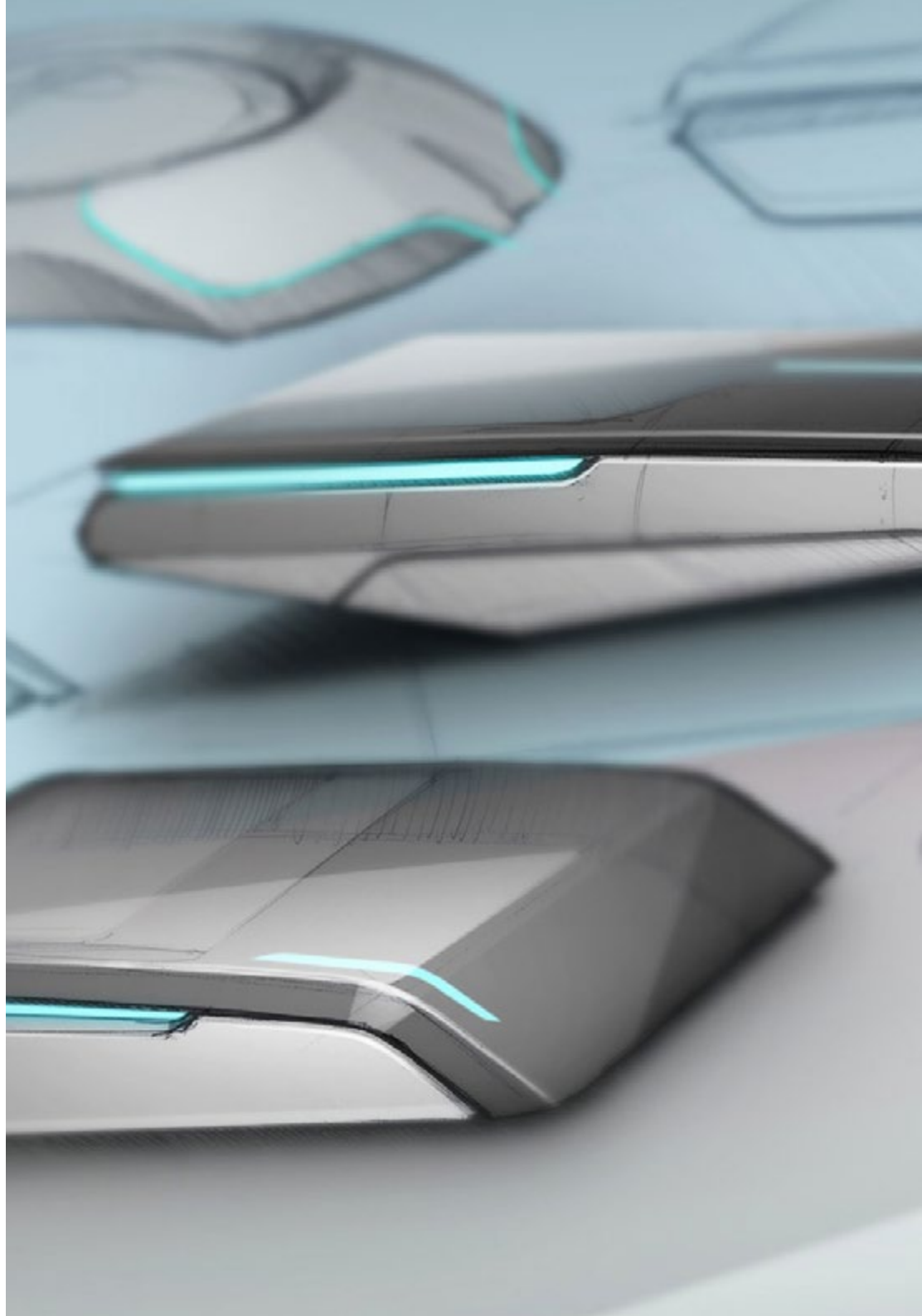
3.4.2. Прозрачная панель

3.4.3. Режимы слияния

3.4.4. Интерактивная трассировка

3.4.5. Обтравочные маски

3.4.6. Текст



3.5. Растровое изображение. Слои

- 3.5.1. Создание
- 3.5.2. Ссылка
- 3.5.3. Преобразование
- 3.5.4. Распределение по группам
- 3.5.5. Корректирующие слои

3.6. Растровое изображение. Выборки, маски и каналы

- 3.6.1. Инструмент выбора рамки
- 3.6.2. Инструмент выделения «Лассо»
- 3.6.3. Инструмент «Волшебная палочка»
- 3.6.4. Выбор меню. Цветовая гамма
- 3.6.5. Каналы
- 3.6.6. Ретуширование масок
- 3.6.7. Обтравочные маски
- 3.6.8. Векторные маски

3.7. Растровое изображение. Режимы слияния и стили слоя

- 3.7.1. Стили слоя
- 3.7.2. Непрозрачность
- 3.7.3. Параметры стилей слоя
- 3.7.4. Режимы слияния
- 3.7.5. Примеры режимов слияния

3.8. Редакционный проект. Типы и формы

- 3.8.1. Редакционный проект
- 3.8.2. Типологии редакционного проекта
- 3.8.3. Создание и настройка документов

3.9. Композиционные элементы редакционного проекта

- 3.9.1. Главные страницы
- 3.9.2. Ретикуляция
- 3.9.3. Интеграция и композиция текста
- 3.9.4. Интеграция изображений

3.10. Макет, экспорт и печать

3.10.1. Макет

- 3.10.1.1. Выбор и редактирование фотографий
- 3.10.1.2. Предварительная проверка
- 3.10.1.3. Расфасовка

3.10.2. Экспорт

- 3.10.2.1. Экспорт для цифровых носителей
- 3.10.2.2. Экспорт для физических носителей

3.10.3. Печать

- 3.10.3.1. Традиционная печать
 - 3.10.3.1.1. Переплет
- 3.10.3.2. Цифровая печать

Модуль 4. Основы маркетинга

4.1. Введение в маркетинг

4.1.1. Концепция маркетинга

- 4.1.1.1. Определение маркетинга
- 4.1.1.2. Эволюция и актуальность маркетинга

4.1.2. Различные подходы к маркетингу

4.2. Маркетинг в компании: стратегический и оперативный. Маркетинговый план

4.2.1. Управление маркетингом

4.2.2. Важность коммерческого менеджмента

4.2.3. Многообразие форм управления

4.2.4. Стратегический маркетинг

4.2.5. Коммерческая стратегия

4.2.6. Области применения

4.2.7. Коммерческое планирование

4.2.8. Маркетинговый план

4.2.9. Понятие и определения

4.2.10. Этапы маркетингового плана

4.2.11. Виды маркетингового плана

4.3. Деловая среда и рынок организаций

- 4.3.1. Среда
- 4.3.2. Концепции и границы среды
- 4.3.3. Макросреда
- 4.3.4. Микросреда
- 4.3.5. Рынок
- 4.3.6. Концепции и границы рынка
- 4.3.7. Развитие рынка
- 4.3.8. Типы рынков
- 4.3.9. Важность конкуренции

4.4. Поведение потребителей

- 4.4.1. Важность поведения в стратегии
- 4.4.2. Влияющие факторы
- 4.4.3. Преимущества для компании
- 4.4.4. Преимущества для потребителя
- 4.4.5. Подходы к поведению потребителей
- 4.4.6. Характеристики и сложность
- 4.4.7. Задействованные переменные
- 4.4.8. Различные типы подходов

4.5. Этапы процесса потребительской покупки

- 4.5.1. Подход
- 4.5.2. Подход согласно разным авторам
- 4.5.3. Развитие процесса в истории
- 4.5.4. Этапы
- 4.5.5. Признание проблемы
- 4.5.6. Поиск информации
- 4.5.7. Оценка альтернатив
- 4.5.8. Решение о покупке
- 4.5.9. После покупки
- 4.5.10. Модели принятия решений
- 4.5.11. Экономическая модель
- 4.5.12. Психологическая модель
- 4.5.13. Смешанные поведенческие модели
- 4.5.14. Сегментация рынка в организационной стратегии

4.5.15. Сегментация рынка

- 4.5.16. Концепция
- 4.5.17. Виды сегментации
- 4.5.18. Влияние сегментации на стратегии
- 4.5.19. Важность сегментации в компании
- 4.5.20. Стратегии планирования на основе сегментации

4.6. Критерии сегментации потребительского и промышленного рынков

4.7. Процедура сегментации

- 4.7.1. Разграничение сегментов
- 4.7.2. Идентификация профиля
- 4.7.3. Оценка процедуры

4.8. Критерии для сегментации

- 4.8.1. Географические характеристики
- 4.8.2. Социально-экономические характеристики
- 4.8.3. Другие критерии
- 4.8.4. Реакция потребителей на сегментацию

4.9. Спрос и предложение на рынке. Оценка сегментации

- 4.9.1. Анализ предложения
 - 4.9.1.1. Классификации поставок
 - 4.9.1.2. Определение предложения
 - 4.9.1.3. Факторы, влияющие на предложение
- 4.9.2. Анализ спроса
 - 4.9.2.1. Классификации спроса
 - 4.9.2.2. Зоны рынка
 - 4.9.2.3. Оценка спроса
- 4.9.3. Оценка сегментации
 - 4.9.3.1. Системы оценки
 - 4.9.3.2. Методы мониторинга
 - 4.9.3.3. Обратная связь

4.10. Маркетинг-микс

- 4.10.1. Определение маркетинг-микса
 - 4.10.1.1. Понятие и определение
 - 4.10.1.2. История и эволюция

- 4.10.2. Элементы маркетинг-микса
 - 4.10.2.1. Продукт
 - 4.10.2.2. Цена
 - 4.10.2.3. Распространение
 - 4.10.2.4. Продвижение
- 4.10.3. Новые 4P маркетинга
 - 4.10.3.1. Персонализация
 - 4.10.3.2. Участие
 - 4.10.3.3. *Peer To Peer*
 - 4.10.3.4. Моделированные прогнозы
- 4.10.4. Современные стратегии управления портфелем продуктов. Рост и конкурентные стратегии маркетинга
- 4.10.5. Портфельные стратегии
 - 4.10.5.1. Матрица БКГ
 - 4.10.5.2. Матрица Ансоффа
 - 4.10.5.3. Матрица конкурентной позиции
- 4.10.6. Стратегии
 - 4.10.6.1. Стратегия сегментации
 - 4.10.6.2. Стратегия позиционирования
 - 4.10.6.3. Стратегия лояльности
 - 4.10.6.4. Функциональная стратегия

Модуль 5. Корпоративный имидж

- 5.1. Идентичность
 - 5.1.1. Идея идентичности
 - 5.1.2. Зачем нужна идентичность?
 - 5.1.3. Типы личности
 - 5.1.4. Цифровая идентичность
- 5.2. Корпоративная идентичность
 - 5.2.1. Определение. Зачем нужна корпоративная идентичность?
 - 5.2.2. Факторы, влияющие на корпоративную идентичность
 - 5.2.3. Компоненты корпоративной идентичности
 - 5.2.4. Коммуникация идентичности
 - 5.2.5. Корпоративная идентичность, *брендинг* и корпоративный имидж

- 5.3. Корпоративный имидж
 - 5.3.1. Характеристики корпоративного имиджа
 - 5.3.2. Для чего нужен корпоративный имидж?
 - 5.3.3. Виды корпоративного имиджа
 - 5.3.4. Примеры
- 5.4. Основные идентифицирующие признаки
 - 5.4.1. Название или *нейминг*
 - 5.4.2. Логотипы
 - 5.4.3. Монограммы
 - 5.4.4. Имаготипы
- 5.5. Факторы запоминания личности
 - 5.5.1. Оригинальность
 - 5.5.2. Символическое значение
 - 5.5.3. Визуальная форма для восприятия
 - 5.5.4. Повторение
- 5.6. Методология процесса создания бренда
 - 5.6.1. Изучение сектора и конкуренции
 - 5.6.2. *Брифинг*, персонал
 - 5.6.3. Определение стратегии и индивидуальности бренда. Значения
 - 5.6.4. Целевая аудитория
- 5.7. Клиент
 - 5.7.1. Понимание, что представляет собой клиент
 - 5.7.2. Типологии клиентов
 - 5.7.3. Процесс совещания
 - 5.7.4. Важность знания клиента
 - 5.7.5. Определение бюджета
- 5.8. Руководство по корпоративной идентичности
 - 5.8.1. Правила построения и применения бренда
 - 5.8.2. Корпоративная типографика
 - 5.8.3. Корпоративные цвета
 - 5.8.4. Другие графические элементы
 - 5.8.5. Примеры корпоративных руководств

5.9. Редизайн идентичности

- 5.9.1. Причины выбора редизайна личности
- 5.9.2. Управление изменением корпоративного стиля
- 5.9.3. Передовой опыт. Визуальные рекомендации
- 5.9.4. Халатность. Визуальные рекомендации

5.10. Проект фирменного стиля

- 5.10.1. Презентация и объяснение проекта. Референсы
- 5.10.2. *Brainstorming*. Анализ рынка
- 5.10.3. Целевая аудитория, ценность бренда
- 5.10.4. Первые идеи и наброски. Творческие приемы
- 5.10.5. Создание проекта. Типографика и цвета
- 5.10.6. Сдача и корректировка проектов

Модуль 6. Дизайн для производства

6.1. Дизайн для производства и сборки

6.2. Формовка путем литья

- 6.2.1. Литейное производство
- 6.2.2. Литье под давлением

6.3. Формовка путем деформации

- 6.3.1. Пластическая деформация
- 6.3.2. Штамповка
- 6.3.3. Ковка
- 6.3.4. Экструзия

6.4. Формовка за счет потери материала

- 6.4.1. Путем абразии
- 6.4.2. Путем механической обработки

6.5. Термическая обработка

- 6.5.1. Закаливание
- 6.5.2. Отпуск
- 6.5.3. Отжиг
- 6.5.4. Нормализация
- 6.5.5. Термохимическая обработка

6.6. Нанесение лакокрасочных материалов и покрытий

- 6.6.1. Электрохимическая обработка
- 6.6.2. Электролитические процедуры
- 6.6.3. Краски, лаки и лакокрасочные материалы

6.7. Формование полимеров и керамических материалов

6.8. Производство композитных деталей

6.9. Аддитивное производство

- 6.9.1. *Процесс Powder Bed Fusion*
- 6.9.2. *Прямое энергетическое осаждение*
- 6.9.3. *Струйное нанесение связующего*
- 6.9.4. *Процесс Bound Powder Extrusion*

6.10. Надежная инженерия

- 6.10.1. Методы *Тагути*
- 6.10.2. Дизайн экспериментов
- 3.10.6. Статистическое управление процессами

Модуль 7. Материалы

7.1. Свойства материалов

- 7.1.1. Механические свойства
- 7.1.2. Электрические свойства
- 7.1.3. Оптические свойства
- 7.1.4. Магнитные свойства

7.2. Металлические материалы I. Черные металлы

7.3. Металлические материалы II. Цветные металлы

7.4. Полимерные материалы

- 7.4.1. Термопластики
- 7.4.2. Термореактивные пластмассы

7.5. Керамические материалы

7.6. Композитные материалы

7.7. Биоматериалы

7.8. Наноматериалы

- 7.9. Коррозия и деградация материалов
 - 7.9.1. Виды коррозии
 - 7.9.2. Окисление металлов
 - 7.9.3. Контроль коррозии
- 7.10. Неразрушающий контроль
 - 7.10.1. Визуальные осмотры и эндоскопия
 - 7.10.2. Ультразвук
 - 7.10.3. Рентгеновские снимки
 - 7.10.4. Вихревые токи Фуко (Eddy)
 - 7.10.5. Магнитные частицы
 - 7.10.6. Жидкости-пенетранты
 - 7.10.7. Инфракрасная термография

Модуль 8. Устойчивый дизайн

- 8.1. Состояние окружающей среды
 - 8.1.1. Экологический контекст
 - 8.1.2. Восприятие окружающей среды
 - 8.1.3. Потребление и потребление
- 8.2. Устойчивое производство
 - 8.2.1. Экологический след
 - 8.2.2. Биоемкость
 - 8.2.3. Экологический дефицит
- 8.3. Устойчивость и инновации
 - 8.3.1. Производственные процессы
 - 8.3.2. Управление процессами
 - 8.3.3. Запуск производства
 - 8.3.4. Производительность с помощью дизайна
- 8.4. Введение. Экодизайн
 - 8.4.1. Устойчивое развитие
 - 8.4.2. Промышленная экология
 - 8.4.3. Экологическая эффективность
 - 8.4.4. Введение в концепцию экодизайна

- 8.5. Методологии экодизайна
 - 8.5.1. Методологические предложения по внедрению экодизайна
 - 8.5.2. Подготовка проекта (движущие силы)
 - 8.5.3. Экологические аспекты
- 8.6. Оценка жизненного цикла (ОЖЦ)
 - 8.6.1. Функциональная единица
 - 8.6.2. Инвентаризация
 - 8.6.3. Список воздействий
 - 8.6.4. Формирование выводов и стратегии
- 8.7. Идеи для улучшения (стратегии экодизайна)
 - 8.7.1. Снижение воздействия
 - 8.7.2. Повышение функциональной единицы
 - 8.7.3. Положительное воздействие
- 8.8. Циркулярная экономика
 - 8.8.1. Определение
 - 8.8.2. Развитие
 - 8.8.3. Истории успеха
- 8.9. *Cradle to Cradle*
 - 8.9.1. Определение
 - 8.9.2. Развитие
 - 8.9.3. Истории успеха
- 8.10. Экологические нормативы
 - 8.10.1. Зачем нам нужны нормативы?
 - 8.10.2. Кто устанавливает нормативы?
 - 8.10.3. Экологические рамки Европейского Союза
 - 8.10.4. Нормативы в процессе разработки

Модуль 9. Материалы для дизайна

- 9.1. Материал как источник вдохновения
 - 9.1.1. Поиск материалов
 - 9.1.2. Классификация
 - 9.1.3. Материал и его контекст
- 9.2. Материалы для дизайна
 - 9.2.1. Общее применение
 - 9.2.2. Противопоказания
 - 9.2.3. Комбинация материалов
- 9.3. Искусство + инновации
 - 9.3.1. Материалы в искусстве
 - 9.3.2. Новые материалы
 - 9.3.3. Композитные материалы
- 9.4. Физика
 - 9.4.1. Основные понятия
 - 9.4.2. Состав материалов
 - 9.4.3. Механические испытания
- 9.5. Технология
 - 9.5.1. «Умные» материалы
 - 9.5.2. Динамические материалы
 - 9.5.3. Будущее в материалах
- 9.6. Устойчивое развитие
 - 9.6.1. Закупки
 - 9.6.2. Применение
 - 9.6.3. Окончательное руководство по управлению
- 9.7. Биомимикрия
 - 9.7.1. Размышления
 - 9.7.2. Прозрачность
 - 9.7.3. Другие техники

9.8. Инновации

- 9.8.1. Истории успеха
- 9.8.2. Исследование материалов
- 9.8.3. Источники исследования

9.9. Предотвращение рисков

- 9.9.1. Коэффициент безопасности
- 9.9.2. Огонь
- 9.9.3. Поломка
- 9.9.4. Прочие риски

Модуль 10. Дизайн упаковки

10.1. Введение в упаковку

- 10.1.1. Исторический взгляд
- 10.1.2. Функциональные характеристики
- 10.1.3. Описание системы-продукта и жизненного цикла

10.2. Исследование упаковки

- 10.2.1. Источники информации
- 10.2.2. Полевые работы
- 10.2.3. Сравнения и стратегии

10.3. Структурная упаковка

- 10.3.1. Анализ конкретных потребностей
- 10.3.2. Форма, цвет, запах, объем и текстура
- 10.3.3. Эргономика упаковки

10.4. Маркетинг упаковки

- 10.4.1. Отношение упаковки к бренду и продукту
- 10.4.2. Применение имиджа бренда
- 10.4.3. Примеры

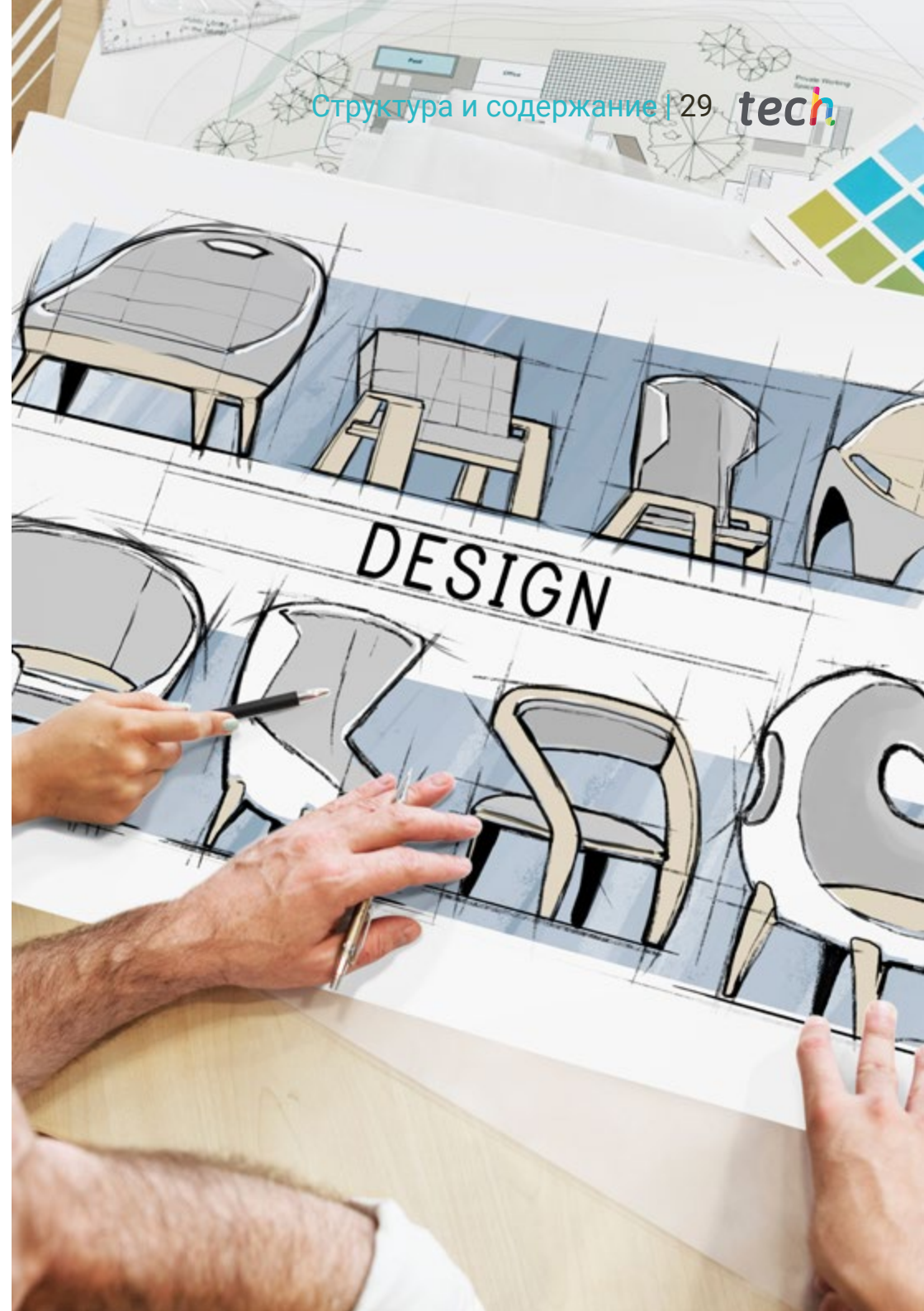
10.5. Коммуникация при упаковке

- 10.5.1. Отношения упаковки с Продуктом, Клиентом и Пользователем
- 10.5.2. Sense Design
- 10.5.3. Дизайн опыта

- 10.6. Материалы и производственные процессы
 - 10.6.1. Стекло
 - 10.6.2. Бумага и картон
 - 10.6.3. Металл
 - 10.6.4. Пластмассы
 - 10.6.5. Композиты из природных материалов
- 10.7. Устойчивое развитие в производстве упаковки
 - 10.7.1. Стратегии экодизайна
 - 10.7.2. Анализ жизненного цикла
 - 10.7.3. Упаковка как отходы
- 10.8. Инновации в сфере упаковки
 - 10.8.1. Дифференциация с помощью упаковки
 - 10.8.2. Последние тенденции
 - 10.8.3. *Design For All*
- 10.9. Проекты упаковки
 - 10.9.1. Кейс-стади
 - 10.9.2. Стратегия упаковки
 - 10.9.3. Практическое занятие

“

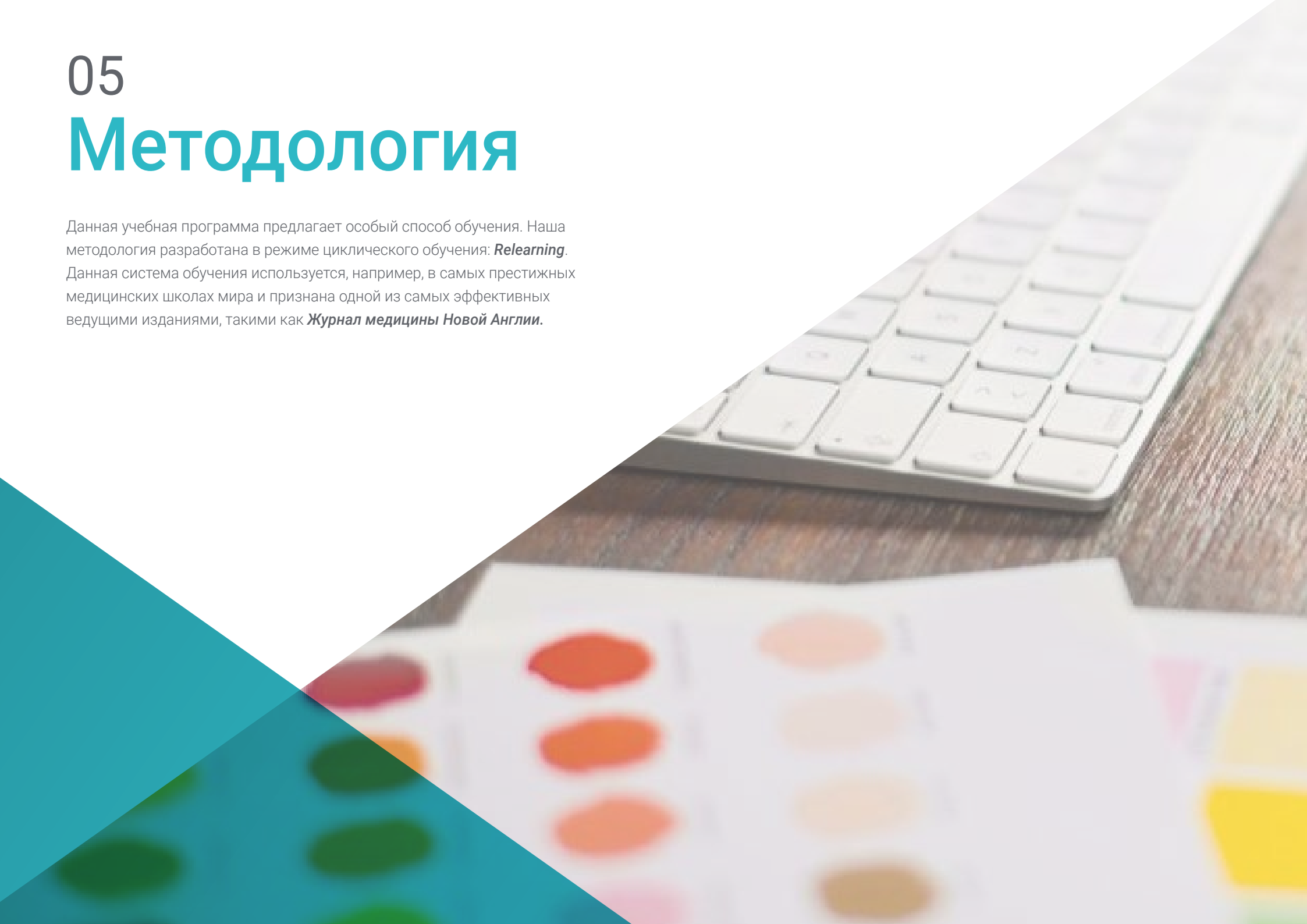
Инновационная система обучения в TECH сочетается с полным и современным учебным планом, что делает его лучшим вариантом образования для профессионалов, которые хотят сосредоточить свою карьеру на дизайне продукции”



05

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 ТЕСН - 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*

ТЕСН 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 ТЕСН 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 удерживать 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.



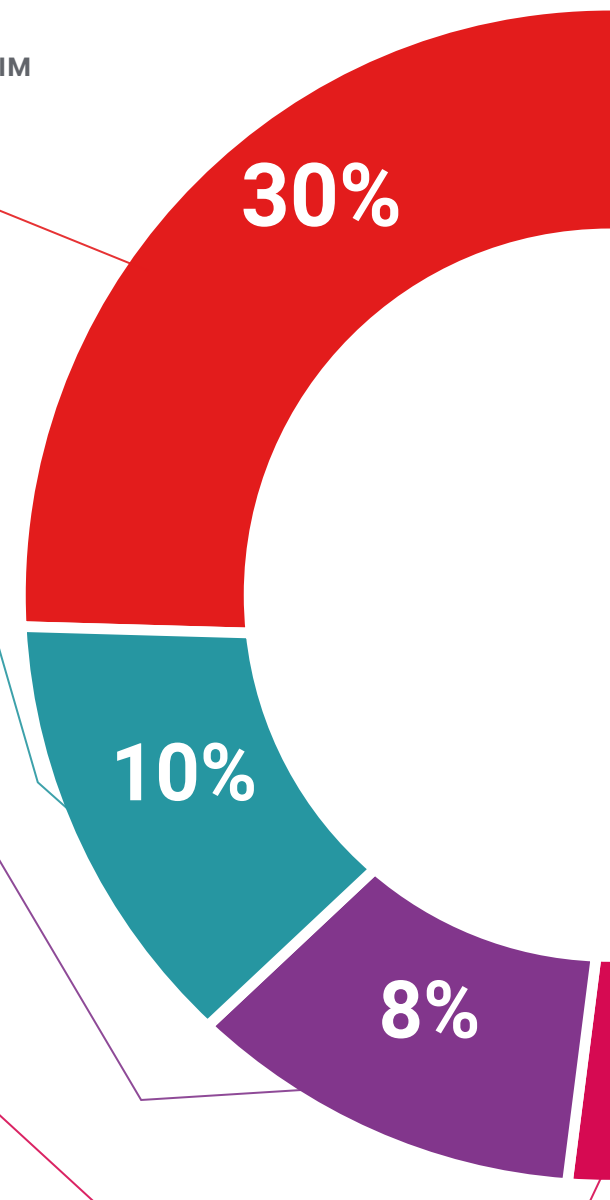
Практика навыков и компетенций

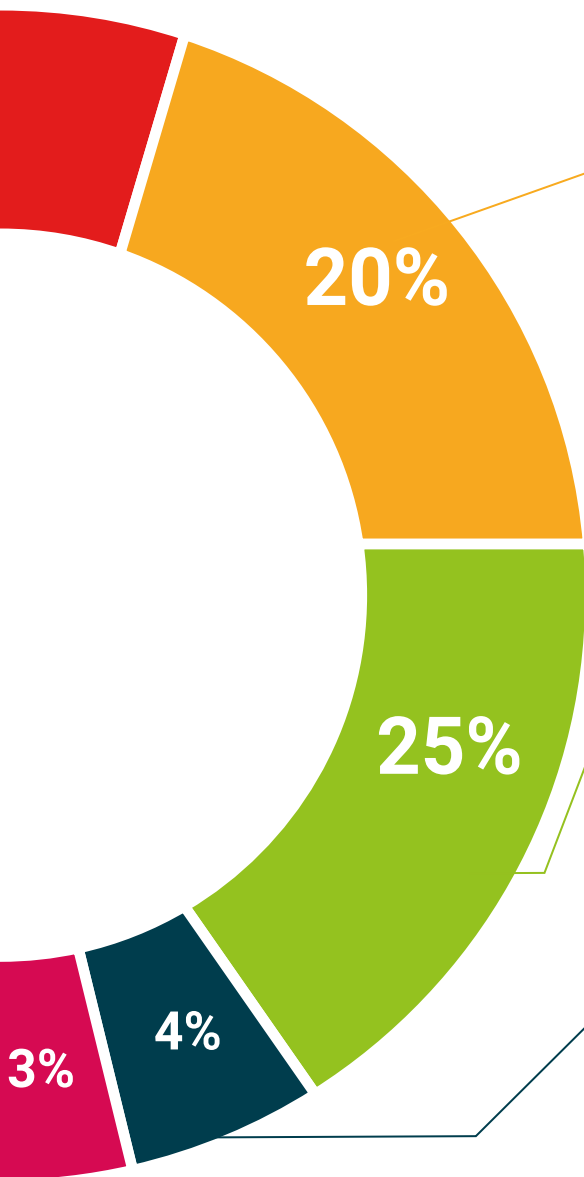
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



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.



06

Квалификация

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



“

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

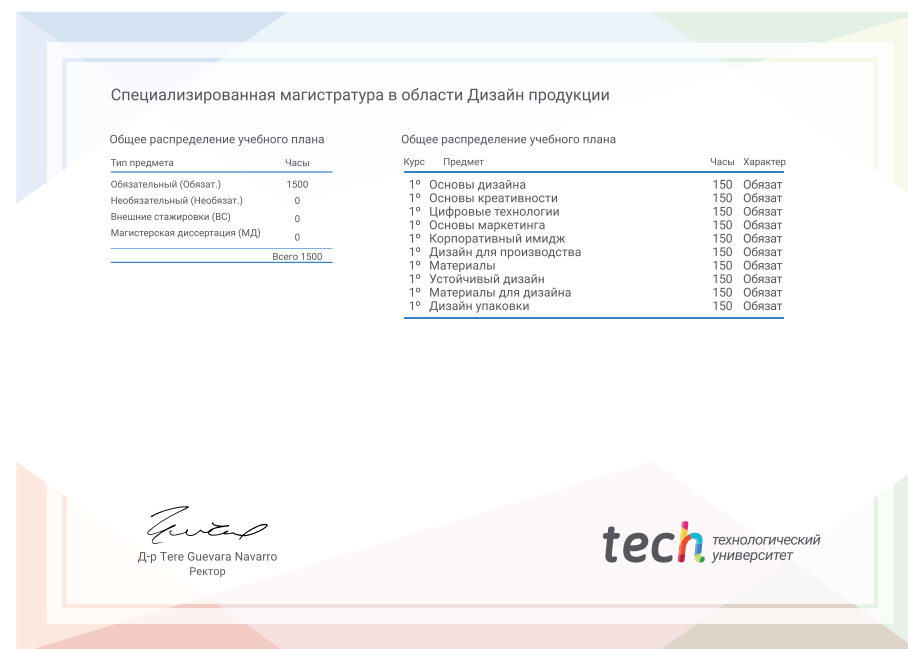
Данная **Специализированная магистратура в области Дизайн продукции** содержит самую полную и современную научную программу на рынке.

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 продукции**

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 Технологии Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее Качество

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки



Специализированная
магистратура

Дизайн продукции

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

Специализированная магистратура

Дизайн продукции

