

Mastère Spécialisé

Conception de Packaging





Mastère Spécialisé Conception de Packaging

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Euromed University
- » Accréditation: 60 ECTS
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/design/master/master-conception-packaging

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Direction de la formation

page 18

05

Structure et contenu

page 26

06

Méthodologie d'étude

page 36

07

Diplôme

page 46

01

Présentation

Sur un marché aussi concurrentiel, il est essentiel de se différencier des autres. Le *Packaging* est la discipline du design qui est chargée de présenter un produit dans les meilleures conditions possibles pour sa commercialisation, son transport, son stockage et son utilisation. Et la prise en compte de la première impression, ainsi que de sa fonctionnalité, est fondamentale. C'est pourquoi, grâce à ce programme, tous ses domaines d'application seront développés afin que l'étudiant ait une vision intégrale, en approfondissant, non seulement sa conceptualisation et son design artistique, mais aussi son stockage et sa distribution pour lui donner une capacité stratégique supérieure au moment de planifier des projets. Une qualification 100% en ligne qui peut être réalisée en 12 mois.



“

Développez une maîtrise avancée des structures, des matériaux et de l'éco-emballage, ainsi que de la communication visuelle pour les adapter à une stratégie de marché dans ce programme 100% en ligne Inscrivez-vous maintenant"

L'image des produits est réellement importante dans l'environnement du marché, l'influence qu'elle génère dans la distinction rapide, la décision d'achat, la sécurité et la qualité du produit. Ce sont des aspects suffisants pour être traités avec importance et soin dans le processus et la planification de la production de l'entreprise.

La nouvelle réalité *Phygital* nécessite également une approche plus intense de la conception de *Packaging* qui combine les environnements numériques et virtuels avec les *Concept Stores* et le *Retail*, ainsi l'illustration vectorielle, la maîtrise du *Big Data* et la conception de l'expérience du client final sont également des axes de cet enseignement.

La maîtrise des structures, des matériaux et de l'*Ecopackaging*, ainsi que la communication visuelle pour les adapter à une stratégie de marché compétitive basée sur l'analyse, ainsi que les dernières techniques artistiques pour promouvoir la créativité et son application, tant dans le secteur premium et luxe que dans le marché de masse, fourniront aux étudiants les compétences nécessaires à leur incorporation dans le marché polyédrique du *Packaging* qui innove et évolue constamment.

Ce Mastère Spécialisé, qui est son propre titre, approfondit l'utilisation des outils les plus avancés et la mise en œuvre des techniques d'illustration, en comprenant les concepts fondamentaux de la conception de *Packaging*. Il prend le concept de durabilité comme axe fondamental dans le style de conception et de nouveaux aspects tels que l'intelligence artificielle et l'innovation numérique pour améliorer l'expérience utilisateur.

Un programme spécialisé, développé et rigoureusement sélectionné par des experts en arts visuels, marketing et communication, basé sur une méthodologie innovante d'enseignement 100% en ligne qui s'adapte aux circonstances personnelles de chaque étudiant, puisqu'il leur permet de choisir le temps et le lieu d'étude. Ainsi, de nombreux supports pédagogiques multimédias sont utilisés, tels que des exercices pratiques, des techniques vidéo, des jeux vidéo et des jeux de société.

Ce **Mastère Spécialisé en Conception de Packaging** contient le programme académique le plus complet et le plus actuel du marché. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Conception, Marketing et en Communication
- ♦ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ Des exercices pratiques permettant de réaliser le processus d'auto-évaluation afin d'améliorer l'apprentissage
- ♦ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ♦ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Vous maîtriserez les principes de la Conception de Packaging grâce à ce Mastère Spécialisé, qui vous donnera accès à de nombreuses opportunités professionnelles"

“

Après ce programme, vous pourrez travailler sur les marchés des produits de grande consommation, du luxe et de la gastronomie, en concevant des solutions d'emballage innovantes et fonctionnelles pour leurs produits"

Le corps enseignant du programme englobe des spécialistes réputés dans le domaine et qui apportent à ce programme l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus dans de grandes sociétés et des universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes. Ainsi l'étudiant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du Mastère Spécialisé. À cette fin, ils seront aidés par un système innovant de vidéos interactives produites par des experts reconnus.

Développez de nouveaux concepts créatifs grâce à des idées novatrices et aux outils Adobe Illustrator dans le domaine de la conception d'emballages de produits.

Inscrivez-vous maintenant et voyez votre objectif se réaliser en 12 mois, de manière agile, confortable et efficace. Grâce à la méthodologie 100% en ligne basée sur le Relearning.



02 Objectifs

L'objectif principal de ce Mastère Spécialisé en Conception de Packaging est de fournir au professionnel les dernières connaissances et techniques dans ce domaine, afin qu'il puisse les intégrer immédiatement dans son travail. Vous pourrez connaître une progression rapide grâce aux nombreuses solutions avancées que vous pourrez proposer à vos clients ou employeurs dans le développement d'idées créatives et fonctionnelles.



“

De vos activités actuelles afin de poursuivre votre développement professionnel. Ce programme vous offre la qualité et la flexibilité que vous recherchez”



Objectifs généraux

- ◆ Maîtriser les outils de Conception de *Packaging* et d'illustration numérique grâce à l'utilisation d'Adobe Illustrator
- ◆ Créer une identité visuelle conceptuelle, expérimentale et/ou commerciale adaptée à tous types de produits
- ◆ Gérer un projet de *Packaging* complet et un portfolio personnalisé
- ◆ Assimiler la chaîne de valeur du produit de manière intégrale: de sa conception à l'ouverture de l'emballage à domicile ou à la vente en magasin
- ◆ Générer des stratégies de *Branding* et de marketing grâce à l'utilisation du *Big Data* et à une évaluation continue
- ◆ Concevoir toutes les structures de *Packaging* avec une connaissance avancée de leurs matériaux et de leurs applications dans la vie réelle
- ◆ Manipuler l' *Ecopackaging* et les matériaux impliqués dans la conception de l'emballage des produits
- ◆ Appliquer le design de *Packaging* des produits de grande consommation aux cosmétiques, aux bijoux ou aux produits gastronomiques et au marché du *Packaging* de luxe





Objectifs spécifiques

Module 1. Conception et illustration avec Adobe Illustrator

- ◆ Intégrer les outils Adobe Illustrator dans la conception de *Packaging* de produits
- ◆ Gérer la typographie pour la conception d'étiquettes
- ◆ Maîtriser l'utilisation de la palette de couleurs pour son impression correcte
- ◆ Générer l'harmonie dans la conception et exécuter les outils avec personnalité en intégrant les valeurs de la marque
- ◆ Incorporer le flux de travail de la conception numérique dans le projet de *Packaging*

Module 2. Illustration vectorielle d'un *Packaging* dans Adobe Illustrator

- ◆ Incorporer l'utilisation de graphiques vectoriels pour la conception numérique avec Adobe Illustrator
- ◆ Appliquer et sélectionner les outils nécessaires à la production d'un projet de *Packaging*
- ◆ Maîtriser la typographie et le *Lettering* pour la conception d'étiquettes et de logos
- ◆ Créer des photomontages qui montrent le produit final en 3D et recréent le scénario final
- ◆ Gérer la conception de *Packaging* dans toutes ses étapes: de la création d'un volume sur un espace vierge à son impression avec tous les calques



Module 3. Ecoconception: matériaux pour la conception de *Packaging*

- ◆ Approfondir la compréhension du fonctionnement de l'économie circulaire en relation avec la conception de *Packaging*
- ◆ Maîtriser les matériaux biodégradables et le processus de recyclage
- ◆ Gérer les décisions de conception en tenant compte de la seconde vie de l'emballage
- ◆ Sensibiliser à l'utilisation des plastiques et à la nécessité de réduire l'empreinte carbone pour préserver l'environnement
- ◆ Optimiser le processus de conception de *Packaging* en transformant les professionnels en concepteurs conscients

Module 4. La structure du *Packaging*

- ◆ Maîtriser les techniques de créativité et de composition structurelle basées sur la culture du *Packaging*
- ◆ Générer un concept spécifique qui répond à une identité universelle basée sur la cohérence avec la finalité de la marque
- ◆ Appliquer les techniques de recherche dans l'environnement physique et numérique en établissant des lignes directrices de conception
- ◆ Manipuler le *Lettering* et la typographie pour la création d'étiquettes d'emballage
- ◆ Approfondir l'expérience sensorielle et transcender la nouvelle réalité virtuelle du *Packaging*

Module 5. *Packaging* des bijoux et des cosmétiques

- ◆ Intégrer les besoins du consommateur de cosmétiques, qu'il s'agisse de publics traditionnels ou émergents, en comprenant que le *Packaging* cosmétique fait la différence entre l'achat d'un produit dans la plupart des cas
- ◆ Maîtriser les techniques de conception tout au long du processus de *Packaging* en alignant l'emballage extérieur, intérieur et du produit
- ◆ Élargir les critères d'application des styles dans le domaine des cosmétiques, le design de *Packaging* étant très défini et polarisé
- ◆ Gérer des techniques de *Packaging* créatives et expérimentales afin d'accroître l'exclusivité grâce à la valeur de l'emballage
- ◆ Générer de nouveaux designs basés sur le design de *Packaging* de bijoux, en tenant compte des grandes lignes du design dans le secteur du luxe

Module 6. *Packaging* et vins gourmands

- ◆ Incorporer les traditions familiales et la recreation de bons moments dans un produit conçu comme une partie intangible du patrimoine culturel de notre pays
- ◆ Gérer la casuistique et les aspects techniques de l'emballage des vins et des produits gastronomiques, en trouvant un équilibre entre le design fonctionnel et l'esthétique
- ◆ Maîtriser les matériaux qui composent le *Packaging* des produits tels que les bouchons, le verre et les emballages secondaires
- ◆ Concevoir l'étiquette selon une architecture d'information qui tient compte des labels de qualité et reflète la personnalité de la marque
- ◆ Gérer l'expérience utilisateur en comprenant qu'il s'agit d'une expérience sensorielle dans laquelle le sens du goût doit également entrer par les yeux

Module 7. Emballage et design dans la consommation de masse

- ◆ Générer la transparence et l'efficacité des emballages alimentaires, facteurs déterminants pour le bon développement de la santé physique
- ◆ Incorporer la nanotechnologie et les techniques interactives de *Packaging* au marché des produits de grande consommation dans le cadre d'une stratégie d'innovation constante
- ◆ Assimiler les besoins du produit alimentaire et ses conditions de conservation, de transport et de stockage
- ◆ Analyser les résultats de la conception des emballages d'un point de vue fonctionnel et esthétique
- ◆ Gérer les tendances de personnalisation dans le domaine du design pour les marques et le public des produits de grande consommation

Module 8. Marketing et *Branding* pour le *Packaging*

- ◆ Intégrer l'utilisation des données dans la stratégie de création de *Packaging*
- ◆ Maîtriser la communication stratégique et la communication de la valeur pour un *Briefing* réussi sur la conception de l'emballage
- ◆ Créer de la valeur par la projection d'une identité de marque qui peut évoluer dans le temps avec souplesse et polyvalence
- ◆ Ajouter l'expérience utilisateur dans l'environnement numérique au *Packaging* traditionnel des magasins physiques
- ◆ Assimiler l'utilisation de l'intelligence artificielle pour soutenir et évaluer et analyser les comportements pour développer l'esprit critique

Module 9. Direction créative

- ◆ Encourager le développement de compétences artistiques en comprenant l'utilisation de codes visuels et leur message
- ◆ Appliquer ce qui a été appris jusqu'ici à l'élaboration d'un portfolio personnel et d'un *Briefing* de conception
- ◆ Intégrer le storytelling visuel dans la stratégie de marque
- ◆ Incorporer les techniques artistiques les plus avancées telles que le cadavre exquis ou l'hypergraphie
- ◆ Gérer l'espace, les structures et les volumes, ainsi que la gamme chromatique comme un tout et non séparément

Module 10. Développement de *Packaging* opérationnel

- ◆ Identifier le rôle du design dans la chaîne d'approvisionnement des marchandises
- ◆ Gérer le développement de produits, le prototypage et les techniques d'essai pour les appliquer à la conception e *Packaging*
- ◆ Augmenter la vision du design de l'étudiant à travers une perspective globale du " voyage de l'emballage "
- ◆ Maîtriser son rôle de designer et améliorer ses relations de travail

03

Compétences

Avec le Mastère Spécialisé en Conception de Packaging, le professionnel développera des compétences créatives pour une expression efficace dans l'environnement marketing, en donnant vie à des idées fonctionnelles et uniques grâce aux outils et techniques appris. Vous pourrez travailler dans le domaine de la conception de *Packaging* pour le secteur des cosmétiques et des bijoux, ainsi que pour les produits vinicoles et gastronomiques et la grande consommation, avec un développement intégral dans le développement de la chaîne de valeur du *Packaging* et une intégration avec le produit pour augmenter sa valeur sur le marché.





“

Vous développerez les compétences créatives nécessaires pour utiliser Adobe Illustrator afin de concevoir des emballages innovants et fonctionnels”



Compétences générales

- ◆ Développer la communication verbale et visuelle par la maîtrise du *Briefing* et des tendances en matière de Conception de *Packaging*
- ◆ Accroître la créativité par l'utilisation de techniques de direction artistique et conceptuelle appliquées à l'emballage des produits
- ◆ Acquérir des compétences analytiques dans l'observation, l'intégration et l'évaluation des stratégies de *Branding* générées dans l'environnement de l'emballage
- ◆ Acquérir des connaissances sur le marché du *Packaging* des cosmétiques et des bijoux, ainsi que sur les produits vinicoles et gastronomiques et la grande consommation
- ◆ Développer des compétences en illustration et en techniques de conception assistée par ordinateur avec le logiciel Adobe Illustrator
- ◆ Acquérir une compréhension globale de la chaîne de valeur du *Packaging* et de son intégration au produit pour en augmenter la valeur marchande



Actualisez vos connaissances et améliorez vos compétences en matière de Conception de Packaging et proposez des solutions ingénieuses dans vos nouveaux projets"





Compétences spécifiques

- ◆ Exprimer des idées de manière créative et fonctionnelle à l'aide de l'outil Adobe Illustrator
- ◆ Développer des concepts créatifs selon vos propres critères et adaptés aux besoins du produit et du marché
- ◆ Avoir une connaissance avancée des styles de design appropriés pour chaque type de produit dans des secteurs tels que la gastronomie, les cosmétiques, la bijouterie et les biens de consommation
- ◆ Développer un design de *Packaging* durable et plus respectueux de l'environnement
- ◆ Transcender la mise en œuvre de la réalité virtuelle comme un nouvel élément pour la réalisation de concepts innovants
- ◆ Maîtriser les styles de design dans chacun des secteurs à appliquer: luxe, gourmandise ou grande consommation
- ◆ Se développer dans le domaine des études de marché des produits, afin de tirer profit des données dans le développement du design
- ◆ Intégrer les nouvelles technologies pour offrir une meilleure expérience à l'utilisateur final grâce au *Packaging*
- ◆ Générer une performance opérationnelle correcte dans son rôle de concepteur en harmonie avec l'environnement

04

Direction de la formation

TECH Euromed University a sélectionné une équipe pédagogique de haut niveau composée de professionnels d'avant-garde ayant une expérience internationale, qui apportent la valeur et la garantie que ce programme exige pour former des designers performants dans le monde du *Packaging*. Experts dans les domaines de la communication, du marketing et des arts visuels, ils sauront transmettre aux étudiants toutes les connaissances nécessaires à un développement efficace et à son intégration dans leur pratique professionnelle. La méthodologie d'enseignement est 100% en ligne et basée sur le *Relearning*, ce qui donne de grands avantages au processus d'apprentissage.



“

Des professionnels de pointe ayant plus de 15 ans d'expérience vous guideront sur la voie du succès"

Directeur invité international

Laura Moffitt est une **Designer** de renom, hautement spécialisée dans la **stratégie d'emballage et le développement de marques à l'échelle mondiale**. Forte d'une solide expérience dans la direction créative **d'emballages innovants**, elle a travaillé avec des équipes transversales pour donner vie à des marques grâce à une vision créative et cohérente. Son intérêt pour les **tendances des projets** et sa passion pour l'excellence l'ont amenée à repousser les limites des conventions, apportant une vision novatrice à l'industrie.

Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes clés dans des entreprises renommées, notamment en tant que **Responsable de la Conception de l'Emballage** chez *Youth to the People* chez L'Oréal. À ce titre, elle a été chargée de diriger la conceptualisation et l'exécution des emballages, en collaborant avec les **équipes de Marketing**, de développement de produits et de fournisseurs afin de garantir une expérience de Branding cohérente et efficace.

Elle a été reconnue internationalement pour sa capacité à rehausser le profil des institutions avec lesquelles elle a travaillé. À cet égard, elle a joué un rôle important dans l'élaboration de **stratégies globales en matière d'emballage** et dans la proposition de **collections visuellement attrayantes** qui touchent le **consommateur**. Outre ses antécédents dans le secteur, elle a été récompensée pour son approche innovante et a piloté de nombreuses initiatives d'amélioration continue qui ont posé des jalons dans le secteur.

Elle a également contribué au développement de la recherche et de l'analyse des **tendances du marché**, ce qui lui a permis de **rester à la pointe de l'Industrie du Design**. Elle a développé des maquettes haute fidélité, des **rendus 3D d'emballages** et d'articles promotionnels, et conçu des actifs numériques. Son approche investigatrice lui a permis de collaborer au lancement de nouveaux produits qui se distinguent par leur fonctionnalité et leur esthétique.



Mme Moffitt, Laura

- Directrice de la Conception d'Emballages, L'Oréal, Los Angeles, États-Unis
 - Designer Senior (» Jeunesse pour les gens ») chez L'Oréal
 - Designer de Packaging chez L'Oréal
 - Designer d'emballage chez Youth To The People
 - Designer visuel senior Beats by Dr Dre (Apple)
 - Designer Graphique chez FAM Brands
 - Stagiaire en Conception Graphique chez Drawing from Memory
 - Stagiaire en Marketing chez Bonhams
- Spécialiste en Conception Graphique à l'Institut Pratt
Diplôme en Design de Communication, spécialisation
en Design Graphique à l'Institut Pratt



Grâce à TECH Euromed University, vous pourrez apprendre avec les meilleurs professionnels du monde”

Direction



Dr García Barriga, María

- ♦ Doctorat en design et données marketing
- ♦ Communicateur à RTVE
- ♦ Communicateur à Telemadrid
- ♦ Conférencier universitaire
- ♦ Auteur de Le motif de l'éternité: création d'une identité en spirale pour l'automatisation des tendances de la mode
- ♦ Campagnes de communication, marketing et social. Patrimoine artistique - Marketing numérique
- ♦ Rédacteur en chef. Chroma Press
- ♦ Chargée de compte en marketing et médias sociaux. Servicecom
- ♦ Rédacteur de contenu Web. Premium Difusion, Journal XXIème siècle et Magazine Of Manage
- ♦ Doctorat, Design et Marketing Data. Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Diplôme en sciences de l'information, communication, marketing et publicité. Université Complutense de Madrid
- ♦ Diplôme de troisième cycle en marketing et communication dans les entreprises de mode et de luxe. Université Complutense de Madrid
- ♦ Certificat en analyse de données et créativité avec Python en Chine
- ♦ MBA Fashion Business School, l'école de commerce de la mode de l'université de Navarre

Professeurs

Mme Merinero Gómez, Esther

- ◆ Directrice artistique de la foire internationale d'art Arco
- ◆ Directrice artistique de projets tels que The Koppel Project Gallery et "Costa del Sol"
- ◆ Diplômée en beaux-arts de l'Université de Chelsea **College of Arts**
- ◆ MA Sculpture du Royal College of Arts de Londres

Mme Sigüenza, Eva

- ◆ Consultant en communication et agences de relations publiques dans le secteur de l'art de vivre
- ◆ Coordinatrice des relations publiques chez Penaira
- ◆ Consultante en marketing et relations publiques chez OmnicomPRGroup
- ◆ Directeur de compte à l'agence TTPR
- ◆ Chargée de compte chez Ogilvy Public Relations Worldwide
- ◆ Spécialiste des campagnes pour l'industrie du luxe et de l'horlogerie, avec des clients tels que Panerai
- ◆ Diplômé en Publicité et Relations Publiques. Université Européenne de Madrid
- ◆ Master en marketing numérique et commerce électronique de l'EAE Business School

M. Holgueras, Javier

- ◆ Planification de gestion de la chaîne d'approvisionnement
- ◆ Analyste commercial pour Apple au siège de la société en Irlande
- ◆ Chef de marché pour Kellogg's
- ◆ Sales and Development Revenue Planner pour Mondelēz International
- ◆ Execution Manager pour Colgate-Palmolive
- ◆ Master en *Big Data* et Business Analytics à l'Ecole d'Organisation Industrielle
- ◆ Maîtrise en génie industriel de l'université de Valladolid
- ◆ Diplôme en économie de l'Université Nationale d'Education à Distance

Dr Gárgoles Saes, Paula

- ◆ Docteur, chercheuse et consultante, spécialiste de la mode, de la communication et du développement durable
- ◆ Professeur de recherche à l'école de communication et responsable de l'académie de communication d'entreprise à l'université panaméricaine de Mexico
- ◆ Consultante en communication et en développement durable chez Ethical Fashion Space, à Mexico
- ◆ Journaliste de mode à l'agence Europa Press et au magazine numérique Asmoda
- ◆ Spécialiste de la mode au Fashion Institute of Technology de New York et au Future Concept Lab de Milan
- ◆ Département de communication du diplôme de communication et de gestion de la mode du Centre Universitaire Villanueva et de l'ISEM Fashion Business School
- ◆ Doctorat Cum Laude en créativité appliquée de l'Université de Navarre avec la thèse "Modèle de réputation pour l'industrie de la mode"
- ◆ Diplômé en journalisme. Université Complutense de Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA de l'ISEM Fashion Business School

Mme Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Designer textile chez Petite Antoinette
- ◆ Designer chez Donzis Estudios
- ◆ Designer chez Summon Press
- ◆ Patroniste chez Valentín Herraiz
- ◆ Diplômé en design de mode chez Barreira Arte y Diseño
- ◆ Expert en design numérique avec Adobe Illustrator
- ◆ Spécialisée dans le modélisme, la coupe et la confection de vêtements valenciens par Aitex Paterna

Mme Macías, Lola

- ◆ Consultant en internationalisation chez Thinking Out
- ◆ Consultant en internationalisation agréé par l'Institut valencien de la compétitivité des entreprises
- ◆ Coordinateur de l'Observatoire du Marché Textile. AITEX
- ◆ Professeur de commerce international et de marketing et publicité à l'Université européenne de Valence
- ◆ Professeur d'internationalisation et de gestion stratégique des entreprises à l'université CEU Cardenal Herrera
- ◆ Docteur en marketing de l'Université de Valence
- ◆ Diplômé en administration et gestion des affaires de l'université de Valence
- ◆ Maîtrise en gestion et administration des sociétés commerciales de l'Université de Paris
- ◆ Maîtrise en formation des enseignants du secondaire, du baccalauréat et de la formation professionnelle de l'Université catholique de Valence
- ◆ Master en mode, gestion et opérations de design de l'AITEX





Mme Romero Monente, Begoña

- ◆ Mentor personnel et Coach pour les entrepreneurs
- ◆ Conférencier et enseignant dans divers cours de gestion du commerce de détail, de marketing numérique et de gestion des personnes
- ◆ Directrice générale de l'agence Young Promotion, où elle a créé le service de personal shopper dans les aéroports espagnols et s'est spécialisée dans l'exécution de campagnes publicitaires dans les boutiques duty free, avec des comptes tels que AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etc
- ◆ Coordinateur à l'Airport Promotion Agencies Association
- ◆ Radiodiffuseur, rédacteur et responsable de la communication dans divers médias on/o
- ◆ Diplômée en Journalisme de l'Université de Malaga
- ◆ Diplômée en Publicité et Relations Publiques de l' Université Oberta de Catalunya
- ◆ MBA à l'ISEM Fashion Business School de l'Université de Navarre
- ◆ Coach à l'École Européenne de Coaching

05

Structure et contenu

Afin que le professionnel puisse atteindre une flexibilité totale dans le processus d'apprentissage, et répondre positivement aux évaluations correspondantes, un syllabus a été conçu qui comprend la maîtrise des techniques, des outils, et le développement des compétences de recherche avec la mise en œuvre dans différents secteurs du marché. Structuré en 10 modules avec des contenus exclusifs sélectionnés par des experts, à étudier en 12 mois. Il est distribué sous différents formats audiovisuels et écrits pour donner du dynamisme au processus, et est fourni à travers d'intéressantes ressources multimédia.



“

La variété des formats dans lesquels le contenu est présenté apporte dynamisme et agilité au processus d'étude. Tout ceci est disponible par le biais d'une méthodologie 100% en ligne basée sur le Relearning"

Module 1. Conception et illustration avec Adobe Illustrator

- 1.1. Préparation de l'espace de travail
 - 1.1.1. Qu'est-ce qu'un graphique vectoriel?
 - 1.1.2. Nouveau document. Espace de travail
 - 1.1.3. Interface
- 1.2. Espace de travail
 - 1.2.1. Outils disponibles
 - 1.2.2. Règles, guides. Grilles
 - 1.2.3. Tables de travail
- 1.3. Mises en page
 - 1.3.1. Figures géométriques
 - 1.3.2. Sélection et sélection directe
 - 1.3.3. Mise en page
- 1.4. Couleur
 - 1.4.1. Couleur et compte-gouttes
 - 1.4.2. Crayon
 - 1.4.3. Pinceau
- 1.5. Transformation des formes
 - 1.5.1. Gomme, ciseaux et lame
 - 1.5.2. Déformation, mise à l'échelle et distorsion
 - 1.5.3. Aligner et grouper. Couches
- 1.6. Attributs de couleur et de remplissage
 - 1.6.1. Stylo
 - 1.6.2. Poignées et sommets interactifs
 - 1.6.3. Bibliothèques de couleurs
- 1.7. Formulaires
 - 1.7.1. Dégradé et transparence Fusion
 - 1.7.2. Pathfinder
 - 1.7.3. Traçage interactif

- 1.8. Les lettres
 - 1.8.1. Installation du gestionnaire de polices et des polices de caractères. Caractère et paragraphe
 - 1.8.2. L'outil texte
 - 1.8.3. Tracer, modifier et déformer le texte. Développer et décaler
- 1.9. Gamme de couleurs
 - 1.9.1. Gamme de couleurs
 - 1.9.2. Typographie et hiérarchies. Imagetipo
 - 1.9.3. Création d'un motif et d'un échantillon
- 1.10. Arts finaux
 - 1.10.1. Formats pour le papier et formats pour le web
 - 1.10.2. Exportation pour l'impression
 - 1.10.3. Exportation vers des supports numériques

Module 2. Illustration vectorielle d'un *Packaging* dans Adobe Illustrator

- 2.1. Le graphique vectoriel
 - 2.1.1. Nouveau document. Espace de travail
 - 2.1.2. Les outils généraux
 - 2.1.3. Couleur
- 2.2. Arts finaux
 - 2.2.1. Formats pour le papier et formats pour le web
 - 2.2.2. Exportation pour l'impression
 - 2.2.3. Exportation vers des supports numériques
- 2.3. Outils d'illustration AI
 - 2.3.1. Combinaisons d'outils pour l'illustration AI
 - 2.3.2. Compositions vectorielles
 - 2.3.3. Typographies
- 2.4. illustration numérique
 - 2.4.1. Références de l'illustration AI
 - 2.4.2. Technique du traçage vectoriel et ses dérivés
 - 2.4.3. Application de l'illustration au *Packaging* (*In Focus: Dieline*)

- 2.5. Sources
 - 2.5.1. Optimisation du temps (pages avec motifs AI libres)
 - 2.5.2. Versions et modifications (dessin vectoriel)
 - 2.5.3. Avantages d'AI par rapport à Photoshop dans l'illustration numérique
- 2.6. Formats
 - 2.6.1. Concevoir sur un format prédéterminé
 - 2.6.2. Création du format à partir de 0
 - 2.6.3. Nouveaux formats et applications
- 2.7. Matériaux
 - 2.7.1. Matériaux typiques et leurs applications
 - 2.7.2. Le *Packaging* en tant qu'objet de désir
 - 2.7.3. Nouveaux matériaux
- 2.8. *Packaging* physique
 - 2.8.1. Tags
 - 2.8.2. Boîtes
 - 2.8.3. Notes de remerciement/invitations
 - 2.8.4. Emballages
- 2.9. *Packaging* numérique
 - 2.9.1. *News Letters*
 - 2.9.2. *Banners* et web
 - 2.9.3. Le format Instagram
- 2.10. *Mockup*
 - 2.10.1. Intégration d'une *Mockup*
 - 2.10.2. Portails gratuits de *Mockup*
 - 2.10.3. Utilisation de la *Mockup*
 - 2.10.4. Création de votre propre *Mockup*

Module 3. Ecoconception: matériaux pour la conception de *Packaging*

- 3.1. La durabilité: nouveau *driver* de la conception
 - 3.1.1. Les trois dimensions de la durabilité: sociale, environnementale et économique
 - 3.1.2. La durabilité dans le modèle d'entreprise
 - 3.1.3. La durabilité intégrée à l'ensemble du processus d'emballage: de la conception au recyclage
- 3.2. L'économie circulaire dans le *Packaging*
 - 3.2.1. La circularité dans les environnements esthétiques
 - 3.2.2. L'application de l'économie circulaire dans le *Packaging*
 - 3.2.3. Les défis de l'économie circulaire dans le *Packaging*
- 3.3. Conception le *Packaging* durables
 - 3.3.1. Objectifs de la conception durable
 - 3.3.2. Difficultés de la conception durable
 - 3.3.3. Défis de la conception durable
- 3.4. Matériaux durables
 - 3.4.1. *Packaging* fabriqués avec des matériaux d'origine naturelle
 - 3.4.2. *Packaging* fabriqués à partir de matériaux compostables
 - 3.4.3. *Packaging* fabriqués à partir de matériaux biodégradables
- 3.5. L'utilisation du plastique
 - 3.5.1. Les effets du plastique dans le monde
 - 3.5.2. Alternatives au plastique
 - 3.5.3. Le plastique recyclé
- 3.6. Procédés de fabrication durables
 - 3.6.1. Processus durables dans la dimension sociale
 - 3.6.2. Processus durables dans la dimension environnementale
 - 3.6.3. Processus durables dans la dimension économique et de gouvernance
- 3.7. Recyclage
 - 3.7.1. Matériaux recyclés
 - 3.7.2. Processus de recyclage
 - 3.7.3. Le prix du recyclage dans le *Packaging*

- 3.8. Conception des *Packaging* pour le recyclage et la réutilisation
 - 3.8.1. La seconde vie des *Packaging*
 - 3.8.2. Concevoir pour le recyclage
 - 3.8.3. Concevoir pour la réutilisation
- 3.9. Optimisation et polyvalence des *Packaging*
 - 3.9.1. Quand moins est plus dans le *Packaging*
 - 3.9.2. Comment réduire les *Packaging* sans perdre la valeur de la marque?
 - 3.9.3. Quand peut-on éliminer le *Packaging* sans perdre la valeur de la marque?
- 3.10. Comment sensibiliser les consommateurs aux *Packaging*?
 - 3.10.1. Éducation
 - 3.10.2. Sensibilisation
 - 3.10.3. Impliquer le consommateur dans le processus de *Packaging*

Module 4. La structure du *Packaging*

- 4.1. L'illustration du *Packaging*
 - 4.1.1. La culture du *Packaging* (résonance)
 - 4.1.2. Les fonctions du *Packaging* numérique
 - 4.1.3. Les objectifs de la conception du *Packaging*
- 4.2. La composition structurelle
 - 4.2.1. Le choix de la forme (structure)
 - 4.2.2. *Color matching*
 - 4.2.3. La texture 2D
- 4.3. Techniques expressives
 - 4.3.1. Illustrations spécifiques
 - 4.3.2. Illustrations abstraites
 - 4.3.3. L'humour dans les produits emballés
- 4.4. Techniques de représentation visuelle
 - 4.4.1. Associations
 - 4.4.2. Métaphores symboliques
 - 4.4.3. Hyperboles visuelles, exagérations (*In Focus*: hiérarchie visuelle)
- 4.5. Le design conceptuel
 - 4.5.1. Recherches démographiques et ethnographiques
 - 4.5.2. *Recherche sur la vente au détail et recherche numérique*
 - 4.5.3. Concept de marque, design d'emballage (*In Focus*: *Culture Map*)
- 4.6. Éléments du design du *Packaging*
 - 4.6.1. Le panneau d'affichage
 - 4.6.2. L'imagerie de la marque
 - 4.6.3. *Concept Board* (*In Focus*: le nom du produit et le nom de la marque)
- 4.7. *Lettrage*
 - 4.7.1. Typographie
 - 4.7.2. Espacement des lignes
 - 4.7.3. Principes typographiques (*In Focus*: typographie et technologie)
- 4.8. Les étapes de la conception d'un *Packaging*
 - 4.8.1. Structure du projet et *Briefing*
 - 4.8.2. Communication de la stratégie
 - 4.8.3. Affinement du design et pré-production (*In Focus*: Pour qui les produits de *Luxury Packagings* sont-ils conçus?)
- 4.9. L'expérience sensorielle
 - 4.9.1. Quel est le son du *Packaging*?
 - 4.9.2. Le toucher en 2D
 - 4.9.3. Évaluation sensorielle (*In Focus*: l'expérience sensorielle virtuelle)
- 4.10. *Packaging* virtuel
 - 4.10.1. L'emballage dans le métavers
 - 4.10.2. Les marques de luxe
 - 4.10.3. Matériel audiovisuel inclus dans le *Packaging* (*In Focus*: *Unboxing* dans le metaverse)



Module 5. *Packaging* des bijoux et des cosmétiques

- 5.1. La compétitivité du secteur des cosmétiques
 - 5.1.1. Les besoins du consommateur de *Packaging*
 - 5.1.2. Le large éventail de marques de cosmétiques
 - 5.1.3. La conception de *Packaging* comme valeur différentielle dans le secteur des cosmétiques
- 5.2. Les styles de design cosmétique
 - 5.2.1. Le design féminin
 - 5.2.2. Le design masculin
 - 5.2.3. Design no *Gender*
- 5.3. Le design des emballages de crème et de savon
 - 5.3.1. Définition des lignes - rondes ou carrées?
 - 5.3.2. La personnalisation du *Front* avant
 - 5.3.3. Motifs audacieux vs. Motifs sobres
- 5.4. Sécurité et protection des crèmes
 - 5.4.1. Préservation des antioxydants
 - 5.4.2. Risques d'un mauvais emballage
 - 5.4.3. Opacité de l'emballage?
- 5.5. Les parfums
 - 5.5.1. Ingrédients naturels
 - 5.5.2. Emballage des parfums: couleur ou verre
 - 5.5.3. La structure du flacon
- 5.6. La conception des *Packaging* pour le maquillage
 - 5.6.1. Illustration sur les boîtes d'ombres à paupières
 - 5.6.2. Les éditions spéciales
 - 5.6.3. Style floral vs. Style minimal
- 5.7. Tendances de *Packaging* dans l'ensemble du processus d'emballage
 - 5.7.1. Emballage extérieur - sac
 - 5.7.2. Emballage intérieur - boîte
 - 5.7.3. Emballage du produit - bouteille

- 5.8. *Packaging* expérimental créatif
 - 5.8.1. Le bijou comme pièce unique
 - 5.8.2. Sophistication et élégance
 - 5.8.3. La boîte magique
- 5.9. Le choix des couleurs dans la conception des *Packaging* de bijoux
 - 5.9.1. La palette classique
 - 5.9.2. La couleur de l'or et son symbolisme
 - 5.9.3. Le métal, une matière froide et incolore
- 5.10. La conception des boîtes à bijoux
 - 5.10.1. La découpe du bois: les arêtes et les compartiments
 - 5.10.2. La doublure en tissu ou en velours
 - 5.10.3. Le design de la présentation des bijoux
- 5.11. *Emballage des bijoux de luxe*
 - 5.11.1. Le *Packaging* en cuir
 - 5.11.2. L'utilisation de rubans et de satin
 - 5.11.3. L'espace pour le logo

Module 6. *Packaging* et vins gourmets

- 6.1. Principes de base du *Packaging* gourmet
 - 6.1.1. Conception pratique et esthétique
 - 6.1.2. L'utilisation du verre et du carton
 - 6.1.3. L'ergonomie de l'emballage
- 6.2. L'architecture de l'information
 - 6.2.1. Priorité: esthétique ou fonctionnelle
 - 6.2.2. Valeurs complémentaires
 - 6.2.3. Le message à transmettre
- 6.3. La conception du logo
 - 6.3.1. L'isotype
 - 6.3.2. L'isologotype
 - 6.3.3. L'étiquette
- 6.4. Contenu essentiel des *packaging gastronomiques* et viticoles
 - 6.4.1. L'appellation d'origine
 - 6.4.2. Description du produit
 - 6.4.3. Marques de qualité spécifiques
- 6.5. Les propriétés du vin et des produits gastronomiques
 - 6.5.1. La préservation de la qualité
 - 6.5.2. La préservation du goût
 - 6.5.3. La présentation
- 6.6. La personnalité des marques gourmandes et viticoles
 - 6.6.1. L'héritage familial
 - 6.6.2. Inspirer le bon temps
 - 6.6.3. Le sens du goût passe par les yeux
- 6.7. L'étiquette
 - 6.7.1. Typologie du papier
 - 6.7.2. Propriétés du papier
 - 6.7.3. Informations complémentaires (*In Focus: l'utilisation de papier recyclé dans les étiquettes*)
- 6.8. Liège
 - 6.8.1. Qualité du bouchon
 - 6.8.2. Le liège naturel, le *Twin-Top*, le liège aggloméré et le liège colmaté.
 - 6.8.3. Impression sur le bouchon de liège (Procork, T-Cork, Cava ou Multipieza)
- 6.9. Verre
 - 6.9.1. Moules et formes en verre
 - 6.9.2. Hauteur et couleur des bouteilles
 - 6.9.3. Le design des capsules de fermeture protectrice
- 6.10. Les emballages gourmands
 - 6.10.1. Le produit en vue
 - 6.10.2. Un étiquetage clair, lisible et soigné
 - 6.10.3. Conception de la fraîcheur

Module 7. Emballage et design dans la consommation de masse

- 7.1. La transparence dans les *Packaging* alimentaires
 - 7.1.1. La santé des emballages
 - 7.1.2. Emballages alimentaires en plastique et matériaux biodégradables
 - 7.1.3. Polymères
- 7.2. Nouveaux emballages alimentaires
 - 7.2.1. Biopolymères
 - 7.2.2. Acides organiques
 - 7.2.3. Indicateurs de gaz et de température
- 7.3. Nano *Packaging*
 - 7.3.1. Nanoparticules
 - 7.3.2. Nanomatériaux
 - 7.3.3. Nanoémulsions
- 7.4. Le présent des *Packaging* de consommation
 - 7.4.1. *Active Packaging*
 - 7.4.2. *Intelligent Packaging*
 - 7.4.3. *Emballage intelligent*
- 7.5. Production de masse
 - 7.5.1. *Packaging* et distribution
 - 7.5.2. Emballage primaire
 - 7.5.3. Emballage secondaire (Cas: boîtes de Kellogg)
- 7.6. L'apparition de la consommation de masse
 - 7.6.1. La photographie alimentaire
 - 7.6.2. Illustrations didactiques
 - 7.6.3. Conception efficace
- 7.7. *Packaging* interactif
 - 7.7.1. La fonctionnalité des *Packaging* interactifs
 - 7.7.2. Les types de *Packaging* interactifs
 - 7.7.3. Les relations interactives

- 7.8. Conception d'emballages alimentaires
 - 7.8.1. Forme et taille
 - 7.8.2. Aliments frais ou transformés
 - 7.8.3. Le design dans l'étiquetage des produits
- 7.9. *Packaging* commercial
 - 7.9.1. *Du commun au premium*
 - 7.9.2. Un design fonctionnel avec une touche d'originalité
 - 7.9.3. Personnalisation de masse
- 7.10. Évaluation de la conception des *Packaging*
 - 7.10.1. La nature de votre produit est-elle claire?
 - 7.10.2. Est-il une représentation honnête du produit?
 - 7.10.3. Comment le produit se présentera-t-il dans le magasin ou en 3D?
 - 7.10.4. Versatilité

Module 8. Marketing & Branding pour *Packaging*

- 8.1. L'intelligence artificielle dans la conception des *Packaging*
 - 8.1.1. L'activation de la créativité par les données
 - 8.1.2. Les techniques de différenciation
 - 8.1.3. La reconception et l'évaluation
- 8.2. *Branding* pour les emballages
 - 8.2.1. Identité de la marque
 - 8.2.2. Conception sur la base de *Branding*
 - 8.2.3. L'impact économique du branding dans le *Packaging*
- 8.3. La stratégie numérique
 - 8.3.1. Les stratégies commerciales liées à l'identité
 - 8.3.2. Publicité
 - 8.3.3. Évaluation du positionnement
- 8.4. Le processus axé sur les données
 - 8.4.1. Gérer la communication visuelle par les données
 - 8.4.2. Collecte et sélection des données
 - 8.4.3. Analyse des données

- 8.5. Habitudes de consommation de l'environnement *Premium*
 - 8.5.1. Mesures clés du marketing
 - 8.5.2. Les métriques clés du *Packaging*
 - 8.5.3. La création de motifs séquentiels
- 8.6. L'innovation dans l'environnement du *Packaging*
 - 8.6.1. La gestion de la créativité
 - 8.6.2. Techniques prédictives
 - 8.6.3. Simulation de scénarios d'innovation
- 8.7. L'utilisation du Big data pour la création de l'icône
 - 8.7.1. Le marché du *Packaging*
 - 8.7.2. Le consommateur du *Packaging*
 - 8.7.3. Segmentation et valeur
- 8.8. Création de valeur dans le temps
 - 8.8.1. Stratégies de fidélisation
 - 8.8.2. Générer des ambassadeurs
 - 8.8.3. Gestion efficace des communications
- 8.9. L'expérience de l'utilisateur
 - 8.9.1. L'environnement numérique
 - 8.9.2. Génération de l' *Engagement*
 - 8.9.3. Messages
- 8.10. Gestion de projet
 - 8.10.1. Préparation du *Briefing*
 - 8.10.2. Communication stratégique
 - 8.10.3. Communication sur la valeur

Module 9. Direction créative

- 9.1. Évolution du *Packaging*
 - 9.1.1. La communication visuelle
 - 9.1.2. Histoire spéculative du *Packaging*
 - 9.1.3. Les fondements esthétiques
- 9.2. Le récit du produit
 - 9.2.1. Identifiez votre histoire. Quel est son message?
 - 9.2.2. Identifiez votre public cible
 - 9.2.3. Conversation entre la marque et le consommateur
- 9.3. La stratégie de la marque
 - 9.3.1. *Briefings*
 - 9.3.2. Mécanismes et langues
 - 9.3.3. *Material Research*. Tendances
- 9.4. Atelier de spéculation
 - 9.4.1. L'art et l'espace. Volumes
 - 9.4.2. Espace physique I. Jeu, temps et hasard
 - 9.4.3. Espace numérique I. *Virtual Making*
- 9.5. L'environnement du produit
 - 9.5.1. Les locaux et leur position
 - 9.5.2. L'espace physique II
 - 9.5.3. L'espace numérique II
- 9.6. Créativité technique
 - 9.6.1. Composition
 - 9.6.2. Le cadavre exquis. La multiplicité des images
 - 9.6.3. *L'hypergraphie*. Le graphique appliqué à l'espace
- 9.7. Production et développement du *Packaging*
 - 9.7.1. Les matériaux comme message
 - 9.7.2. Techniques traditionnelles et contemporaines
 - 9.7.3. Pourquoi choisir une image?

- 9.8. *La direction artistique*
 - 9.8.1. Appliquer le récit du produit
 - 9.8.2. La gamme de couleurs et sa signification
 - 9.8.3. Identifier l'approche publicitaire
- 9.9. Post-production
 - 9.9.1. Photographie
 - 9.9.2. Éclairage
 - 9.9.3. Effets
- 9.10. Projet entrepreneurial
 - 9.10.1. Portefeuille
 - 9.10.2. Instagram
 - 9.10.3. Réflexion. *Workshop*

Module 10. Développement de *Packaging* opérationnel

- 10.1. La chaîne de valeur de l'emballage
 - 10.1.1. Le cycle de vie d'un "emballage"
 - 10.1.2. Fonctionnalité
 - 10.1.3. Le rôle du design dans la chaîne d'approvisionnement
- 10.2. *Stock Packaging*
 - 10.2.1. Stockage
 - 10.2.2. Distribution: suivi et traçabilité
 - 10.2.3. L'intégration de l'opérabilité dans la conception
- 10.3. Commerce de *Retail* et commerce électronique
 - 10.3.1. La nouvelle réalité de l'emballage dans les magasins physiques
 - 10.3.2. *Les Concept Stores*
 - 10.3.3. Conception des emballages de livraison à domicile (*In Focus*: standardisation vs. Personnalisation)
- 10.4. Emballage industriel
 - 10.4.1. Analyse des coûts
 - 10.4.2. Les limites de la conception des *Packaging*
 - 10.4.3. L'évaluation du processus de *Packaging*
- 10.5. L'innovation dans la conception des *Packaging*
 - 10.5.1. L'évolution du concept d'emballage
 - 10.5.2. La qualité du *Packaging*
 - 10.5.3. La gestion des envois dans le canal en ligne
- 10.6. La stratégie du *Packaging*
 - 10.6.1. Les emballages primaires, secondaires et tertiaires dans le système de *Packaging*
 - 10.6.2. Le fabricant du produit et le concepteur du *Packaging*
 - 10.6.3. *La prise de décision*
- 10.7. Développement du concept
 - 10.7.1. *OKR Technique (Objectives and Key results)*
 - 10.7.2. *Techniques de cadrage*
 - 10.7.3. *Technique du canevas*
- 10.8. Le produit de conception
 - 10.8.1. Prototypage (*Story Map* + Live Data)
 - 10.8.2. Test (*Concierge Test* + utilisabilité/fiabilité/comportement)
 - 10.8.3. Évaluation
- 10.10. Le métier de concepteur de *Packaging*
 - 10.10.1. *Parties prenantes*
 - 10.10.2. L'environnement de travail
 - 10.10.3. Les relations de travail avec les clients

06

Méthodologie d'étude

TECH Euromed University est la première au monde à combiner la méthodologie des **case studies** avec **Relearning**, un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition guidée.

Cette stratégie d'enseignement innovante est conçue pour offrir aux professionnels la possibilité d'actualiser leurs connaissances et de développer leurs compétences de manière intensive et rigoureuse. Un modèle d'apprentissage qui place l'étudiant au centre du processus académique et lui donne le rôle principal, en s'adaptant à ses besoins et en laissant de côté les méthodologies plus conventionnelles.



“

*TECH Euromed University vous prépare
à relever de nouveaux défis dans des
environnements incertains et à réussir
votre carrière”*

L'étudiant: la priorité de tous les programmes de TECH Euromed University

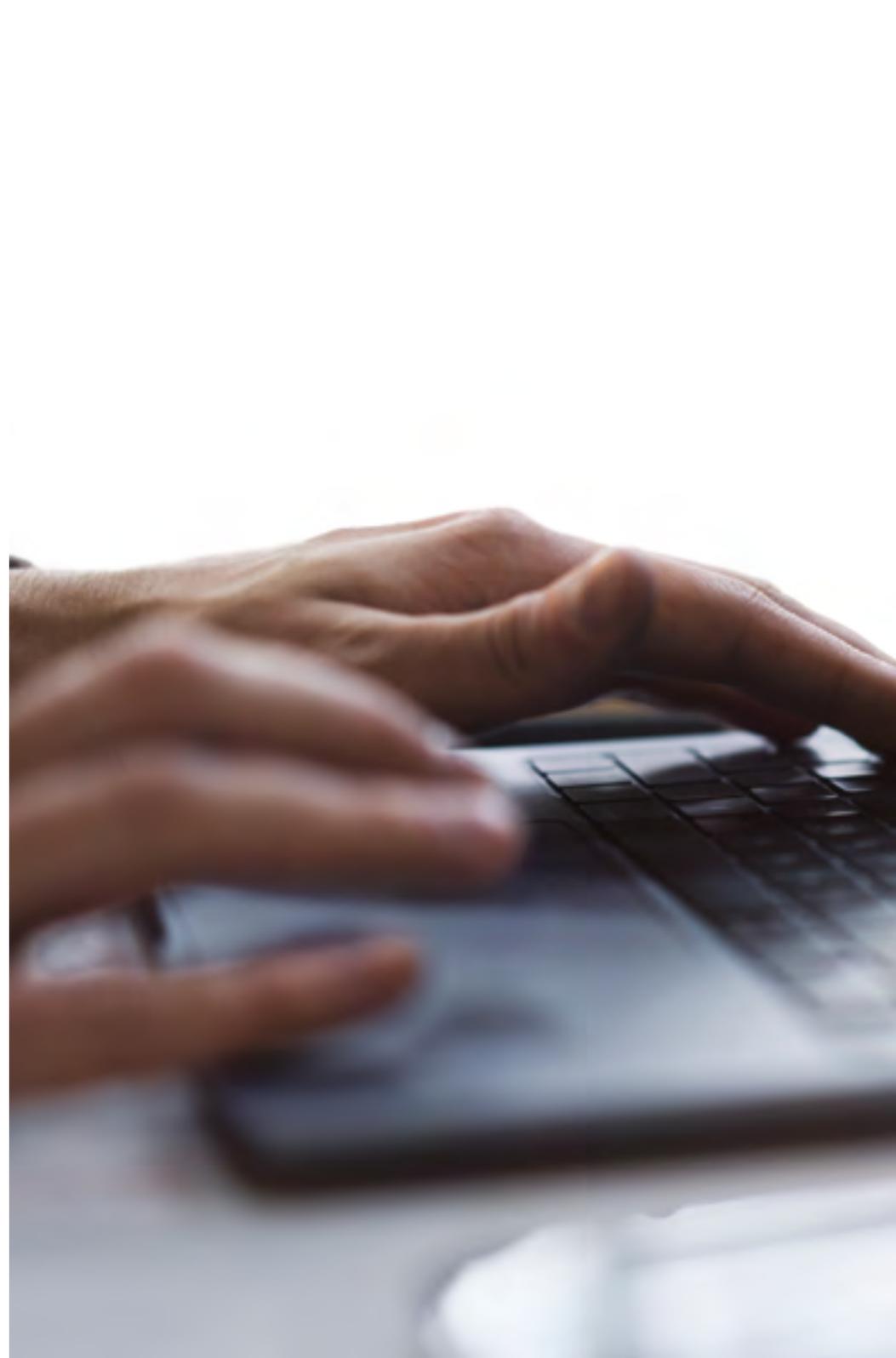
Dans la méthodologie d'étude de TECH Euromed University, l'étudiant est le protagoniste absolu.

Les outils pédagogiques de chaque programme ont été sélectionnés en tenant compte des exigences de temps, de disponibilité et de rigueur académique que demandent les étudiants d'aujourd'hui et les emplois les plus compétitifs du marché.

Avec le modèle éducatif asynchrone de TECH Euromed University, c'est l'étudiant qui choisit le temps qu'il consacre à l'étude, la manière dont il décide d'établir ses routines et tout cela dans le confort de l'appareil électronique de son choix. L'étudiant n'a pas besoin d'assister à des cours en direct, auxquels il ne peut souvent pas assister. Les activités d'apprentissage se dérouleront à votre convenance. Vous pouvez toujours décider quand et où étudier.

“

À TECH Euromed University, vous n'aurez PAS de cours en direct (auxquelles vous ne pourrez jamais assister)”



Les programmes d'études les plus complets au niveau international

TECH Euromed University se caractérise par l'offre des itinéraires académiques les plus complets dans l'environnement universitaire. Cette exhaustivité est obtenue grâce à la création de programmes d'études qui couvrent non seulement les connaissances essentielles, mais aussi les dernières innovations dans chaque domaine.

Grâce à une mise à jour constante, ces programmes permettent aux étudiants de suivre les évolutions du marché et d'acquérir les compétences les plus appréciées par les employeurs. Ainsi, les diplômés de TECH Euromed University reçoivent une préparation complète qui leur donne un avantage concurrentiel significatif pour progresser dans leur carrière.

De plus, ils peuvent le faire à partir de n'importe quel appareil, PC, tablette ou smartphone.

“

Le modèle de TECH Euromed University est asynchrone, de sorte que vous pouvez étudier sur votre PC, votre tablette ou votre smartphone où vous voulez, quand vous voulez et aussi longtemps que vous le voulez”

Case studies ou Méthode des cas

La méthode des cas est le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures écoles de commerce du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, sa fonction était également de leur présenter des situations réelles et complexes. De cette manière, ils pouvaient prendre des décisions en connaissance de cause et porter des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Avec ce modèle d'enseignement, ce sont les étudiants eux-mêmes qui construisent leurs compétences professionnelles grâce à des stratégies telles que *Learning by doing* ou le *Design Thinking*, utilisées par d'autres institutions renommées telles que Yale ou Stanford.

Cette méthode orientée vers l'action sera appliquée tout au long du parcours académique de l'étudiant avec TECH Euromed University. Vous serez ainsi confronté à de multiples situations de la vie réelle et devrez intégrer des connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre vos idées et vos décisions. Il s'agissait de répondre à la question de savoir comment ils agiraient lorsqu'ils seraient confrontés à des événements spécifiques complexes dans le cadre de leur travail quotidien.



Méthode Relearning

À TECH Euromed University, les *case studies* sont complétées par la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le *Relearning*.

Cette méthode s'écarte des techniques d'enseignement traditionnelles pour placer l'apprenant au centre de l'équation, en lui fournissant le meilleur contenu sous différents formats. De cette façon, il est en mesure de revoir et de répéter les concepts clés de chaque matière et d'apprendre à les appliquer dans un environnement réel.

Dans le même ordre d'idées, et selon de multiples recherches scientifiques, la répétition est le meilleur moyen d'apprendre. C'est pourquoi TECH Euromed University propose entre 8 et 16 répétitions de chaque concept clé au sein d'une même leçon, présentées d'une manière différente, afin de garantir que les connaissances sont pleinement intégrées au cours du processus d'étude.

Le Relearning vous permettra d'apprendre plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.



Un Campus Virtuel 100% en ligne avec les meilleures ressources didactiques

Pour appliquer efficacement sa méthodologie, TECH Euromed University se concentre à fournir aux diplômés du matériel pédagogique sous différents formats: textes, vidéos interactives, illustrations et cartes de connaissances, entre autres. Tous ces supports sont conçus par des enseignants qualifiés qui axent leur travail sur la combinaison de cas réels avec la résolution de situations complexes par la simulation, l'étude de contextes appliqués à chaque carrière professionnelle et l'apprentissage basé sur la répétition, par le biais d'audios, de présentations, d'animations, d'images, etc.

Les dernières données scientifiques dans le domaine des Neurosciences soulignent l'importance de prendre en compte le lieu et le contexte d'accès au contenu avant d'entamer un nouveau processus d'apprentissage. La possibilité d'ajuster ces variables de manière personnalisée aide les gens à se souvenir et à stocker les connaissances dans l'hippocampe pour une rétention à long terme. Il s'agit d'un modèle intitulé *Neurocognitive context-dependent e-learning* qui est sciemment appliqué dans le cadre de ce diplôme d'université.

D'autre part, toujours dans le but de favoriser au maximum les contacts entre mentors et mentorés, un large éventail de possibilités de communication est offert, en temps réel et en différé (messagerie interne, forums de discussion, service téléphonique, contact par courrier électronique avec le secrétariat technique, chat et vidéoconférence).

De même, ce Campus Virtuel très complet permettra aux étudiants TECH Euromed University d'organiser leurs horaires d'études en fonction de leurs disponibilités personnelles ou de leurs obligations professionnelles. De cette manière, ils auront un contrôle global des contenus académiques et de leurs outils didactiques, mis en fonction de leur mise à jour professionnelle accélérée.



Le mode d'étude en ligne de ce programme vous permettra d'organiser votre temps et votre rythme d'apprentissage, en l'adaptant à votre emploi du temps"

L'efficacité de la méthode est justifiée par quatre acquis fondamentaux:

1. Les étudiants qui suivent cette méthode parviennent non seulement à assimiler les concepts, mais aussi à développer leur capacité mentale au moyen d'exercices pour évaluer des situations réelles et appliquer leurs connaissances.
2. L'apprentissage est solidement traduit en compétences pratiques ce qui permet à l'étudiant de mieux s'intégrer dans le monde réel.
3. L'assimilation des idées et des concepts est rendue plus facile et plus efficace, grâce à l'utilisation de situations issues de la réalité.
4. Le sentiment d'efficacité de l'effort investi devient un stimulus très important pour les étudiants, qui se traduit par un plus grand intérêt pour l'apprentissage et une augmentation du temps passé à travailler sur le cours.

La méthodologie universitaire la mieux évaluée par ses étudiants

Les résultats de ce modèle académique innovant sont visibles dans les niveaux de satisfaction générale des diplômés de TECH Euromed University.

L'évaluation par les étudiants de la qualité de l'enseignement, de la qualité du matériel, de la structure du cours et des objectifs est excellente. Il n'est pas surprenant que l'institution soit devenue l'université la mieux évaluée par ses étudiants selon l'indice global score, obtenant une note de 4,9 sur 5.

Accédez aux contenus de l'étude depuis n'importe quel appareil disposant d'une connexion Internet (ordinateur, tablette, smartphone) grâce au fait que TECH Euromed University est à la pointe de la technologie et de l'enseignement.

Vous pourrez apprendre grâce aux avantages offerts par les environnements d'apprentissage simulés et à l'approche de l'apprentissage par observation: le Learning from an expert.



Ainsi, le meilleur matériel pédagogique, minutieusement préparé, sera disponible dans le cadre de ce programme:



Matériel didactique

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseignent les cours. Ils ont été conçus en exclusivité pour le programme afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel afin de mettre en place notre mode de travail en ligne, avec les dernières techniques qui nous permettent de vous offrir une grande qualité dans chacune des pièces que nous mettrons à votre service.



Pratique des aptitudes et des compétences

Vous effectuerez des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques permettant d'acquérir et de développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit acquérir dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Résumés interactifs

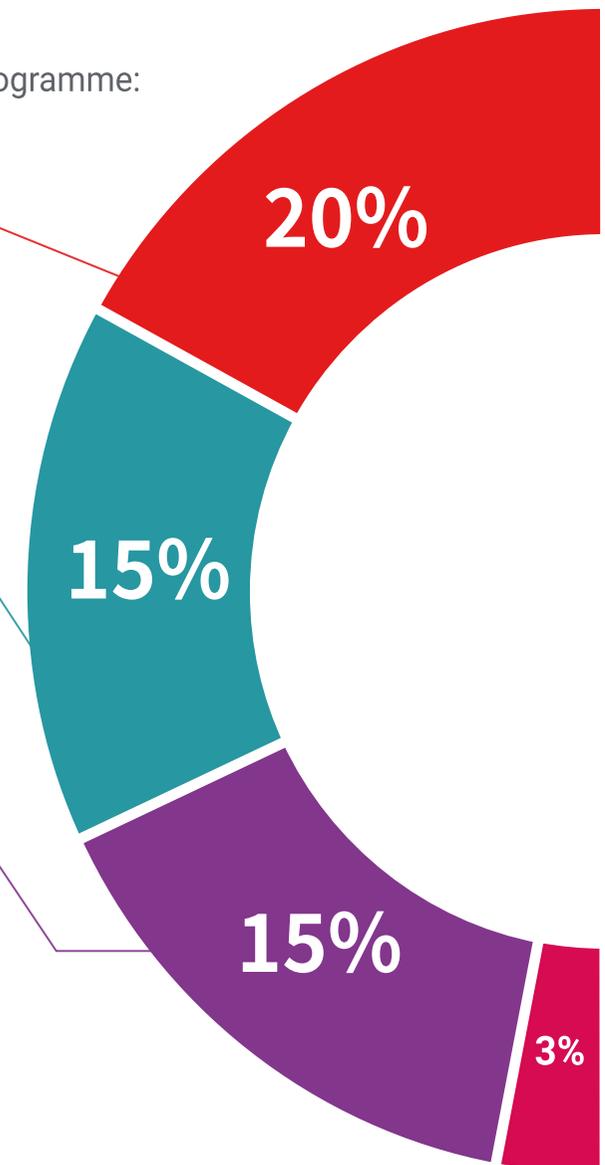
Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias qui incluent de l'audio, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider les connaissances.

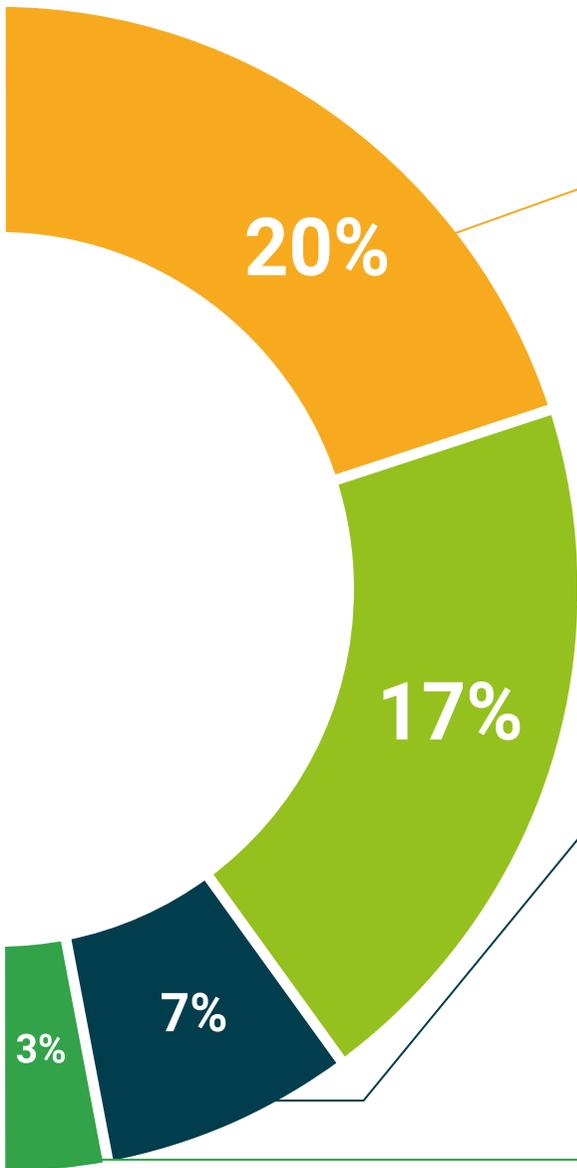
Ce système éducatif unique de présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que «European Success Story».



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus, guides internationaux, etc... Dans notre bibliothèque virtuelle, vous aurez accès à tout ce dont vous avez besoin pour compléter votre formation.





Case Studies

Vous réaliserez une sélection des meilleures case studies dans le domaine. Des cas présentés, analysés et encadrés par les meilleurs spécialistes internationaux.



Testing & Retesting

Nous évaluons et réévaluons périodiquement vos connaissances tout au long du programme. Nous le faisons sur 3 des 4 niveaux de la Pyramide de Miller.



Cours magistraux

Il existe des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert. La méthode Learning from an Expert permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



Guides d'action rapide

TECH Euromed University propose les contenus les plus pertinents du programme sous forme de fiches de travail ou de guides d'action rapide. Un moyen synthétique, pratique et efficace pour vous permettre de progresser dans votre apprentissage.



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Conception de Packaging garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Spécialisé délivré par TECH Global University, et un autre par Euromed University of Fes.



“

Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie”

Le programme du **Mastère Spécialisé en Conception de Packaging** est le programme le plus complet sur la scène académique actuelle. Après avoir obtenu leur diplôme, les étudiants recevront un diplôme d'université délivré par TECH Global University et un autre par Université Euromed de Fès.

Ces diplômes de formation continue et d'actualisation professionnelle de TECH Global University et d'Université Euromed de Fès garantissent l'acquisition de compétences dans le domaine de la connaissance, en accordant une grande valeur curriculaire à l'étudiant qui réussit les évaluations et accrédite le programme après l'avoir suivi dans son intégralité.

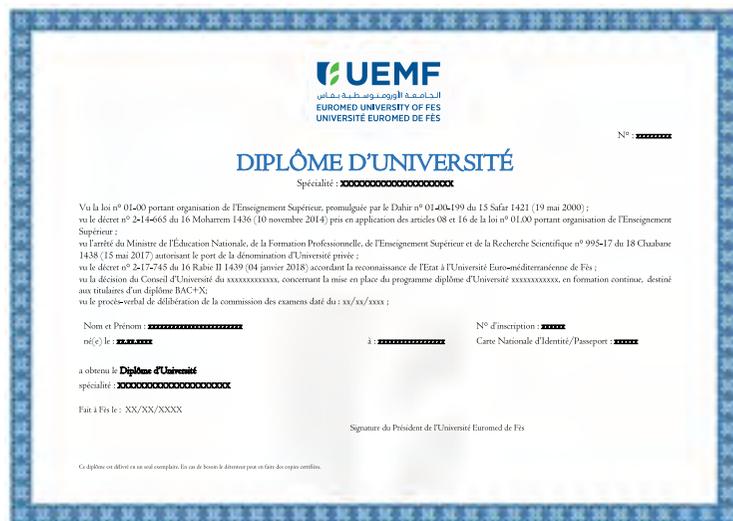
Ce double certificat, de la part de deux institutions universitaires de premier plan, représente une double récompense pour une formation complète et de qualité, assurant à l'étudiant l'obtention d'une certification reconnue au niveau national et international. Ce mérite académique vous positionnera comme un professionnel hautement qualifié, prêt à relever les défis et à répondre aux exigences de votre secteur professionnel.

Diplôme: Mastère Spécialisé en Conception de Packaging

Modalité: en ligne

Durée: 12 mois

Accréditation: 60 ECTS



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH Euromed University fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.

future

santé confiance personnes

éducation information tuteurs

garantie accréditation enseignement

institutions technologie apprentissage

communauté engagement

service personnalisé innovation

connaissance présent qualité

en ligne formation

développement institutions

classe virtuelle langues

tech Euromed
University

Mastère Spécialisé Conception de Packaging

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Euromed University
- » Accréditation: 60 ECTS
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

Conception de Packaging

