

ماجستير خاص تصميم التغليف (Packaging)



الجامعة
التكنولوجية
tech

ماجستير خاص تصميم التغليف (Packaging)

- « طريقة التدريس: أونلاين
- « مدة الدراسة: 12 شهر
- « المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية
- « مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة
- « الامتحانات: أونلاين

رابط الدخول إلى الموقع الإلكتروني: www.techitute.com/ae/design/professional-master-degree/master-packaging-design

الفهرس

	02	01
	الأهداف	المقدمة
	صفحة 8	صفحة 4
05	04	03
الهيكل والمحتوى	هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية	الكفاءات
صفحة 26	صفحة 18	صفحة 14
07	06	
المؤهل العلمي	المنهجية	
صفحة 44	صفحة 36	

المقدمة

في مثل هذا السوق التنافسي، يعد تمييز نفسك عن الباقي أمرًا ضروريًا. *Packaging* هو نظام التصميم المسؤول عن تقديم المنتج في أفضل الظروف الممكنة لتسويقه ونقله وتخزينه واستخدامه. من الضروري مراعاة الانطباع الأول، فضلًا عن وظيفته. لذلك، من خلال هذا البرنامج، سيتم تطوير جميع مجالات تطبيقه بحيث يكون لدى الطالب رؤية شاملة، تتعمق ليس فقط في تموره وتصميمه الفني، ولكن أيضًا في تخزينه وتوزيعه ليقدم له تجربة متميزة. القدرة الاستراتيجية عند اقتراح المشاريع. مؤهل علمي 100% عبر الإنترنت ويمكن الحصول عليه خلال 12 شهرًا.



قم بتطوير متقدم لإتقان الهياكل والمواد وEcopackaging،
بالإضافة إلى التواصل المرئي لتكييفها مع استراتيجية
السوق في هذا البرنامج 100% عبر الإنترنت. سجل الآن"



إن صورة المنتجات مهمة حقاً في بيئة السوق، وتأثيرها على التمييز السريع، وقرار الشراء، وسلامتها وجودتها. هذه جوانب كافية يجب التعامل معها بأهمية وعناية ضمن عملية الإنتاج والتخطيط في الشركة.

يتطلب واقع *Phygital* الجديد أيضًا اتباع نهج أكثر كثافة في تصميم *Packaging* الذي يجمع بين البيانات الرقمية والافتراضية مع *Retail* و *Concept Stores*، لذا فإن الرسوم التوضيحية المتجهة وإتقان *Big Data* وتصميم العميل النهائي لتجربة العميل هي أيضًا محاور لهذا التدريس.

إتقان الهياكل والمواد و *Ecopackaging*، بالإضافة إلى التواصل المرئي لتكييفها مع استراتيجية السوق التنافسية القائمة على التحليل، جنبًا إلى جنب مع أحدث التقنيات الفنية لتعزيز الإبداع وتطبيقه، سواء في القطاعات الفاخرة أو الفاخرة الاستهلاك الشامل، ستزود الطالب بالمهارات اللازمة لدخول سوق *Packaging* متعدد السطوح في الابتكار والتطور المستمر.

يتعمق الماجستير الخاص هذا في استخدام الأدوات الأكثر تقدمًا وتنفيذ تقنيات التوضيح، وفهم المفاهيم الأساسية لتصميم *Packaging*. أخذ مفهوم الاستدامة كمحور أساسي في أسلوب التصميم والجوانب المبتكرة مثل الذكاء الاصطناعي والابتكار الرقمي لتحسين تجربة المستخدم.

منهج دراسي متخصص، تم تطويره واختباره بدقة من قبل خبراء في الفنون البصرية والتسويق والاتصالات، يعتمد على منهجية تدريس مبتكرة 100% عبر الإنترنت تكيف مع الظروف الشخصية لكل طالب، لأنها تتيح له اختيار الزمان والمكان للدراسة. بهذه الطريقة، يتم استخدام العديد من موارد التدريس متعددة الوسائط، مثل التمارين العملية أو تقنيات الفيديو أو الملخصات التفاعلية أو الفصول الرئيسية، للحصول على الدرجة العلمية في 12 شهرًا.

تحتوي درجة الماجستير الخاص في تصميم التغليف (*Packaging*) على البرنامج التعليمي الأكثر اكتمالاً وحدائث في السوق. أبرز خصائصها هي:

- ♦ تطوير الحالات العملية المقدمة من قبل خبراء في التصميم والتسويق والاتصال
- ♦ محتوياتها البيانية والتخطيطية والعملية البارزة التي يتم تصورها بها تجمع المعلومات العلمية والرعاية العملي حول تلك التخصصات الأساسية للممارسة المهنية
- ♦ التمارين العملية حيث يمكن إجراء عملية التقييم الذاتي لتحسين التعلم
- ♦ تركيزها على المنهجيات المبتكرة
- ♦ كل هذا سيتم استكماله بدروس نظرية وأسئلة للخبراء ومنتديات مناقشة حول القضايا المثيرة للجدل وأعمال التفكير الفردية
- ♦ توفير المحتوى من أي جهاز ثابت أو محمول متصل بالإنترنت



سوف تتقن مبادئ تصميم *Packaging* بفضل درجة الماجستير الخاص هذه، والتي ستمنحك الوصول إلى العديد من الفرص المهنية"

قم بتطوير مفاهيم إبداعية جديدة من خلال أفكار مبتكرة وأدوات Adobe Illustrator في تصميم Packaging للمنتج.

سجل الآن وسترى هدفك قد تحقق خلال 12 شهرًا بطريقة سريعة ومريحة وفعالة. بفضل منهجية 100% عبر الإنترنت والتي تعتمد على Relearning.

بعد هذا البرنامج، ستتمكن من العمل في أسواق الاستهلاك الشامل أو الأسواق الفاخرة أو gourmet، وتصميم حلول Packaging المبتكرة والوظيفية لمنتجاتها"

البرنامج يضم، في أعضاء هيئة تدريسه محترفين في مجال هذا المجال يصوبون في هذا التدريب خبرة عملهم، بالإضافة إلى متخصصين معترف بهم من الشركات الرائدة والجامعات المرموقة.

سيسمح محتوى الوسائط المتعددة المُعد بأحدث التقنيات التعليمية بالتعلم المهني والسياقي، أي بيئة محاكاة توفر تدريبًا غامرًا مبرمجًا للتدريب في مواقف حقيقية.

يركز تصميم هذا البرنامج على التعلم القائم على المشكلات، والذي يجب على المعلم من خلاله محاولة حل المواقف المختلفة للممارسة المهنية التي تنشأ خلال البرنامج الأكاديمي. للقيام بذلك، ستحصل على مساعدة من نظام فيديو تفاعلي جديد صنعه خبراء مشهورون.

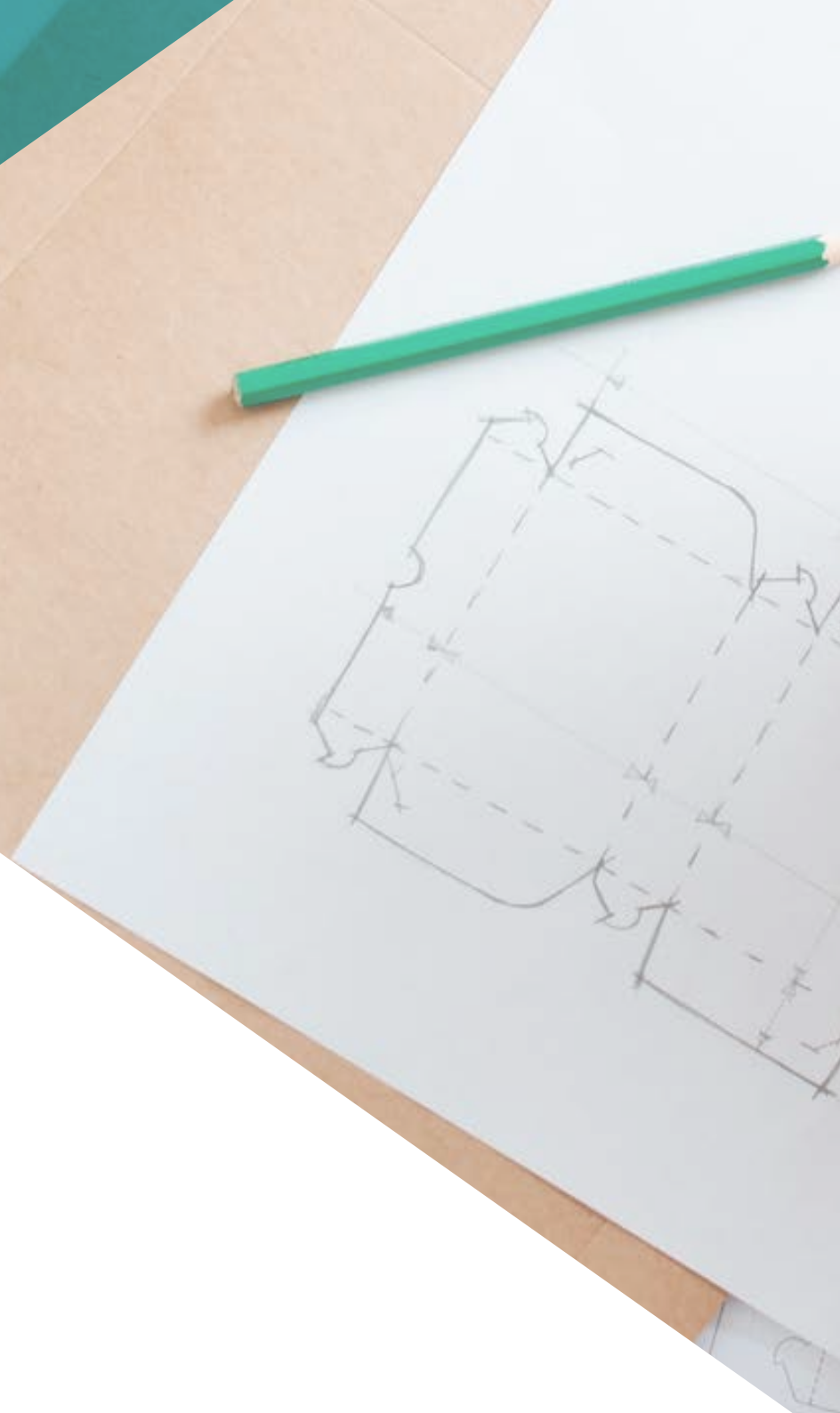


02

الأهداف

الهدف الرئيسي لبرنامج تصميم التغليف (Packaging) هذا هو تزويد المهنيين بأحدث المعارف والتقنيات في هذا المجال، حتى يتمكنوا من دمجها في عملهم على الفور. بالتالي، ستمكن من تجربة التقدم السريع بفضل العدد الكبير من الحلول المتقدمة التي ستمكن من تقديمها لعملائك أو أصحاب العمل في تطوير الأفكار الإبداعية والوظيفية.

ليس عليك التضحية بأي من أنشطتك الحالية لمواصلة الاحتراف.
يقدم لك هذا البرنامج الجودة والمرونة التي تبحث عنها"



الأهداف العامة



- ♦ إتقان أدوات تصميم *Packaging* والتوضيح الرقمي من خلال إدارة برنامج Adobe Illustrator
- ♦ إنشاء هوية بصرية مفاهيمية وتجريبية و / أو تجارية تتلاءم مع جميع أنواع المنتجات
- ♦ إدارة مشروع *Packaging* كامل ومحفظة شخصية
- ♦ استيعاب سلسلة قيمة المنتج بطريقة شاملة: من تصميمه إلى فتح العبوة في المنزل أو البيع في المتجر
- ♦ إنشاء استراتيجيات *Branding* والتسويق من خلال استخدام *Big Data* والتقييم المستمر
- ♦ تصميم جميع هياكل *Packaging* بمعرفة متقدمة بموادها وتطبيقاتها في الحياة الواقعية
- ♦ التعامل مع *Ecopackaging* والمواد المشاركة في تصميم عبوات المنتج
- ♦ تطبيق تصميم *Packaging* والتغليف بدءاً من استخدامه في الاستهلاك الشامل إلى مستحضرات التجميل والمجوهرات ومنتجات الذواقة وسوق *Packaging* الفاخر





الوحدة 1. التصميم والتوضيح باستخدام Adobe Illustrator

- ♦ دمج أدوات Adobe Illustrator في تصميم Packaging المنتج
- ♦ إدارة الطباعة لتصميم الملصقات
- ♦ إتقان استخدام لوحة الألوان للطباعة الصحيحة
- ♦ توليد الانسجام في التصميم وتنفيذ الأدوات بشخصية تدمج قيم العلامة التجارية
- ♦ دمج سير عمل التصميم الرقمي في مشروع Packaging

الوحدة 2. الرسم الإيضاحي المتجه لـ Packaging في Adobe Illustrator

- ♦ دمج استخدام الرسومات للتصميم الرقمي مع Adobe Illustrator
- ♦ تطبيق واختيار الأدوات اللازمة لإنتاج المشروع Packaging
- ♦ إتقان الطباعة والحروف للملصقات وتصميم الشعار
- ♦ تنفيذ الصور المركبة التي تعرض المنتج النهائي في صورة ثلاثية الأبعاد وأعد إنشاء السيناريو النهائي
- ♦ إدارة تصميم التغليف في جميع مراحله: من إنشاء حجم على مساحة بيضاء إلى الطباعة بجميع الطبقات

الوحدة 3. التصميم الإيكولوجي: مواد لتصميم Packaging

- ♦ التعمق في عمل الاقتصاد الدائري فيما يتعلق بتصميم Packaging
- ♦ إتقان المواد القابلة للتحلل الحيوي وعملية إعادة التدوير
- ♦ إدارة قرارات التصميم الموجهة نحو العمر الافتراضي الثاني للحاوية
- ♦ رفع مستوى الوعي حول استخدام البلاستيك وضرورة تقليل البصمة الكربونية للحفاظ على البيئة
- ♦ تحسين عملية تصميم Packaging من خلال تحويل المحترفين إلى مصممين واعين



الوحدة 4. هيكل العبوة

- ♦ إتقان تقنيات الإبداع والتكوين الهيكلي القائم على ثقافة Packaging
- ♦ إنشاء مفهومًا محددًا يستجيب لهوية عالمية قائمة على الترابط مع هدف العلامة التجارية
- ♦ تطبيق تقنيات البحث في البيئة المادية والرقمية من خلال وضع إرشادات التصميم
- ♦ إدارة Lettering والطباعة لإعداد ملصقات التعبئة والتغليف
- ♦ تعميق التجربة الحسية وتجاوز الواقع الافتراضي الجديد للتعبئة وPackaging

الوحدة 5. Packaging المجوهرات ومستحضرات التجميل

- ♦ دمج احتياجات مستهلك مستحضرات التجميل للجمهور التقليدي والناشئ، مع العلم أن Packaging مستحضرات التجميل هو الفرق بين اقتناء المنتج في معظم الحالات
- ♦ إتقان تقنيات التصميم الرئيسية في جميع أنحاء عملية Packaging، ومحاذاة التغليف الخارجي والداخلي وتغليف المنتج.
- ♦ توسيع معايير تطبيق الأنماط في مجال مستحضرات التجميل، حيث أن تصميم Packaging محدد للغاية ومستقطب
- ♦ إدارة تقنيات Packaging التجريبية الإبداعية، وزيادة التفرد من خلال قيمة العبوة.
- ♦ إنشاء تصميمات جديدة بناءً على تصميم Packaging المجوهرات مع مراعاة الخطوط الرئيسية للتصميم في قطاع الفخامة

الوحدة 6. Packaging gourmet والنبذ

- ♦ دمج التقاليد الأسرية وترفيه الأوقات الجيدة في منتج يُنظر إليه على أنه جزء غير ملموس من التراث الثقافي لبلدنا
- ♦ إدارة العبوات والجوانب الفنية لتغليف النبيذ ومنتجات الطعام الفاخر لإيجاد توازن بين التصميم الوظيفي والجماليات
- ♦ إتقان المواد التي يتكون منها Packaging المنتج مثل الأغذية والزجاج والتعبئة الثانوية
- ♦ تصميم الملصق استجابةً لهندسة المعلومات التي تتضمن أخطاءً عالية الجودة وتعكس شخصية العلامة التجارية
- ♦ إدارة تجربة المستخدم، مدركًا أنها تجربة حسية يجب أن يدخل فيها حاسة الذوق أيضًا من خلال العينين

الوحدة 7. التعبئة والتغليف والتصميم في الاستهلاك الشامل

- ♦ توليد الشفافية والكفاءة في تغليف المواد الغذائية، محددات في التطور الصحيح للصحة البدنية
- ♦ دمج تقنية النانو وتقنيات Packaging التفاعلية في سوق السلع الاستهلاكية كجزء من استراتيجية ابتكار مستمرة
- ♦ استيعاب احتياجات المنتج الغذائي وظروف حفظه ونقله وتخزينه
- ♦ تحليل نتائج تصميم العبوات من منظور وظيفي وجمالي
- ♦ إدارة اتجاهات التخصص في مجال التصميم الذي يستهدف العلامات التجارية وعمامة المستهلكين

الوحدة 8. Packaging J Marketing & Branding

- ♦ دمج استخدام البيانات في الاستراتيجية الإبداعية لـ Packaging
- ♦ إتقان الاتصالات الإستراتيجية والقيمة حتى يكون Briefing حول تصميم الحاوية ناجحًا
- ♦ خلق قيمة من خلال إبراز هوية العلامة التجارية التي يمكن أن تتغير بمرور الوقت من المرونة والتنوع
- ♦ إضافة تجربة المستخدم في البيئة الرقمية إلى التغليف التقليدي للمتاجر المادية
- ♦ استيعاب استخدام الذكاء الاصطناعي كدعم وتقييم وتحليل للسلوك لتنمية التفكير النقدي

الوحدة 9. الاتجاه الإبداعي

- ♦ تشجيع تنمية المهارات الفنية من خلال فهم استخدام الرموز المرئية ورسالتها
- ♦ تطبيق كل ما تعلمته حتى الآن لتطوير محفظة شخصية و Briefing حول التصميم
- ♦ تناسب السرد المرئي في إستراتيجية العلامة التجارية
- ♦ دمج التقنيات الفنية الأكثر تقدمًا مثل تقنية تخمين الرسم أو الرسم الزائد
- ♦ إدارة المساحة والهيكل والأحجام بالإضافة إلى نطاق الألوان بشكل كامل وليس بشكل منفصل

الوحدة 10. التطوير التشغيلي لـ *Packaging*

- ♦ تحديد دور التصميم ضمن سلسلة توريد البضائع
- ♦ إدارة التطوير والنماذج الأولية للمنتج وتقنيات الاختبار لتطبيقها على تصميم *Packaging*
- ♦ زيادة قدرة رؤية الطالب عند التصميم بفضل المنظور العالمي لـ "رحلة الحزمة"
- ♦ دمج جميع المعارف القانونية والتنظيمية حول استخدام واستغلال الملكية الفكرية
- ♦ إتقان دوره كمصمم والقيام بتحسين علاقات العمل الخاصة به

سوف تتعلم كيفية إدارة التصميم والتوجه
نحو الحياة الثانية للتغليف والاستدامة"



الكفاءات

مع الماجستير الخاص في تصميم التغليف (Packaging)، سيقوم المحترف بتطوير مهارات إبداعية للتعبير الفعال في بيئة التسويق، مما يعطي الحياة لأفكار وظيفية وفريدة من نوعها من خلال الأدوات والتقنيات المستفاد. ستكون قادرًا على العمل في تصميم Packaging لقطاع مستحضرات التجميل والمجوهرات، بالإضافة إلى منتجات النيبيذ gourmet والاستهلاك الشامل، مع التطوير الشامل في تطوير سلسلة قيمة Packagging والتكامل مع المنتج لزيادة قيمته في السوق.



سوف تقوم بتطوير المهارات الإبداعية للعمل مع Adobe
Illustrator في تصميم Packaging المبتكر والوظيفي"





الكفاءات العامة

- ♦ تطوير التواصل اللفظي والمرئي من خلال إتقان Briefing والاتجاهات في تصميم Packaging
- ♦ زيادة الإبداع من خلال استخدام تقنيات الإدارة الفنية والمفاهيمية المطبقة على تغليف المنتجات
- ♦ تطوير قدرة تحليلية في مجال رصد وإدماج وتقييم استراتيجيات Branding المتولدة في بيئة التعبئة والتغليف
- ♦ اكتساب المعرفة حول سوق Packaging مستحضرات التجميل والمجوهرات ، وكذلك منتجات النيذ و gourmet والمنتجات الاستهلاكية
- ♦ تطوير مهارات الرسم التوضيحي وتقنيات التصميم بمساعدة الكمبيوتر باستخدام برنامج Adobe Illustrator
- ♦ فهم شامل لسلسلة قيمة Packaging والتكامل مع المنتج لزيادة قيمته في السوق



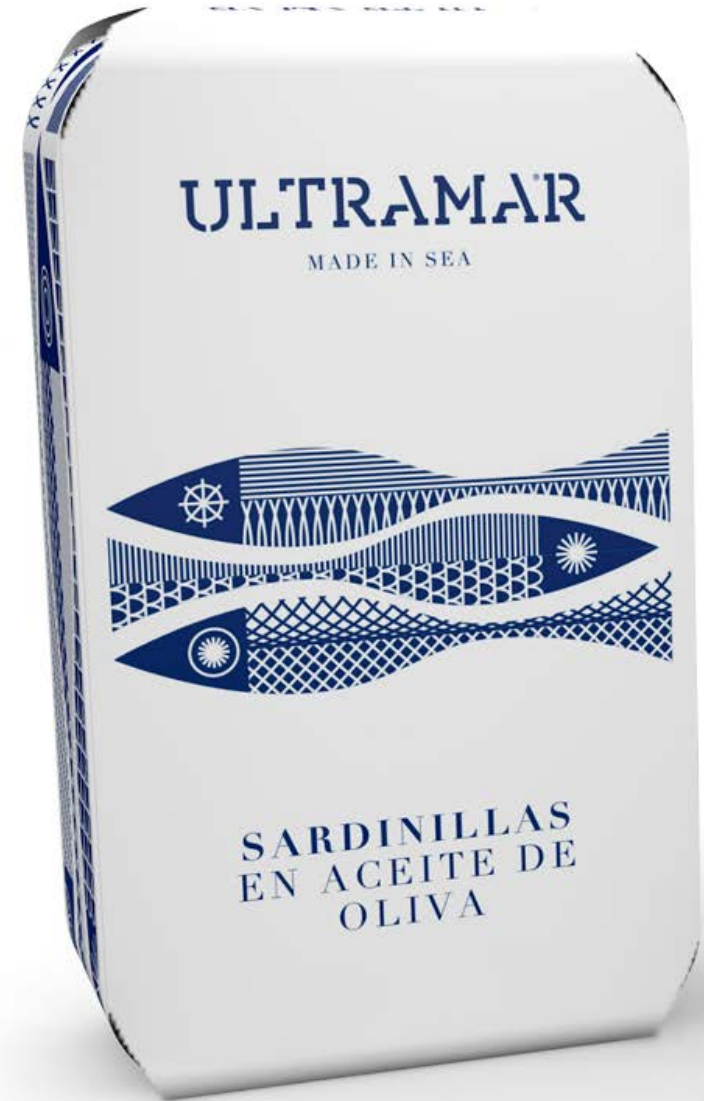
قم بتحديث معرفتك وتعزيز مهاراتك في تصميم Packaging وتقديم حلول بارعة في مشاريعك الجديدة"



الكفاءات المحددة



- ♦ عبر عن الأفكار بطريقة إبداعية وعملية من خلال أداة Adobe Illustrator
- ♦ تطوير المفاهيم الإبداعية وفقاً لمعاييرنا الخاصة ومواءمتها مع احتياجات المنتج والسوق
- ♦ امتلاك معرفة متقدمة بأنماط التصميم المناسبة لكل نوع من المنتجات في قطاعات مثل الطعام الفاخر ومستحضرات التجميل والمجوهرات والاستهلاك الشامل
- ♦ تطوير تصميم *Packaging* مستدام يكون أكثر مسؤولية تجاه البيئة
- ♦ تجاوز تطبيق الواقع الافتراضي كعنصر جديد لتحقيق مفاهيم جديدة
- ♦ إتقان أساليب التصميم في كل قطاع لتطبيقه: الرفاهية، الذواقة أو الاستهلاك الشامل
- ♦ العمل في مجال بحوث سوق المنتجات، لاستخدام البيانات في تطوير التصميم
- ♦ دمج التقنيات الجديدة لتوفير تجربة أفضل للمستخدم النهائي من خلال *Packaging*
- ♦ توليد أداء تشغيلي صحيح في دورك كمصمم متناغم مع البيئة



هيكل الإدارة وأعضاء هيئة تدريس الدورة التدريبية

اختارت TECH فريقًا تعليميًا رفيع المستوى يتكون من محترفين طليعيين ذوي خبرة دولية، والذين يقدمون القيمة والضمانة التي يتطلبها هذا البرنامج، لتدريب المصممين الناجحين في عالم Packaging. سيتمكن الخبراء في مجال الاتصالات والتسويق والفنون البصرية من نقل جميع المعرفة إلى الطالب للعمل بكفاءة، ويمكنهم دمجها في ممارسة عملهم. مع مراعاة اتباع منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت تعتمد على Relearning مما يعطي مزايا كبيرة لعملية التعلم.



سوف يرشدك المحترفون الطليعيون الذين يتمتعون
بأكثر من 15 عامًا من الخبرة إلى طريق النجاح"



المدير الدولي المُستضاف

Laura Moffitt مصممة مرموقة متخصصة في استراتيجية التغليف وتطوير العلامات التجارية على مستوى العالم. وتتمتع بخلفية قوية في مجال التوجيه الإبداعي في مجال التغليف المبتكر، قد عملت مع فرق متعددة الوظائف لإضفاء الحيوية على العلامات التجارية من خلال رؤية إبداعية ومتماسكة. وقد قادها تركيزها على اتجاهات المشاريع وشغفها بالتميز إلى تخطي حدود التقاليد، مما أدى إلى تقديم رؤية مبتكرة في هذا المجال.

طوال حياتها المهنية، شغلت مناصب رئيسية في شركات شهيرة، بما في ذلك منصب رئيس قسم تصميم العبوات في شركة L'Oréal للشباب. وبهذه الصفة، كانت مسؤولة عن قيادة عملية وضع التصورات وتنفيذ تصميمات التغليف، والتعاون مع فرق التسويق وتطوير المنتجات وفرق الموردين لضمان تجربة متسقة وفعالة للعلامة التجارية.

قد حظيت بتقدير دولي لقدرتها على رفع مكانة المؤسسات التي عملت معها. ومن هذا المنطلق، لعبت دوراً مهماً في تطوير استراتيجيات التغليف العالمية واقتراح مجموعات جذابة بصرياً تتواصل مع المستهلك. وبالإضافة إلى سجلها الحافل في هذا المجال، فقد فازت بجوائز عن نهجها المبتكر وقادت العديد من مبادرات التحسين المستمر التي وضعت معالم بارزة في هذا المجال.

كما ساهمت في تطوير الأبحاث وتحليل اتجاهات السوق، مما مكنها من البقاء في طليعة صناعة التصميم. وقد طورت نماذج عالية الدقة وعروضاً ثلاثية الأبعاد للتغليف والعناصر الترويجية وصممت أصولاً رقمية. وقد سمح لها نهجها الاستقصائي بالتعاون في إطلاق منتجات جديدة تتميز بوظائفها وجمالياتها.



أ. Laura Moffitt

- ♦ مديرة تصميم التغليف في L'Oréal، في لوس انجليس، الولايات المتحدة
- ♦ مصممة كبيرة (الشباب من أجل الشعب) في L'Oréal
- ♦ مصممة التعبئة والتغليف في L'Oréal
- ♦ مصممة التعبئة والتغليف في Youth To The People
- ♦ كبيرة المصممين (Beats by Dr. Dre (Apple
- ♦ مصممة جرافيك في FAM Brands
- ♦ متدربة في التصميم الجرافيكي في الرسم من الذاكرة
- ♦ متدربة التسويق في Bonhams
- ♦ متخصصة في التصميم الجرافيكي في معهد Pratt
- ♦ حاملة على شهادة في تصميم الآتمالات، مع تخصص في التصميم الجرافيكي من معهد Pratt

بفضل TECH، يمكنك التعلم من أفضل المحترفين
في العالم"



أ. García Barriga, María

- ♦ مراسلة في RTVE
- ♦ مراسلة في Telemadrid
- ♦ أستاذة جامعية
- ♦ مؤلفة كتاب نمط الخلود (El patrón de la eternidad): إنشاء هوية لولبية لأتمتة اتجاهات الموضة
- ♦ الاتصالات والتسويق والحملات الاجتماعية. تراث الفنون- التسويق الرقمي
- ♦ رئيسة التحرير. Chroma Press
- ♦ مديرة التسويق وحساب وسائل التواصل الاجتماعي. Servicecom
- ♦ محررة محتوى الويب. Premium Difusión, جريدة Siglo XXI y Magazine Of Managers
- ♦ دكتوراه، بيانات التصميم والتسويق. جامعة مدريد التقنية
- ♦ بكالوريوس علوم المعلومات والاتصالات والتسويق والإعلان. جامعة Complutense بمدريد
- ♦ دراسات عليا في التسويق والاتصالات في شركات الأزياء والرفاهية بالجامعة كومبلوتنسي بمدريد جامعة Complutense بمدريد
- ♦ معتمدة في تحليل البيانات والإبداع مع Python، الصين
- ♦ MBA Fashion Business School, كلية أعمال الأزياء بجامعة Navarra



الأساتذة

د. Gárgoles Saes, Paula

- ♦ دكتورة وباحثة واستشارية متخصصة في الموضة والاتصال والاستدامة
- ♦ أستاذة باحثة في كلية الاتصالات ورئيسة أكاديمية الاتصالات المؤسسية في جامعة البلدان الأمريكية، بمدينة México
- ♦ مستشارة الاتصالات والاستدامة في Ethical Fashion Space، مدينة México
- ♦ صحفية أزياء في وكالة Europa Press والمجلة الرقمية Asmoda
- ♦ أخصائية أزياء في معهد الأزياء في نيويورك Future Concept Lab في Milán
- ♦ شهادة في إدارة الاتصالات والأزياء من قسم الاتصالات، ومركز جامعة Villanueva، وكلية إدارة أزياء ISEM
- ♦ دكتوراه بامتياز في الإبداع التطبيقي من جامعة نافارا مع أطروحة نموذج السمعة لقطاع الأزياء
- ♦ بكالوريوس في الصحافة من جامعة كومبلوتنسي في مدريد
- ♦ Executive Fashion MBA بواسطة ISEM Fashion Business Sch

أ. Sigüenza, Eva

- ♦ مستشارة في وكالات الاتصال والعلاقات العامة Lifestyle
- ♦ منسقة العلاقات العامة في Penair
- ♦ مستشارة تسويق وعلاقات عامة في OmnicomPRGroup
- ♦ مديرة الحسابات في وكالة TTPR
- ♦ مديرة الحساب في Ogilvy Public Relations Worldwide
- ♦ متخصصة في حملات قطاع صناعة الساعات الفاخرة والرائعة، مع عملاء مثل Panerai
- ♦ بكالوريوس في الإعلان والعلاقات العامة من الجامعة الأوروبية في مدريد
- ♦ ماجستير في التسويق الرقمي والتجارة الإلكترونية من كلية إدارة الأعمال EAE

أ. Romero Monente, Begoña

- ♦ مديرة عامة لوكالة Young Promotion
- ♦ مرشدة شخصية ومدربة لرواد الأعمال
- ♦ محاضرة ومعلمة في مختلف دورات Retail Management والتسويق الرقمي وإدارة الأفراد
- ♦ منسقة بجمعية وكالات الترويج للمطارات
- ♦ مذيعه ومحررة ورئيس الاتصال في الإعلام المختلفة on/off
- ♦ بكالوريوس في الصحافة من جامعة Málaga
- ♦ بكالوريوس في الدعاية والإعلان والعلاقات العامة من جامعة كاتالونيا المفتوحة
- ♦ ماجستير في التسويق من جامعة Oberta كاتالونيا
- ♦ ماجستير في إدارة الأعمال في ISEM كلية إدارة أعمال الموضة بجامعة نافارا
- ♦ Coach معتمدة في المدرسة الأوروبية لـ Coaching

أ. Holgueras, Javier

- ♦ مخطط إدارة سلسلة التوريد في Zalando
- ♦ محلل أعمال لشركة Apple في مقرها الرئيسي في أيرلندا
- ♦ مدير السوق لشركة Kellogg's
- ♦ مخطط إيرادات والمبيعات والتطوير في Mondelēz International
- ♦ مدير التنفيذ لشركة Colgate-Palmolive
- ♦ ماجستير في Big Data وتحليل الأعمال لكلية التنظيم الصناعي بمدريد
- ♦ ماجستير في الهندسة الصناعية من جامعة بلد الوليد
- ♦ إجازة في الاقتصاد من الجامعة الوطنية للتعليم عن بعد

أ. Macías, Lola

- ♦ مستشارة تدويل الأعمال في *Thinking Out*
- ♦ مستشارة التدويل معتمدة من معهد Valencia للتنافسية التجارية
- ♦ منسقة مرصد سوق النسيج في AITEX
- ♦ أستاذة التجارة الدولية والتسويق والإعلان في جامعة فالنسيا الأوروبية
- ♦ أستاذة التدويل وإدارة الأعمال الاستراتيجية في جامعة CEU Cardenal Herrera
- ♦ دكتوراه في التسويق من جامعة فالنسيا
- ♦ بكالوريوس في إدارة الأعمال والإدارة من جامعة فالنسيا
- ♦ ماجستير في تنظيم وإدارة الشركة التجارية من جامعة باريس
- ♦ درجة الماجستير الجامعي في تدريب المعلمين للثانوية والبكالوريا والتدريب المهني من الجامعة الكاثوليكية في Valencia
- ♦ ماجستير في الموضة وإدارة التصميم والعمليات عن AITEX

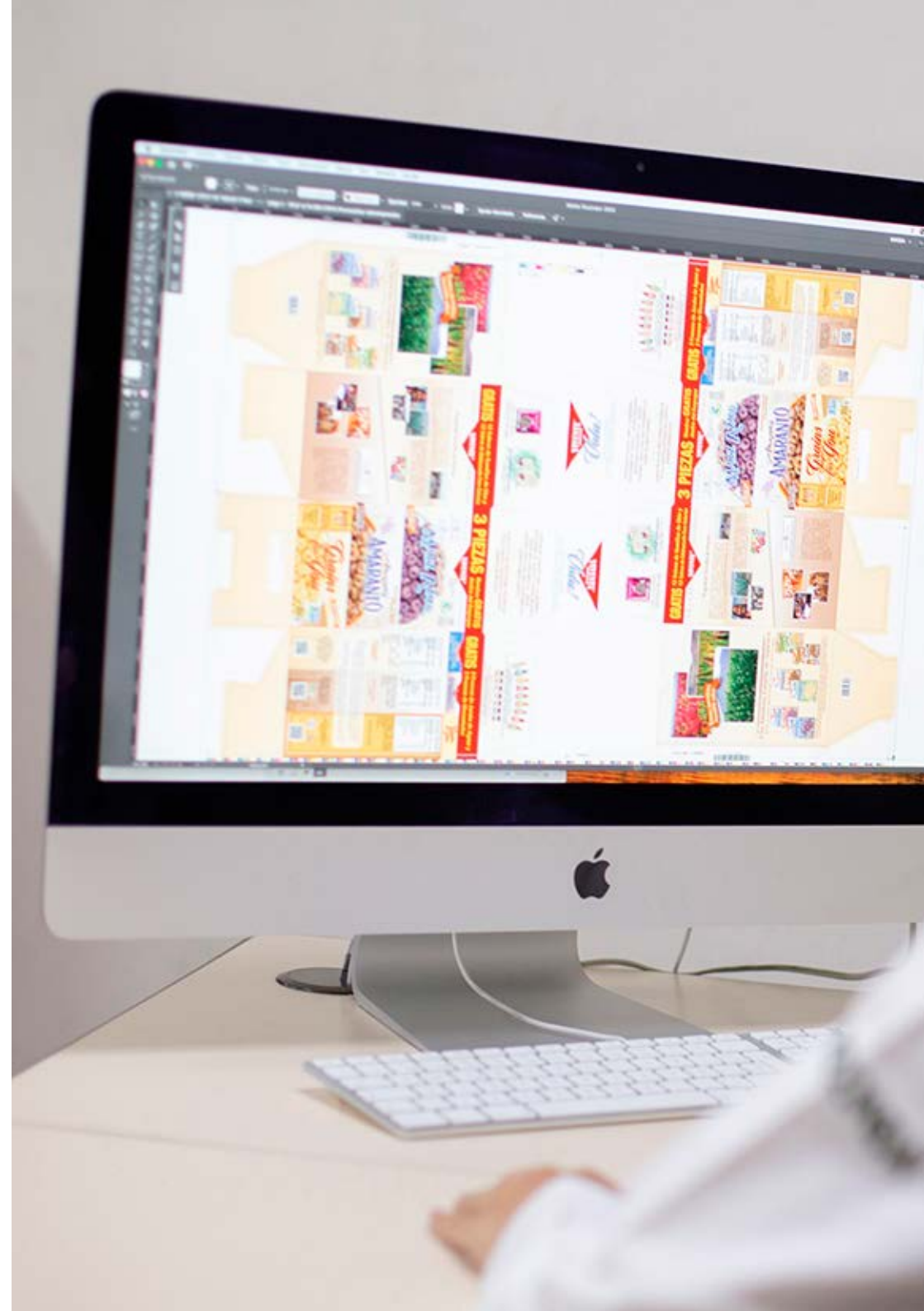
أ. Miñana Grau, Mari Carmen

- ♦ مصممة نسيج في Petite Antoinette
- ♦ مصممة في شركة Donzis Estudios
- ♦ مصمم في SummonPress
- ♦ الراعية في Valentín Herraiz
- ♦ بكالوريوس في تصميم الأزياء من Barreira Arte y Diseño
- ♦ خبيرة في التصميم الرقمي مع Adobe Illustrator
- ♦ تخصص في الملابس والتقطيع ونمط Valencia من قبل Aitex Paterna

أ. Merinero Gómez, Esther

- ♦ فنان
- ♦ مديرة فنية من معرض Arco الدولي
- ♦ التوجيه الفني في مشاريع مثل Costa del Sol The Koppel Project Gallery
- ♦ بكالوريوس في الفنون الجميلة، Chelsea College of Art and Design
- ♦ *Sculpture MA*, Royal College of Arts في لندن

تجربة تدريبية فريدة ومهمة وحاسمة
لتعزيز تطور المهني"



الهيكل والمحتوى

لكي يتمكن المحترف من العمل بمرونة كاملة في عملية التعلم، والاستجابة بشكل إيجابي للتقييمات المقابلة، تم تصميم منهج يتضمن إتقان التقنيات والأدوات، وصولاً إلى تطوير مهارات التحقيق مع التنفيذ عملياً في قطاعات السوق المختلفة. منظم في 10 وحدات مع محتوى حصري تم اختياره من قبل الخبراء، للدراسة في 12 شهرًا. التي يتم توزيعها بتنسيقات سمعية وبصرية ومكتوبة مختلفة لإضفاء ديناميكية على العملية، ويتم ترتيبها من خلال الموارد الوسائط المتعددة المثيرة للاهتمام.



توفر مجموعة متنوعة من التنسيقات التي يتم تقديم المحتوى بها
الديناميكية وخفة الحركة لعملية الدراسة. كل شيء متاح من خلال
منهجية 100% عبر الإنترنت تعتمد على "Relearning"



الوحدة 1. تصميم الرسم التوضيحي مع Adobe Illustrator

- 1.1 إعداد مساحة العمل
 - 1.1.1 ما هو الرسم المتجه؟
 - 2.1.1 المستند الجديد. مساحة العمل
 - 3.1.1 الواجهة
- 2.1 مساحة العمل
 - 1.2.1 الأدوات المتاحة
 - 2.2.1 القواعد والأدلة. الشبكات
 - 3.2.1 طاولات العمل
- 3.1 التّخطيط
 - 1.3.1 الأشكال الهندسية
 - 2.3.1 الانتقاء والاختيار المباشر
 - 3.3.1 الخط
- 4.1 اللون
 - 1.4.1 اللون والقطارة
 - 2.4.1 القلم
 - 3.4.1 الفرشاة
- 5.1 تحويل الأشكال
 - 1.5.1 معداة ومقص وشفرة
 - 2.5.1 الاعوجاج والحجم والتشويه
 - 3.5.1 المحاذاة والجمع. الطبقات
- 6.1 اللون وصفات الحشو
 - 1.6.1 الريشة
 - 2.6.1 المقابض والرؤوس التفاعلية
 - 3.6.1 مكاتب الألوان
- 7.1 الأشكال
 - 1.7.1 التدرج والشفافية. الاندماج
 - 2.7.1 TraceFinder
 - 3.7.1 التتبع التفاعلي
- 8.1 الحروف
 - 1.8.1 تثبيت برامج إدارة الخطوط والخطوط. الحرف والفقرة
 - 2.8.1 أداة النص
 - 3.8.1 عرض النص وتعديله وتشويهه. التوسع والتحول

الوحدة 2. الرسم الإيضاحي المتجه ل Packaging في Adobe Illustrator

- 9.1 نطاق الألوان
 - 1.9.1 نطاق الألوان
 - 2.9.1 الطباعة والتسلسلات الهرمية. الشعار الرمزي
 - 3.9.1 إنشاء النمط والعينة
- 10.1 الفنون النهائية
 - 1.10.1 تنسيقات الورق وأشكال الويب
 - 2.10.1 التصدير للطباعة
 - 3.10.1 التصدير إلى الوسائط الرقمية
- 1.2 الرسومات المتجهية
 - 1.1.2 المستند الجديد. مساحة العمل
 - 2.1.2 الأدوات العامة
 - 3.1.2 اللون
- 2.2 الفنون النهائية
 - 1.2.2 تنسيقات الورق وأشكال الويب
 - 2.2.2 التصدير للطباعة
 - 3.2.2 التصدير إلى الوسائط الرقمية
- 3.2 أدوات التوضيح بالذكاء الاصطناعي
 - 1.3.2 مجموعات الأدوات للتوضيح في الذكاء الاصطناعي
 - 2.3.2 التراكيب المتجهية
 - 3.3.2 طباعة المحارف المنضدة
- 4.2 الرسم الإيضاحي الرقمي
 - 1.4.2 مراجع الرسم التوضيحي لمنظمة العفو الدولية
 - 2.4.2 تقنية تتبع المتجهات ومشتقاتها
 - 3.4.2 تطبيق الرسم التوضيحي على (Packaging) In Focus
- 5.2 مصادر
 - 1.5.2 تحسين الوقت (صفحات تحتوي على عناصر ذكاء اصطناعي مجانية)
 - 2.5.2 الإصدارات والتعديلات (رسم المتجهات)
 - 3.5.2 مزايا الذكاء الاصطناعي مقارنة ب Photoshop في الرسم الإيضاحي الرقمي
- 6.2 الأشكال
 - 1.6.2 التصميم على تنسيق محدد مسبقًا
 - 2.6.2 إنشاء التنسيق من 0
 - 3.6.2 أشكال وتطبيقات جديدة

- 4.3 مواد مستدامة
 - 1.4.3 *Packaging* مصنوعة من مواد ذات أصل طبيعي
 - 2.4.3 *Packaging* المصنوعة من مواد قابلة للتحويل إلى سماد
 - 3.4.3 *Packaging* المصنوعة من مواد قابلة للتحلل
- 5.3 استخدام البلاستيك
 - 1.5.3 آثار البلاستيك في العالم
 - 2.5.3 بدائل البلاستيك
 - 3.5.3 بلاستيك معاد تدويره
- 6.3 عمليات التصنيع المستدامة
 - 1.6.3 العمليات المستدامة في البعد الاجتماعي
 - 2.6.3 العمليات المستدامة في البعد البيئي
 - 3.6.3 العمليات المستدامة في البعد الاقتصادي والحوكمة
- 7.3 إعادة التدوير
 - 1.7.3 المواد المعاد تدويرها
 - 2.7.3 عملية إعادة التدوير
 - 3.7.3 سعر إعادة التدوير في *Packaging*
- 8.3 تصميم *Packaging* لإعادة التدوير وإعادة الاستخدام
 - 1.8.3 العمر الثاني *Packaging*
 - 2.8.3 تصميم لإعادة التدوير
 - 3.8.3 تصميم لإعادة الاستخدام
- 9.3 التحسين والتنوع في *Packaging*
 - 1.9.3 عندما يكون القليل أكثر في *Packaging*
 - 2.9.3 كيفية تقليل *Packaging* دون فقدان قيمة العلامة التجارية؟
 - 3.9.3 متى يمكن التخلص من *Packaging* دون فقدان قيمة العلامة التجارية؟
 - 10.3 كيفية زيادة الوعي لدى مستهلك *Packaging*
 - 1.10.3 التعليم
 - 2.10.3 توعية
 - 3.10.3 إشراك المستهلك في عملية *Packaging*

- 7.2 المعدات
 - 1.7.2 المواد المشتركة وتطبيقاتها
 - 2.7.2 *Packaging* كشيء مرغوب
 - 3.7.2 المواد الجديدة
- 8.2 *Packaging* المادي
 - 1.8.2 العلامات
 - 2.8.2 الصناديق
 - 3.8.2 مذكرات شكر/دعوات
 - 4.8.2 الألفة
- 9.2 *Packaging* الرقمي
 - 1.9.2 النشرات الإخبارية
 - 2.9.2 web و Banners
 - 3.9.2 نموذج Instagram
 - 10.2 Mockup
 - 1.10.2 دمج *Mockup*
 - 2.10.2 مداخل *Mockup* المجانية
 - 3.10.2 استخدام *Mockup*
 - 4.10.2 إنشاء *Mockup* خاص

الوحدة 3. التصميم الإيكولوجي: مواد لتصميم *Packaging*

- 1.3 الاستدامة: *driver* تصميم جديد
 - 1.1.3 الأبعاد الثلاثة للاستدامة: الاجتماعية والبيئية والاقتصادية
 - 2.1.3 الاستدامة ضمن نموذج الأعمال
 - 3.1.3 يتم إدراج الاستدامة في عملية التغليف بأكملها: من التصميم إلى إعادة التدوير
- 2.3 الاقتصاد الدائري في *Packaging*
 - 1.2.3 دائرية في البيئات الجمالية
 - 2.2.3 تطبيق الاقتصاد الدائري في *Packaging*
 - 3.2.3 تحديات الاقتصاد الدائري في *Packaging*
- 3.3 التصميم المستدام لـ *Packaging*
 - 1.3.3 أهداف التصميم المستدام
 - 2.3.3 صعوبات التصميم المستدام
 - 3.3.3 تحديات التصميم المستدام

الوحدة 4. هيكل Packaging

- 1.4. الرسم التوضيحي لـ Packaging
 - 1.1.4. ثقافة Packaging (الرينين)
 - 2.1.4. وظائف Packaging الرقمي
 - 3.1.4. أهداف تصميم Packaging
- 2.4. التكوين الهيكلي
 - 1.2.4. اختيار الشكل (الهيكل)
 - 2.2.4. اللون matching
 - 3.2.4. نسج ثنائي الأبعاد
- 3.4. تقنيات معبرة
 - 1.3.4. رسوم توضيحية محددة
 - 2.3.4. الرسوم التوضيحية المجردة
 - 3.3.4. الفكاهة في المنتجات المعبأة
- 4.4. تقنيات التمثيل البصري
 - 1.4.4. شراكات
 - 2.4.4. مجازات رمزية
 - 3.4.4. المبالغات البصرية الزائدة (In Focus: التسلسل الهرمي البصري)
- 5.4. التصميم النظري
 - 1.5.4. البحوث الديمغرافية والإثنوغرافية
 - 2.5.4. بحوث التجزئة والأبحاث الرقمية
 - 3.5.4. مفهوم العلامة التجارية ، تصميم العبوة (In Focus: Culture Map)
- 6.4. عناصر تصميم التعبئة والتغليف
 - 1.6.4. لوحة العرض
 - 2.6.4. صور العلامة التجارية
 - 3.6.4. Concept Board (In Focus): اسم المنتج واسم العلامة التجارية)
- 7.4. الترقيين
 - 1.7.4. الطباعة
 - 2.7.4. تباعد الأسطر
 - 3.7.4. مبادئ الطباعة (In Focus: الطباعة والتكنولوجيا):
- 8.4. مراحل تصميم Packaging
 - 1.8.4. هيكل المشروع Briefing
 - 2.8.4. تواصل الإستراتيجية
 - 3.8.4. تحسين التصميم ومرحلة ما قبل الإنتاج (In Focus) لمن تم تصميم Luxury Packaging؟

الوحدة 5. Packaging المجوهرات ومستحضرات التجميل

- 9.4. التجربة الحسية
 - 1.9.4. كيف يبدو Packaging؟
 - 2.9.4. اللمسة ثنائية الأبعاد
 - 3.9.4. التقييم الحسي (In Focus: التجربة الحسية الافتراضية)
- 10.4. Packaging الافتراضي
 - 1.10.4. التعبئة والتغليف في الميتافيرس
 - 2.10.4. العلامات التجارية الفاخرة
 - 3.10.4. المواد السمعية والبصرية المضمنة في Packaging (In Focus: Unboxing) في الميتافيرس

- 1.5. القدرة التنافسية لقطاع مستحضرات التجميل
 - 1.1.5. احتياجات المستهلك من Packaging
 - 2.1.5. الطيف الواسع من ماركات مستحضرات التجميل
 - 3.1.5. تصميم Packaging كقيمة تفاضلية في قطاع مستحضرات التجميل

- 2.5. الأنماط في تصميم مستحضرات التجميل
 - 1.2.5. التصميم الأثوي
 - 2.2.5. التصميم الرجالي

- 3.2.5. تصميم اللا ثنائي الجنسية no Gender
- 3.5. تصميم حاويات الكريمة والصابون
 - 1.3.5. تعريف الخطوط المستديرة أو المربعة ؟

- 2.3.5. تخصيص Front
- 3.3.5. أنماط جريئة مقابل. أنماط رصينة
- 4.5. سلامة وحماية الكريمات

- 1.4.5. الحفاظ على مضادات الأكسدة
- 2.4.5. مخاطر سوء التعبئة والتغليف
- 3.4.5. عتامة العبوة؟

- 5.5. العطور
 - 1.5.5. المكونات الطبيعية
 - 2.5.5. علبه العطر: ملونة أو كريستال
 - 3.5.5. هيكل الزجاجات

- 6.5. تصميم التعبئة والتغليف للماكياج
 - 1.6.5. الرسم التوضيحي في علب الظل
 - 2.6.5. الإصدارات الخاصة

- 3.6.5. نمط الأزهار مقابل. نمط الحدنوي

- 7.5 اتجاهات التعبئة والتغليف Packaging طوال عملية التعبئة والتغليف
 - 1.7.5 كيس التغليف الخارجي
 - 2.7.5 صندوق التعبئة الداخلي
 - 3.7.5 تغليف منتج زجاجة
- 8.5 تغليف Packaging تجريبي إبداعي
 - 1.8.5 الجوهرة كقطعة فريدة
 - 2.8.5 الرقي والأناقة
 - 3.8.5 الصندوق السحري
- 9.5 اختيار الألوان في تصميم Packaging عبوات المجوهرات
 - 1.9.5 اللوحة الكلاسيكية
 - 2.9.5 لون الذهب ورموزه
 - 3.9.5 معدن ، مادة باردة وعديمة اللون
- 10.5 تصميم صناديق المجوهرات
 - 1.10.5 قطع الخشب: الحواف والمقصورات
 - 2.10.5 منجد بالقماش أو بالقطيفة
 - 3.10.5 تصميم تقديم الجواهر
- 11.5 تغليف المجوهرات الفاخرة
 - 1.11.5 التغليف Packaging بالجلد ا
 - 2.11.5 استخدام الخيوط والساتان
 - 3.11.5 مساحة الشعار

الوحدة 6. Packaging gourmet والنبيذ

- 1.6 أساسيات Packaging gourmet
 - 1.1.6 تصميم عملي وجمالي
 - 2.1.6 استخدام الزجاج والكرتون
 - 3.1.6 بيئة العمل في التغليف
- 2.6 بنية المعلومات
 - 1.2.6 الأولوية: جمالية أو وظيفية
 - 2.2.6 القيم التكميلية
 - 3.2.6 الرسالة التي ستصدر
- 3.6 تصميم الشعار
 - 1.3.6 النمط المتساوي
 - 2.3.6 النمط المتماثل
 - 3.3.6 الملصق



الوحدة 7. التعبئة والتغليف والتصميم في الاستهلاك الشامل

- 1.7. الشفافية في *Packaging* المواد الغذائية
 - 1.1.7. صحة التغليف
 - 2.1.7. بلاستيك لتغليف الطعام والمواد القابلة للتحلل
 - 3.1.7. البوليمرات
- 2.7. تغليف جديد للاغذية
 - 1.2.7. البوليمرات الحيوية
 - 2.2.7. الأحماض العضوية
 - 3.2.7. مقاييس الغاز ودرجة الحرارة
- 3.7. *Nano Packaging*
 - 1.3.7. الجسيمات النانوية
 - 2.3.7. المواد النانوية
 - 3.3.7. مستحلبات النانو
- 4.7. حاضر *Packaging* للاستهلاك الشامل
 - 1.4.7. *Active Packaging*
 - 2.4.7. *Intelligent Packaging*
 - 3.4.7. تغليف ذكي
- 5.7. الإنتاج الضخم
 - 1.5.7. *Packaging* والتوزيع
 - 2.5.7. التغليف الأساسي
 - 3.5.7. التغليف الثانوي (حالة: علب Kellogg)
- 6.7. ظهور الاستهلاك الكبير
 - 1.6.7. تصوير الطعام
 - 2.6.7. رسومات توضيحية تعليمية
 - 3.6.7. تصميم فعال
- 7.7. *Packaging* التفاعلي
 - 1.7.7. وظيفة *Packaging* التفاعلي
 - 2.7.7. أنواع *Packaging* التفاعلي
 - 3.7.7. العلاقات التفاعلية
- 8.7. تصميم تغليف المواد الغذائية
 - 1.8.7. الشكل والحجم
 - 2.8.7. الأطعمة الطازجة أو المصنعة
 - 3.8.7. التصميم في ملصقات المنتجات

- 4.6. المحتوى الأساسي في *Packaging gourmet* والنيبيذ
 - 1.4.6. تسمية المنشأ
 - 2.4.6. وصف المنتج
 - 3.4.6. أختام نوعية محددة
- 5.6. خصائص النيبيذ ومنتجات الطعام الفاخر
 - 1.5.6. الحفاظ على الجودة
 - 2.5.6. حفظ النكهة
 - 3.5.6. عرض تقديمي
- 6.6. شخصية العلامات التجارية للطعام الفاخر والنيبيذ
 - 1.6.6. التراث العائلي
 - 2.6.6. الأوقات الجيدة الملهمة
 - 3.6.6. حاسة الذوق تدخل من خلال العينين
- 7.6. الملصق
 - 1.7.6. نوع الورق
 - 2.7.6. خصائص الورق
 - 3.7.6. معلومات إضافية (In Focus): استخدام الورق المعاد تدويره في الملصقات
- 8.6. الفلين
 - 1.8.6. جودة السداة
 - 2.8.6. الفلين الطبيعي ، *Twin-Top*، المتكثف والمكثف.
 - 3.8.6. الطباعة على السداة (بروكورك، تي كورك، كافا أو متعدد القطع)
- 9.6. الزجاج
 - 1.9.6. قوالب وأشكال الزجاج
 - 2.9.6. ارتفاع ولون الزجاج
 - 3.9.6. تصميم كبسولات الإغلاق الواقية
- 10.6. عبوات *gourmet*
 - 1.10.6. المنتج تحت النظر
 - 2.10.6. وضع العلامات الواضحة والمقروءة والمرتبطة
 - 3.10.6. نظارة التصميم

- 7.8 استخدام Big data لإنشاء الأيقونة
- 1.7.8 سوق Packaging
- 2.7.8 مستهلك Packaging
- 3.7.8 التجزئة والقيمة
- 8.8 خلق قيمة مع مرور الوقت
- 1.8.8 استراتيجيات الولاء
- 2.8.8 توليد السفراء من العملاء
- 3.8.8 إدارة الاتصالات بكفاءة
- 9.8 تجربة المستخدم
- 1.9.8 البيئة الرقمية
- 2.9.8 توليد Engagement
- 3.9.8 الرسائل
- 10.8 إدارة المشاريع
- 1.10.8 إعداد Briefing
- 2.10.8 الاتصالات الاستراتيجية
- 3.10.8 الاتصالات القيمة

الوحدة 9. الاتجاه الإبداعي

- 1.9 تطور Packaging
- 1.1.9 الاتصال البصري
- 2.1.9 تاريخ المضاربة في Packaging
- 3.1.9 الأسس الجمالية
- 2.9 سرد المنتج
- 1.2.9 حدد قصتك. ما هي رسالتك؟
- 2.2.9 حدد جمهورك الأساسي
- 3.2.9 محادثة بين العلامة التجارية والمستهلك
- 3.9 استراتيجية العلامة التجارية
- 1.3.9 Briefings
- 2.3.9 الآليات واللغات الخاصة
- 3.3.9 مواد Research. الاتجاهات
- 4.9 ورشة المضاربة
- 1.4.9 الفن والمساحة. أحجام
- 2.4.9 الفضاء المادي 1. اللعبة والوقت والفرصة
- 3.4.9 الفضاء الرقمي 1. Virtual Making

- 9.7 Packaging التجاري
- 1.9.7 من العام إلى المتميز
- 2.9.7 تصميم وظيفي مع twist
- 3.9.7 التخصيص الهائل
- 10.7 تقييم تصميم Packaging
- 1.10.7 هل من الواضح ما هو المنتج الخاص بك؟
- 2.10.7 هل هو تمثيل صادق للمنتج؟
- 3.10.7 كيف سيبدو المنتج في المتجر أو في صورة ثلاثية الأبعاد؟
- 4.10.7 تعدد الاستخدامات

الوحدة 8. Marketing & Branding لأجل Packaging

- 1.8 الذكاء الاصطناعي في تصميم Packaging
- 1.1.8 تفعيل الإبداع من خلال البيانات
- 2.1.8 تقنيات التمايز
- 3.1.8 إعادة التصميم والتقييم
- 2.8 Branding لـ "الأغلفة"
- 1.2.8 هوية العلامة التجارية
- 2.2.8 التصميم القائم على Branding
- 3.2.8 التأثير الاقتصادي لـ branding على Packaging
- 3.8 الاستراتيجية الرقمية
- 1.3.8 استراتيجيات الأعمال المرتبطة بالهوية
- 2.3.8 الدعاية
- 3.3.8 تقييم التمرکز
- 4.8 عملية توجيه البيانات
- 1.4.8 إدارة الاتصالات البصرية من خلال البيانات
- 2.4.8 جمع البيانات واختيارها
- 3.4.8 تحليل البيانات
- 5.8 عادات استهلاك البيئة Premium
- 1.5.8 مقاييس التسويق الرئيسية
- 2.5.8 المقاييس الرئيسية لـ Packaging
- 3.5.8 إنشاء أنماط متسلسلة
- 6.8 الابتكار في بيئة Packaging
- 1.6.8 إدارة الإبداع
- 2.6.8 التقنيات التنبؤية
- 3.6.8 محاكاة سيناريوهات الابتكار

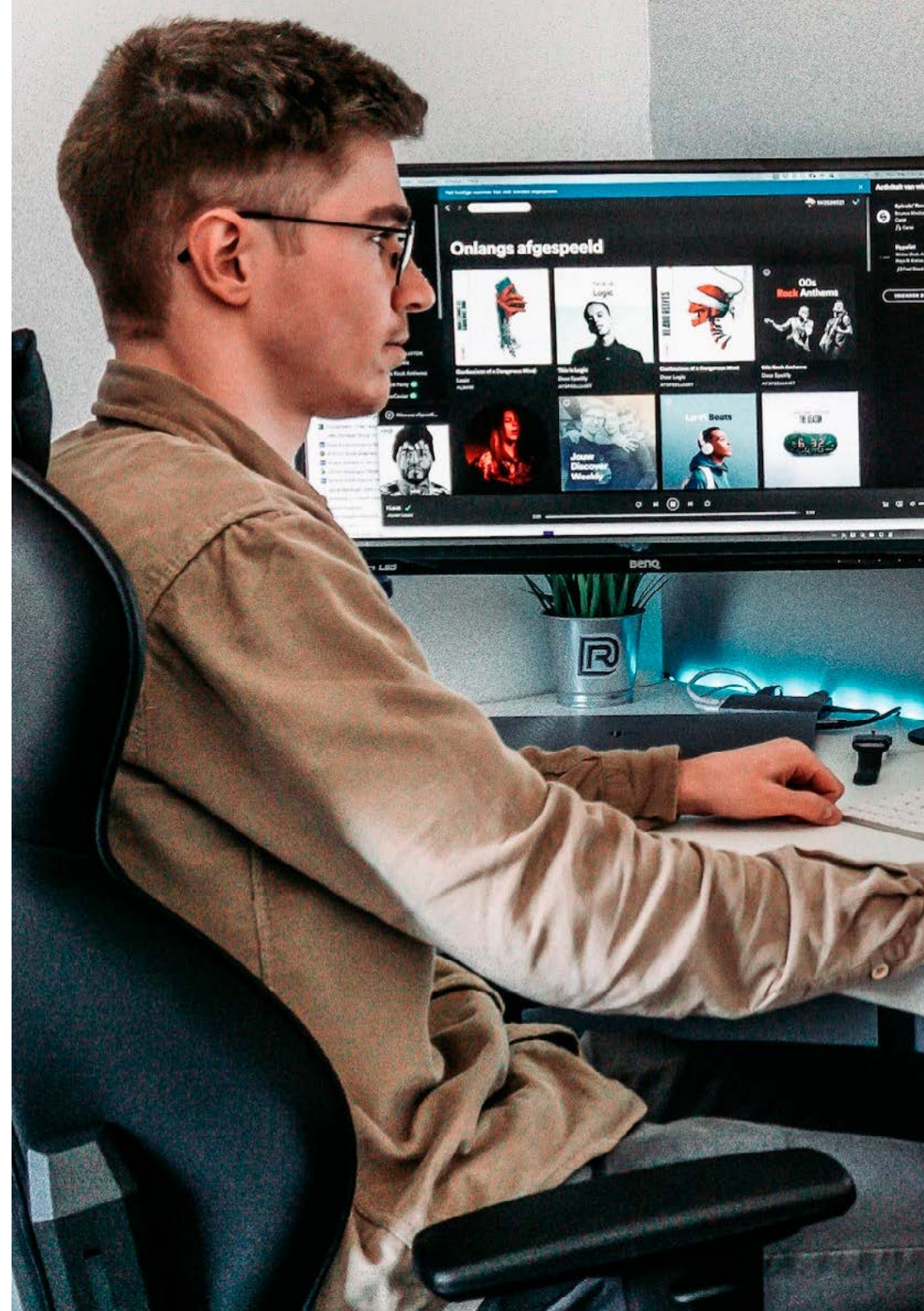
الوحدة 10. التطوير التشغيلي لـ Packaging

- 1.10. سلسلة قيمة التعبئة والتغليف
 - 1.1.10. دورة حياة "الغلاف"
 - 2.1.10. المهام
 - 3.1.10. دور التصميم في سلسلة التوريد
- 2.10. Stock Packaging
 - 1.2.10. التخزين
 - 2.2.10. التوزيع: التتبع والتعقب
 - 3.2.10. تكامل العمليات في التصميم
 - 3.10. e-commerce g Retail
 - 1.3.10. الواقع الجديد للتغليف في المتاجر المادية
 - 2.3.10. Concept Stores
 - 3.3.10. تصميم طرود التوصيل إلى المنازل (In Focus): التوحيد القياسي مقابل التخصيص
- 4.10. التغليف الصناعي
 - 1.4.10. تحليل التكلفة
 - 2.4.10. الحدود في تصميم Packaging
 - 3.4.10. تقييم عملية Packaging
 - 5.10. الابتكار في تصميم Packaging
 - 1.5.10. تطور مفهوم التغليف
 - 2.5.10. جودة Packaging
 - 3.5.10. إدارة الشحنات على القناة الإلكترونية
 - 6.10. استراتيجية packaging
 - 1.6.10. التغليف الأولي والثانوي والثالث في نظام Packaging
 - 2.6.10. الشركة المصنعة للمنتج ومصمم Packaging
 - 3.6.10. صناعة القرار
 - 7.10. تطوير المفهوم
 - 1.7.10. (OKR) Technique Objectives and Key results
 - 2.7.10. Framing Techniques
 - 3.7.10. Canvas Technique

- 5.9. بيئة المنتجات
 - 1.5.9. الفرضيات وموقعها
 - 2.5.9. المساحة المادية 2
 - 3.5.9. المساحة الرقمية 2
- 6.9. الإبداع التقني
 - 1.6.9. التركيب
 - 2.6.9. تقنية تخمين رسم تعدد الصور
 - 3.6.9. Hypergraphics. الرسم البياني المطبق على المساحة
- 7.9. إنتاج وتطوير Packaging
 - 1.7.9. المواد كرسالة
 - 2.7.9. التقنيات التقليدية والتقنيات المعاصرة
 - 3.7.9. لماذا نراهن على صورة ؟
- 8.9. اتجاه الفن
 - 1.8.9. تطبيق رواية المنتج
 - 2.8.9. المدى اللوني ومعناه
 - 3.8.9. تحديد نهج الإعلان
- 9.9. ما بعد الإنتاج
 - 1.9.9. التصوير
 - 2.9.9. الإضاءة
 - 3.9.9. التأثيرات
- 10.9. مشروع ريادة الأعمال
 - 1.10.9. المحفظة
 - 2.10.9. Instagram
 - 3.10.9. انعكاس. Workshop

- 8.10 منتج التصميم
- 1.8.10 النماذج الأولية (Story Map + Live Data)
- 2.8.10 تم اختباره (Concierge Test + سهولة الاستخدام/الموثوقية/السلوك)
- 3.8.10 التقييم
- 9.10 الجوانب القانونية والتنظيمية
- 1.9.10 الملكية الفكرية
- 2.9.10 التزوير
- 3.9.10 السرية
- 10.10 مهنة مصمم Packaging
- 1.10.10 Stakeholders
- 2.10.10 بيئة العمل
- 3.10.10 علاقات العمل مع العملاء

اغتنم هذه الفرصة إلى أقصى حد للتعرف
على أحدث التطورات في هذا الموضوع
لتطبيقها على ممارستك اليومية"



المنهجية

يقدم هذا البرنامج التدريبي طريقة مختلفة للتعلم، فقد تم تطوير منهجيتنا من خلال أسلوب التعليم المرتكز على التكرار: **Relearning** أو ما يعرف بمنهجية إعادة التعلم.

يتم استخدام نظام التدريس هذا، على سبيل المثال، في أكثر كليات الطب شهرة في العالم، وقد تم اعتباره أحد أكثر المناهج فعالية في المنشورات ذات الصلة مثل مجلة نيو إنجلند الطبية (*New England Journal of Medicine*).





اكتشف منهجية *Relearning* (منهجية إعادة التعلم)، وهي نظام يتخلى عن التعلم الخطي التقليدي ليأخذك عبر أنظمة التدريس التعليم المرتكزة على التكرار: إنها طريقة تعلم أثبتت فعاليتها بشكل كبير، لا سيما في المواد الدراسية التي تتطلب الحفظ"

منهج دراسة الحالة لوضع جميع محتويات المنهج في سياقها المناسب

يقدم برنامجنا منهج ثوري لتطوير المهارات والمعرفة. هدفنا هو تعزيز المهارات في سياق متغير وتنافسي ومتطلب للغاية.



مع جامعة TECH يمكنك تجربة طريقة تعلم تهز
أسس الجامعات التقليدية في جميع أنحاء العالم"



سيتم توجيهك من خلال نظام التعلم القائم على إعادة
التأكيد على ما تم تعلمه، مع منهج تدريس طبيعي
وتقدمي على طول المنهج الدراسي بأكمله.

منهج تعلم مبتكرة ومختلفة

إن هذا البرنامج المُقدم من خلال TECH هو برنامج تدريس مكثف، تم خلقه من الصفر، والذي يقدم التحديات والقرارات الأكثر تطلبًا في هذا المجال، سواء على المستوى المحلي أو الدولي. تعزز هذه المنهجية النمو الشخصي والمهني، متخذة بذلك خطوة حاسمة نحو تحقيق النجاح. ومنهج دراسة الحالة، وهو أسلوب يبرسي الأسس لهذا المحتوى، يكفل اتباع أحدث الحقائق الاقتصادية والاجتماعية والمهنية.

يعدك برنامجنا هذا لمواجهة تحديات جديدة في بيئات
غير مستقرة ولتحقيق النجاح في حياتك المهنية"



كان منهج دراسة الحالة هو نظام التعلم الأكثر استخدامًا من قبل أفضل كليات الحاسبات في العالم منذ نشأتها. تم تطويره في عام 1912 بحيث لا يتعلم طلاب القانون القوانين بناءً على المحتويات النظرية فحسب، بل اعتمد منهج دراسة الحالة على تقديم مواقف معقدة حقيقية لهم لاتخاذ قرارات مستنيرة وتقدير الأحكام حول كيفية حلها. في عام 1924 تم تحديد هذه المنهجية كمنهج قياسي للتدريس في جامعة هارفارد.

أمام حالة معينة، ما الذي يجب أن يفعله المهني؟ هذا هو السؤال الذي سنواجهك بها في منهج دراسة الحالة، وهو منهج تعلم موجه نحو الإجراءات المتخذة لحل الحالات. طوال المحاضرة الجامعية، سيواجه الطلاب عدة حالات حقيقية. يجب عليهم دمج كل معارفهم والتحقيق والجدال والدفاع عن أفكارهم وقراراتهم.



سيتعلم الطالب، من خلال الأنشطة التعاونية
والحالات الحقيقية، حل المواقف المعقدة
في بيئات العمل الحقيقية.

منهجية إعادة التعلم (Relearning)

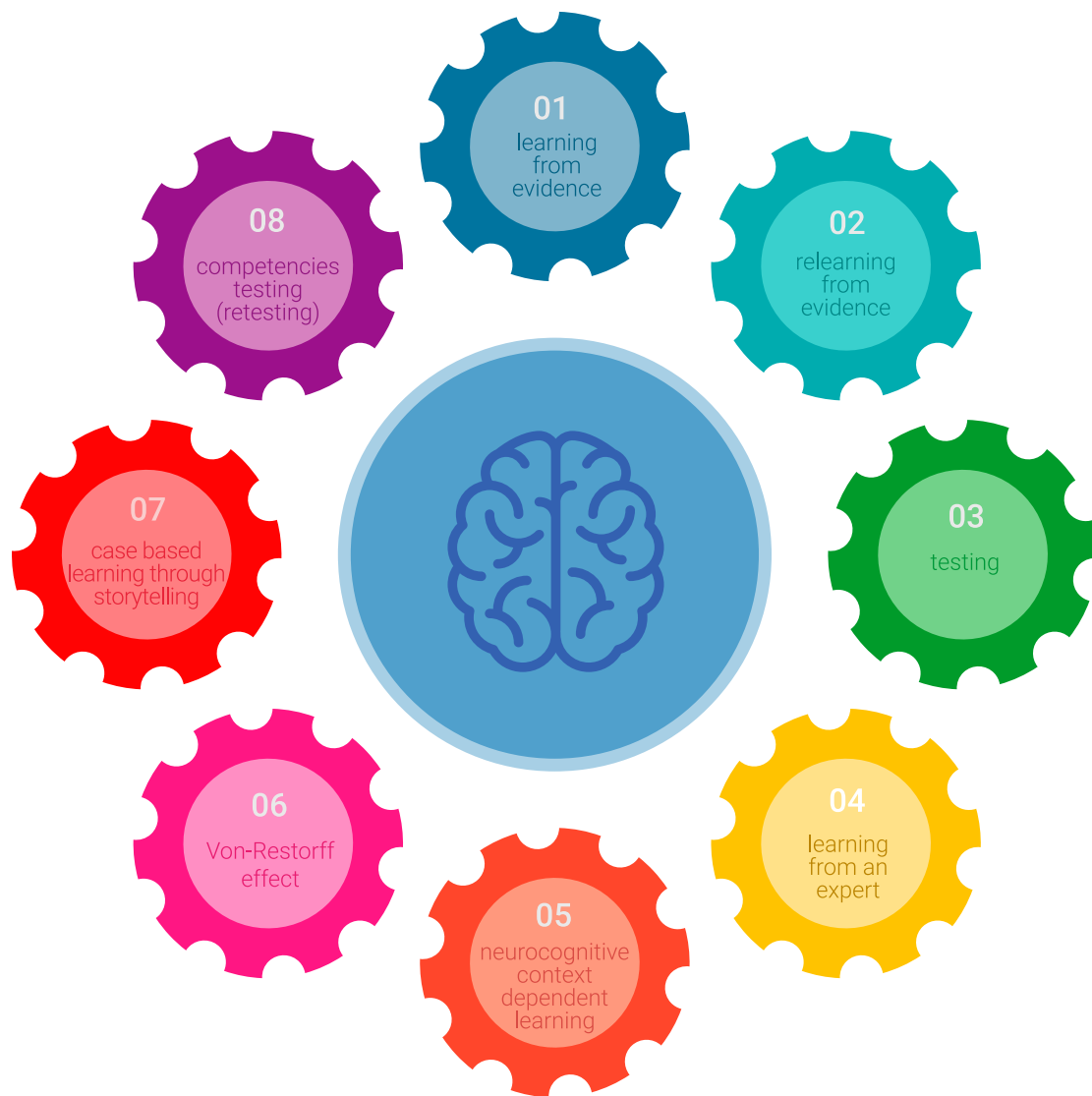
تجمع جامعة TECH بين منهج دراسة الحالة ونظام التعلم عن بعد، 100% عبر الإنترنت والقائم على التكرار، حيث تجمع بين 8 عناصر مختلفة في كل درس.

نحن نعزز منهج دراسة الحالة بأفضل منهجية تدريس 100% عبر الإنترنت في الوقت الحالي وهي: منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*.

في عام 2019، حصلنا على أفضل نتائج تعليمية متفوقين بذلك على جميع الجامعات الافتراضية الناطقة باللغة الإسبانية في العالم.

في TECH ستتعلم بمنهجية رائدة مصممة لتدريب مدراء المستقبل. وهذا المنهج، في طبيعة التعليم العالمي، يسمى *Relearning* أو إعادة التعلم.

جامعتنا هي الجامعة الوحيدة الناطقة باللغة الإسبانية المصريح لها لاستخدام هذا المنهج الناجح. في عام 2019، تمكنا من تحسين مستويات الرضا العام لطلابنا من حيث (جودة التدريس، جودة المواد، هيكل الدورة، الأهداف...) فيما يتعلق بمؤشرات أفضل جامعة عبر الإنترنت باللغة الإسبانية.

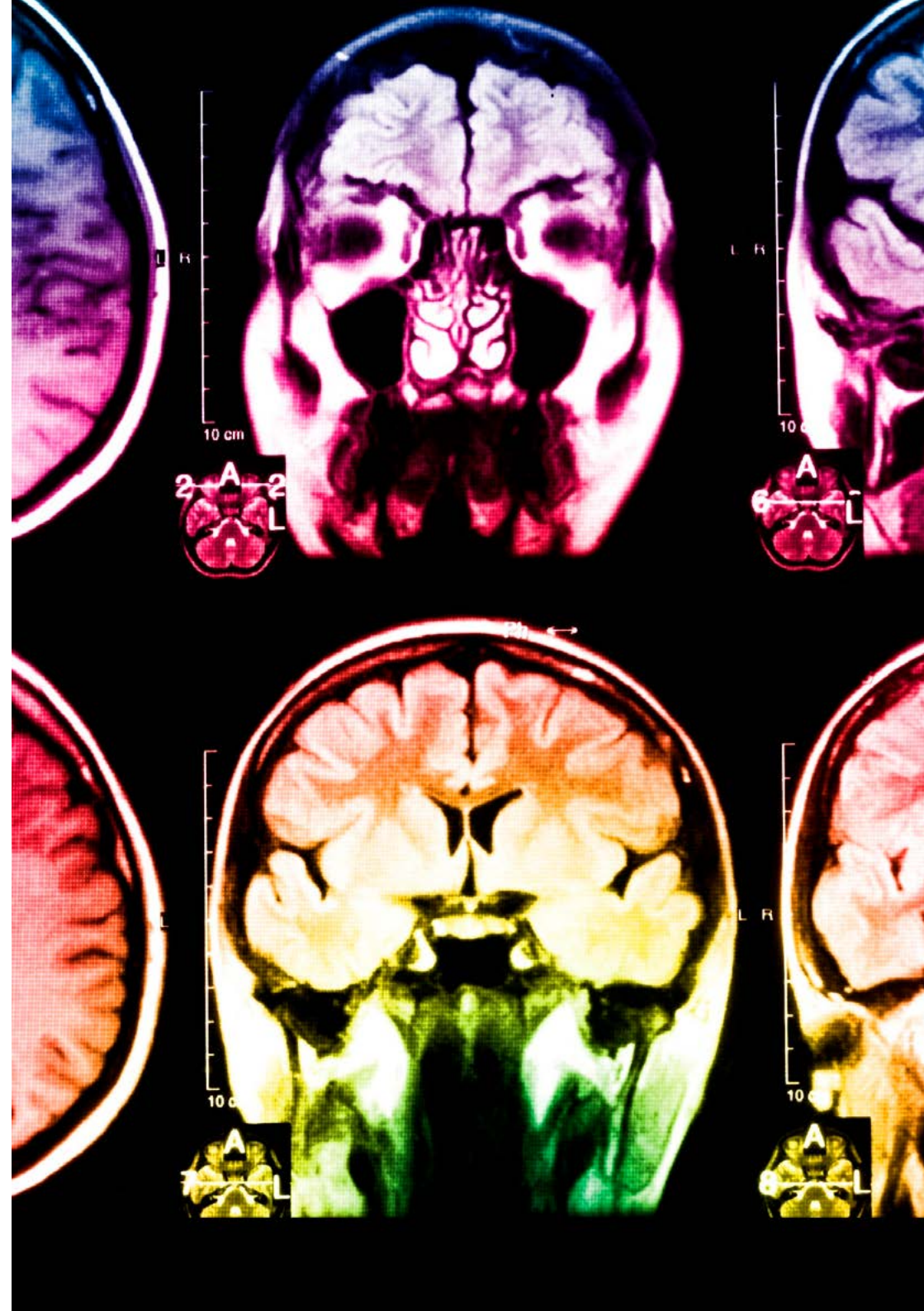


في برنامجنا، التعلم ليس عملية خطية، ولكنه يحدث في شكل لولبي (نتعلّم ثم نطرح ماتعلمناه جانبًا فننساها ثم نعيد تعلمه). لذلك، نقوم بدمج كل عنصر من هذه العناصر بشكل مركزي. باستخدام هذه المنهجية، تم تدريب أكثر من 650000 خريج جامعي بنجاح غير مسبوق في مجالات متنوعة مثل الكيمياء الحيوية، وعلم الوراثة، والجراحة، والقانون الدولي، والمهارات الإدارية، وعلوم الرياضة، والفلسفة، والقانون، والهندسة، والصحافة، والتاريخ، والأسواق والأدوات المالية. كل ذلك في بيئة شديدة المتطلبات، مع طلاب جامعيين يتمتعون بمظهر اجتماعي واقتصادي مرتفع ومتوسط عمر يبلغ 43.5 عاماً.

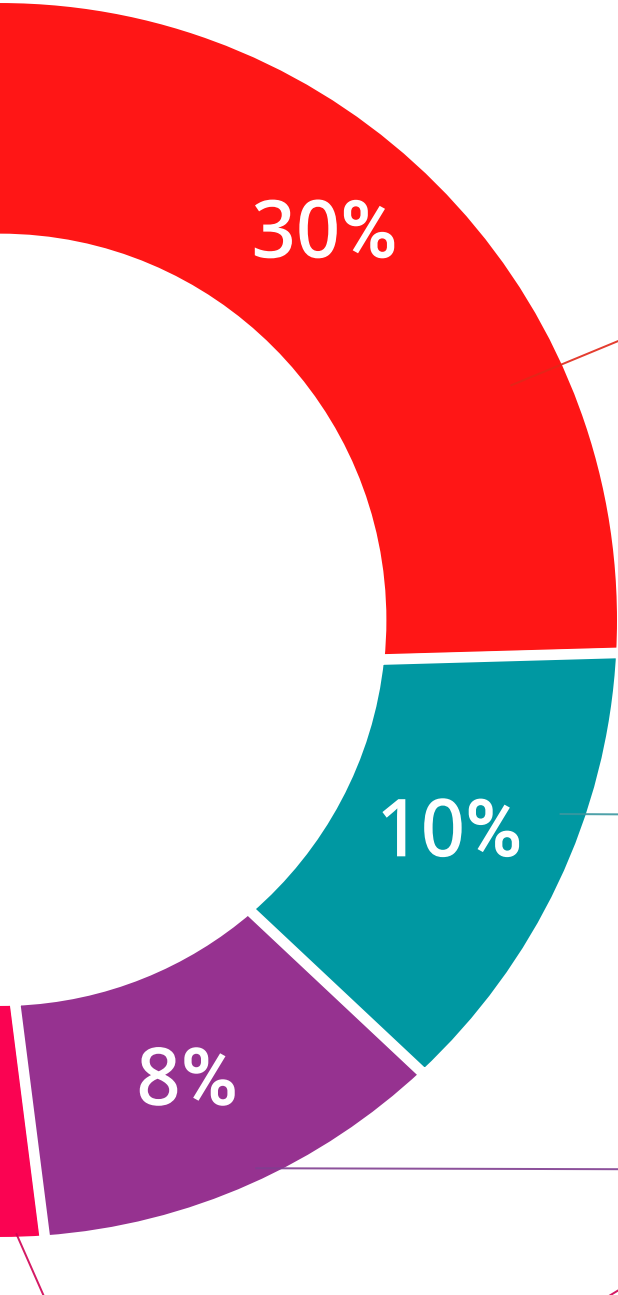
ستتيح لك منهجية إعادة التعلم والمعروفة بـ *Relearning*،
التعلم بجهد أقل ومزيد من الأداء، وإشراكك بشكل أكبر في
تدريبك، وتنمية الروح النقدية لديك، وكذلك قدرتك على
الدفاع عن الحجج والآراء المتباينة: إنها معادلة واضحة للنجاح.

استنادًا إلى أحدث الأدلة العلمية في مجال علم الأعصاب، لا نعرف فقط كيفية تنظيم المعلومات والأفكار والصور والذكريات، ولكننا نعلم أيضًا أن المكان والسياق الذي تعلمنا فيه شيئًا هو ضروريًا لكي نكون قادرين على تذكرها وتخزينها في الذاكرة، لكي نحتفظ بها في ذاكرتنا طويلة المدى.

بهذه الطريقة، وفيما يسمى التعلم الإلكتروني المعتمد على السياق العصبي، ترتبط العناصر المختلفة لبرنامجنا بالسباق الذي يطور فيه المشارك ممارسته المهنية.



يقدم هذا البرنامج أفضل المواد التعليمية المُعدَّة بعناية للمهنيين:



المواد الدراسية



يتم إنشاء جميع محتويات التدريس من قبل المتخصصين الذين سيقومون بتدريس البرنامج الجامعي، وتحديدًا من أجله، بحيث يكون التطوير التعليمي محددًا وملموشًا حقًا. ثم يتم تطبيق هذه المحتويات على التنسيق السمعي البصري الذي سيخلق منهج جامعة TECH في العمل عبر الإنترنت. كل هذا بأحدث التقنيات التي تقدم أجزاء عالية الجودة في كل مادة من المواد التي يتم توفيرها للطالب.

المحاضرات الرئيسية



هناك أدلة علمية على فائدة المراقبة بواسطة الخبراء كطرف ثالث في عملية التعلم. إن مفهوم ما يسمى *Learning from an Expert* أو التعلم من خبير يقوي المعرفة والذاكرة، ويولد الثقة في القرارات الصعبة في المستقبل.

التدريب العملي على المهارات والكفاءات



سيقومون بتنفيذ أنشطة لتطوير مهارات وقدرات محددة في كل مجال مواضيعي. التدريب العملي والديناميكيات لاكتساب وتطوير المهارات والقدرات التي يحتاجها المتخصص لنموه في إطار العولمة التي نعيشها.

قراءات تكميلية



المقالات الحديثة، ووثائق اعتمدت بتوافق الآراء، والأدلة الدولية..من بين آخرين. في مكتبة جامعة TECH الافتراضية، سيتمكن الطالب من الوصول إلى كل ما يحتاجه لإكمال تدريبه.



دراسات الحالة (Case studies)

سيقومون بإكمال مجموعة مختارة من أفضل دراسات الحالة المختارة خصيصًا لهذا المؤهل. حالات معروضة ومحللة ومدروسة من قبل أفضل المتخصصين على الساحة الدولية.



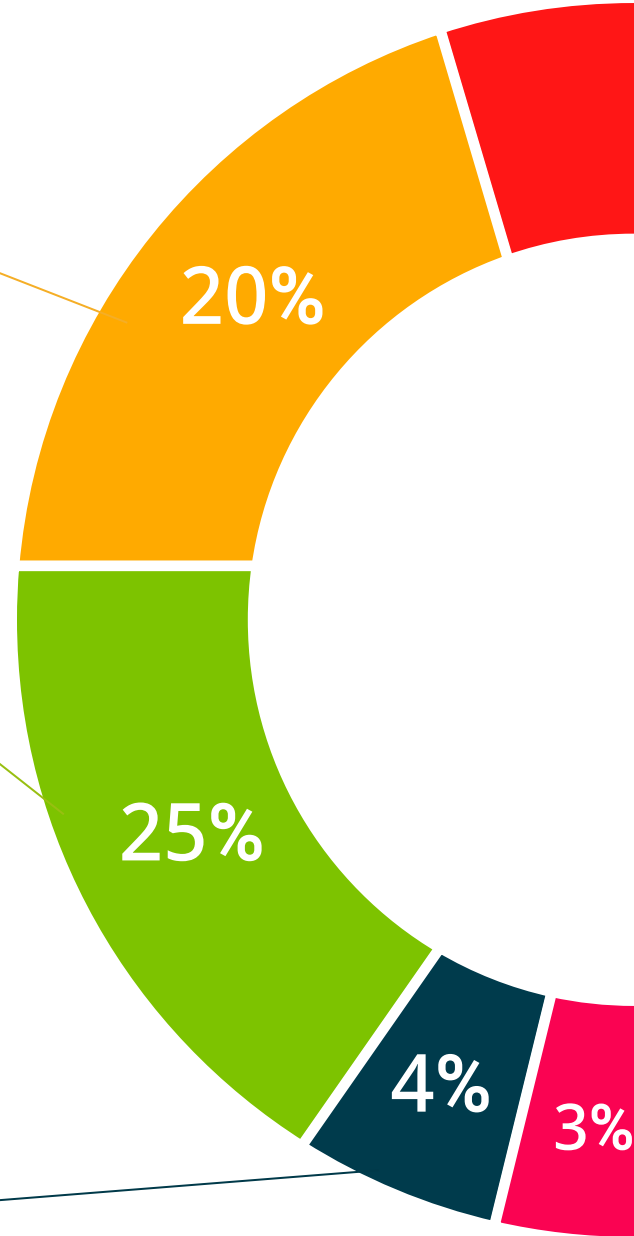
ملخصات تفاعلية

يقدم فريق جامعة TECH المحتويات بطريقة جذابة وديناميكية في أقراص الوسائط المتعددة التي تشمل الملفات الصوتية والفيديوهات والصور والرسوم البيانية والخرائط المفاهيمية من أجل تعزيز المعرفة. اعترفت شركة مايكروسوفت بهذا النظام التعليمي الفريد لتقديم محتوى الوسائط المتعددة على أنه "قصة نجاح أوروبية"



الاختبار وإعادة الاختبار

يتم بشكل دوري تقييم وإعادة تقييم معرفة الطالب في جميع مراحل البرنامج، من خلال الأنشطة والتدريبات التقييمية وذاتية التقييم؛ حتى يتمكن من التحقق من كيفية تحقيق أهدافه.



المؤهل العلمي

تضمن الماجستير الخاص في تصميم التغليف (Packaging) بالإضافة إلى التدريب الأكثر دقة وحداثة، الحصول على مؤهل الماجستير الخاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.



اجتاز هذا البرنامج بنجاح واحصل على المؤهل العلمي الجامعي
دون الحاجة إلى السفر أو القيام بأية إجراءات مرهقة"



الخاص وسوف يفى بالمتطلبات التي عادة ما تُطلب من قبل مكاتب التوظيف ومسابقات التعيين ولجان التقييم الوظيفي والمهني.

المؤهل العلمي: ماجستير خاص في تصميم التغليف (Packaging)

طريقة: عبر الإنترنت

مدة: 12 شهر

إجمالي عدد الاعتمادات: 60 نقطة دراسية (حسب نظام ECTS)

يحتوي هذا ماجستير خاص في تصميم التغليف (Packaging) على البرنامج العلمي الأكثر اكتمالا وحدائة في السوق.

بعد اجتياز التقييم، سيحصل الطالب عن طريق البريد العادي* مصحوب بعلم وصول مؤهل ماجستير خاص الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية.

إن المؤهل الصادر عن TECH الجامعة التكنولوجية سوف يشير إلى التقدير الذي تم الحصول عليه في برنامج الماجستير

ماجستير خاص في تصميم التغليف (Packaging)

التوزيع العام للخطة الدراسية		التوزيع العام للخطة الدراسية	
الدورة	المادة	عدد الساعات	نوع المادة
1*	التعليم العام	1500	إلزامي
1*	مفاهيم التغليف	0	إلزامي
1*	مفاهيم التغليف	0	إلزامي
1*	تطوير شخصي: الأسس التكنولوجية والفلسفية والنفسية	0	إلزامي
1*	المهارة الثانية والمستقبلية الشخصية في تعليم النخبة	0	إلزامي
1*	المسؤولية والتعاون في العمل	0	إلزامي
1*	التاريخ والموهبة الخدمية والتفاني المهنية للتربية الخاصة	0	إلزامي
1*	المهارات السوف والتعلم	0	إلزامي
1*	تعليم الأطفال المعوقين أو صعوبات السمو	0	إلزامي
1*	تعليم الأطفال ذوي الصعوبات التعليمية	0	إلزامي

Tere Guevara Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

tech الجامعة التكنولوجية

شهادة تخرج
هذه الشهادة ممنونة إلى

المواطن/المواطنة مع وثيقة تحقيق شخصية رقم

لاجتيازه/لاجتيازها بنجاح والحصول على برنامج ماجستير خاص في تصميم التغليف (Packaging)

وهي شهادة خاصة من هذه الجامعة موافقة لـ 1500 ساعة، مع تاريخ بدء يوم/شهر/ سنة وتاريخ انتهاء يوم/شهر/سنة

تيك مؤسسة خاصة للتعليم العالي معتمدة من وزارة التعليم العام منذ 28 يونيو 2018 في تاريخ 17 يونيو 2020

Tere Guevara Navarro / د. أ.
رئيس الجامعة

*تصدیق لاهای اوستیل. فی حاله قیام الطالب بالتقدم للحصول على درجته العلمية الورقية وتصدیق لاهای اوستیل. ستستخ مؤسسة TECH EDUCATION الإجراءات المناسبة لكي يحصل عليها وذلك بتكلفة إضافية.

المستقبل

الصحة

الثقة

الأشخاص

التعليم

المرشدون الأكاديميون المعلومات

الضمان

الاعتماد الأكاديمي

التدريس

المؤسسات

التعلم

المجتمع

الالتزام

التقنية

الابتكار

tech الجامعة
التيكنولوجية

الحاضر المعرفة

الحاضر

الجودة

المعرفة

ماجستير خاص

تصميم التغليف (Packaging)

« طريقة التدريس: أونلاين

« مدة الدراسة: 12 شهر

« المؤهل العلمي: TECH الجامعة التكنولوجية

« مواعيد الدراسة: وفقاً لوتيرتك الخاصة

« الامتحانات: أونلاين

التدريب الافتراضي

المؤسسات

الفصول الافتراضية

اللغات

ماجستير خاص تصميم التغليف (Packaging)