

Universitätsexperte

Branding im Packaging





Universitätsexperte Branding im Packaging

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitude.com/de/design/spezialisierung/spezialisierung-branding-packaging

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 22

06

Qualifizierung

Seite 30

01

Präsentation

Die Präsentation eines Produkts unter den bestmöglichen Bedingungen für die Vermarktung, den Transport, die Lagerung und den Gebrauch ist eine Form des Marketings, die auf der Entwicklung der Identität des Produkts in Bezug auf die Marke und die Verbrauchergruppe, die sie repräsentiert, beruht. Es wird ein visuelles Umfeld geschaffen, in dem künstliche Intelligenz und die Nutzung des Metaversums für Marken neuen Erfahrungen Platz machen, die neues Design und kreatives Denken erfordern. Dies erfordert eine spezifische Weiterbildung, um diese Werkzeuge an die aktuellen und zukünftigen Szenarien anzupassen. Aus diesem Grund widmet sich dieser Studiengang dem Studium aller Aspekte des *Branding* im Packaging auf der Grundlage eines einzigartigen Modells, das auf einer innovativen Methodik beruht, die mit den üblichen Universitätsmodellen bricht. Der Studiengang ist zu 100% online und wird von erfahrenen Dozenten und Experten auf diesem Gebiet geleitet.



“

Stärken Sie Ihre Vorstellungskraft als Ihr wichtigstes Arbeitsinstrument durch die neue Vision, die Sie durch die Teilnahme an diesem Programm über Branding im Packaging entwickeln werden"

Das Konzeptdesign ist die Achse, um die sich die gesamte Packaging-Strategie dreht. Es integriert eine Idee in ein Produkt, um ihm eine visuelle Identität zu verleihen, die einen Mehrwert wie Wiedererkennung und Identifikation schafft, aber auch auf die Techniken der Kreation, der Strukturierung, des visuellen Ausdrucks und der grafischen Darstellung reagiert, die letztendlich eine auf Funktionen und Zielen basierende Perspektive schaffen. Mit der Einführung des Metaversums in Marken, insbesondere in Luxusmarken, werden neue Kundenerfahrungen entstehen, die ein Design erfordern, das an dieses neue Szenario angepasst ist, in dem das Imaginäre die Grenze zum Realen überschreitet.

Innovation ist die Grundlage für das weitere Wachstum der Branche. Daher ist das Verständnis des Identitätsmanagements und der Veränderungen, die es im Laufe seines Lebens erfährt, der Schlüssel zur Organisation eines kohärenten und rentablen Projekts. Der Aufbau einer Marke und ihre Aufrechterhaltung im Laufe der Zeit hängen von den Entscheidungen ab, die in Zeiten des Wandels getroffen werden, und dies erfordert die Berücksichtigung aller Marketingelemente in Bezug auf die Verpackung, als kommerzielles Instrument und als Struktur.

Dieser Studiengang, der sich mit dem Branding in der Verpackung beschäftigt, vermittelt gegenwärtigen und zukünftigen Fachleuten das notwendige Wissen, um kreativ über Produkte nachdenken zu können. Dies geschieht nicht nur durch praktisches Lernen, sondern auch durch die Art des Lehrstoffs, der die Studenten dazu anregt, aktiv und kritisch über die verschiedenen Teile nachzudenken. Drei Module, die alle Aspekte des Packaging Designs, des Marketings und des kreativen Managements abdecken und spezifische Themen behandeln, die dank der Relearning-Methode für die Studenten leichter zu verstehen und zu behalten sind.

All dies geschieht über ein komplettes Online-System, über einen benutzerfreundlichen virtuellen Campus, der den Fachleuten Flexibilität und Sicherheit bietet. Mit Inhalten in einer Vielzahl von Formaten und von jedem Gerät herunterladbar, vom ersten Tag an verfügbar, um in maximal 6 Monaten qualifiziert zu werden.

Das Programm wird immer von einem Team von erfahrenen und professionellen Dozenten geleitet, die innovative und aktuelle Erfahrungen in das Programm einbringen.

Der **Universitätsexperte in Branding im Packaging** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Die Entwicklung von Fallstudien, die von Experten aus den Bereichen Kommunikation, Marketing und visuelle Künste vorgestellt werden
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt des Buches liefert wissenschaftliche und praktische Informationen zu den Disziplinen, die für die berufliche Praxis unerlässlich sind
- ◆ Die praktischen Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess zur Verbesserung des Lernens durchgeführt werden kann
- ◆ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ◆ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Dieses Programm ermöglicht eine Vertiefung des sensorischen Erlebnisses und ein Hinübergleiten in die neue virtuelle Realität des Packaging. Fördern Sie Ihr Talent. Schreiben Sie sich jetzt ein"

“

Die TECH Global University bietet Ihnen ein Programm mit exklusiven und aktualisierten Inhalten, die zu 100% online zur Verfügung stehen, so dass Sie in nur wenigen Monaten ein Experte für Branding im Packaging werden können"

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie renommierte Fachleute von Referenzgesellschaften und angesehenen Universitäten.

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

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

Machen Sie Ihren Weg im Packaging Design in der Industrie 4.0 und professionalisieren Sie Ihr Talent mit diesem Universitätsexperten.

Entwickeln Sie kreatives Denken auf der Grundlage von Innovation. Bauen Sie eine Markenidentität auf, die sich von anderen abhebt und nur auf Vorteile setzt.



02 Ziele

Der Universitätsexperte in *Branding im Packaging* soll all jenen die Türen zur Professionalisierung öffnen, die sich im Bereich der visuellen Künste und des Marketings spezialisieren möchten, insbesondere in der Schaffung einer konzeptionellen, experimentellen und/oder kommerziellen Identität, die durch den Einsatz von Big Data, neuen Technologien und kontinuierlicher Evaluierung an alle Arten von Produkten angepasst ist. Den Kunden oder Arbeitgebern werden einzigartige und innovative Projekte angeboten, die auf ihre Ziele zugeschnitten sind und das Erlebnis für den Endverbraucher verbessern.



“

Wenn Sie sich für die Welt des Designs begeistern oder in den Bereichen Kommunikation oder Marketing arbeiten und sich beruflich spezialisieren möchten, ist dieses Programm genau das Richtige für Sie. Schreiben Sie sich ein und schließen Sie Ihr Studium in 6 Monaten ab"



Allgemeine Ziele

- ◆ Schaffen einer konzeptionellen, experimentellen und/oder kommerziellen visuellen Identität, die für alle Arten von Produkten geeignet ist
- ◆ Verwalten eines kompletten *Packaging*-Projekts und eines maßgeschneiderten Portfolios
- ◆ Erfassen der gesamten Produktwertschöpfungskette: vom Produktdesign bis zum Öffnen der Verpackung zu Hause oder zum Verkauf im Geschäft
- ◆ Entwickeln von *Branding*- und Marketingstrategien durch den Einsatz von *Big Data* und einer kontinuierlichen Auswertung
- ◆ Entwerfen aller *Packaging* Designs mit einem fortgeschrittenen Wissen über ihre Materialien und realen Anwendungen
- ◆ Umgehen mit *Ecopackaging* und den Materialien, die bei der Gestaltung von Produktverpackungen eine Rolle spielen
- ◆ Anwenden von *Packaging* Design von Massenkonsum bis hin zu Kosmetik, Schmuck oder Gourmet-Produkten und dem Markt für *Luxus-Packaging*





Spezifische Ziele

Modul 1. Die Struktur des Packaging

- ◆ Beherrschen der Techniken der Kreativität und der strukturellen Komposition auf der Grundlage der *Packaging*-Kultur
- ◆ Erstellen eines spezifischen Konzepts, das einer universellen Identität auf der Grundlage der Kohärenz mit dem Zweck der Marke entspricht
- ◆ Anwenden von Forschungstechniken in der physischen und digitalen Umgebung und Erstellen von Designrichtlinien
- ◆ Bearbeiten von *Lettering* und Typografie für die Herstellung von Verpackungsetiketten
- ◆ Vertiefen der sensorischen Erfahrung und Übertritt in die neue virtuelle Realität des *Packaging*

Modul 2. Kreative Leitung

- ◆ Fördern der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten durch Verständnis für die Verwendung visueller Codes und deren Botschaft
- ◆ Anwenden des bisher Gelernten auf die Entwicklung eines persönlichen Portfolio und *Briefing* zu unseren Entwürfen
- ◆ Einpassen der visuellen Erzählung in die Markenstrategie
- ◆ Einsetzen der modernsten künstlerischen Techniken wie z. B. die exquisite Leiche oder die Hypergrafie
- ◆ Verwalten von Raum, Strukturen und Volumen sowie der Farbpalette als Ganzes und nicht getrennt

Modul 3. Operative Entwicklung des Packaging

- ◆ Identifizieren der Rolle des Designs innerhalb der Warenlieferkette
- ◆ Beherrschen der Techniken der Produktentwicklung, des Prototypings und der Tests, um sie auf das *Packaging* Design anzuwenden
- ◆ Verbessern der Designvision der Studenten durch eine globale Perspektive der "Paketreise"
- ◆ Berücksichtigen aller rechtlichen und regulatorischen Kenntnisse über die Nutzung und Verwertung von geistigem Eigentum
- ◆ Beherrschen der eigenen Rolle als Designer und Verbessern der Arbeitsbeziehungen



Diese Weiterbildung fördert die Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten und das Verständnis für die Verwendung visueller Codes und deren Botschaft im Verpackungsdesign"

03

Kursleitung

Um einen reibungslosen Ablauf des Lernprozesses zu gewährleisten, hat TECH ein hoch qualifiziertes Dozententeam ausgewählt, das sich aus Fachleuten aus der Praxis zusammensetzt. Diese Fachleute werden den Studenten alle Voraussetzungen für die Schaffung einer angemessenen Produktidentität durch die Gestaltung von Verpackungen in einem digitalisierten kommerziellen Umfeld und durch die Implementierung neuer Technologien vermitteln. Neben einer innovativen und effizienten Lehrmethodik verfügt der Studiengang über ein renommiertes Dozententeam, das seine Erfahrung und sein aktuelles Wissen zur Verfügung stellt, um den Studenten eine qualitativ hochwertige Erfahrung zu bieten.



“

Fachleute mit mehr als 15 Jahren Erfahrung, die derzeit wichtige Positionen im Bereich Design innehaben, werden Ihren Fortbildungsprozess leiten"

Internationaler Gastdirektor

Laura Moffitt ist eine hoch angesehene Designerin, die sich weltweit auf **Verpackungsstrategien und Markenentwicklung** spezialisiert hat. Mit einem starken Hintergrund in der kreativen Leitung im **innovativen Packaging** hat sie mit funktionsübergreifenden Teams gearbeitet, um Marken durch eine kreative und kohärente Vision zum Leben zu erwecken. Ihr Fokus auf **Projekttrends** und ihre Leidenschaft für Spitzenleistungen haben sie dazu gebracht, die Grenzen der Konventionen zu überschreiten und innovative Visionen in die Branche zu bringen.

Im Laufe ihrer Karriere hatte sie Schlüsselpositionen in renommierten Unternehmen inne, unter anderem als **Direktorin für Verpackungsdesign bei Youth to the People** bei L'Oréal. In dieser Funktion war sie für die Konzeption und Ausführung von Verpackungsdesigns verantwortlich und arbeitete mit **Marketing-, Produktentwicklungs- und Zuliefererteams** zusammen, um ein einheitliches und effizientes Branding zu gewährleisten.

Sie wurde international für ihre Fähigkeit anerkannt, das Profil der Institutionen zu schärfen, mit denen sie gearbeitet hat. In diesem Sinne hat sie eine wichtige Rolle bei der Entwicklung **globaler Verpackungsstrategien** gespielt und **visuell ansprechende Kollektionen** vorgeschlagen, die den **Verbraucher** ansprechen. Zusätzlich zu ihrer Erfolgsbilanz in der Branche hat sie Auszeichnungen für ihren innovativen Ansatz erhalten und zahlreiche Initiativen zur kontinuierlichen Verbesserung vorangetrieben, die in der Branche Meilensteine gesetzt haben.

Außerdem hat sie zur Entwicklung von Forschung und Analyse von **Markttrends** beigetragen, was es ihr ermöglicht hat, an der **Spitze der Designbranche** zu bleiben. Sie hat detailgetreue Mock-ups, **3D-Renderings von Verpackungen** und Werbetexten entwickelt und digitale Assets entworfen. Ihr investigativer Ansatz hat es ihr ermöglicht, an der Einführung neuer Produkte mitzuwirken, die sich durch ihre Funktionalität und Ästhetik auszeichnen.



Fr. Moffitt, Laura

- Direktorin für Verpackungsdesign bei L'Oréal, Los Angeles, USA
- Senior Designerin (Jugend für die Menschen) bei L'Oréal
- Verpackungsdesignerin bei L'Oréal
- Verpackungsdesignerin bei Youth To The People
- Leitende Grafikdesignerin bei Beats by Dr. Dre (Apple)
- Grafikdesignerin bei FAM Brands
- Grafikdesign-Praktikantin bei Drawing from Memory
- Marketing-Praktikantin bei Bonhams
- Spezialistin für Grafikdesign am Pratt Institute
- Hochschulabschluss in Kommunikationsdesign, Hauptfach Grafikdesign am Pratt Institute

“

*Dank TECH werden Sie mit
den besten Fachleuten der
Welt lernen können”*

Leitung



Dr. García Barriga, María

- ♦ Promotion in Design und Marketingdaten
- ♦ Kommunikatorin bei RTVE
- ♦ Kommunikatorin bei Telemadrid
- ♦ Universitätsdozentin
- ♦ Autorin von "Das Muster der Ewigkeit: Schaffung einer spiralförmigen Identität für automatisierte Modetrends"
- ♦ Kommunikation, Marketing und soziale Kampagnen, Kulturerbe - Digitales Marketing
- ♦ Chefredakteurin, Chroma-Presse
- ♦ Verantwortliche für Marketing und soziale Medien, Servicecom
- ♦ Verfasserin von Webinhalten, Premium Difusión, Diario Siglo XXI und Magazine Of Managers
- ♦ Promotion in Design und Marketingdaten, Polytechnische Universität von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften der Kommunikation, des Marketings und der Werbung von Madrid, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Aufbaustudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Zertifizierte in Datenanalyse und Kreativität mit Python in China
- ♦ Masterstudiengang in Fashion Business School, Fakultät für Mode der Universität Navarra

Professoren

Fr. Merinero Gómez, Esther

- ◆ Künstlerin
- ◆ Freiberuflerin
- ◆ Hochschulabschluss in Bildende Kunst vom Chelsea College of Arts
- ◆ Masterstudiengang in Bildhauerei am Royal College of Arts von London
- ◆ Künstlerische Leiterin von Projekten wie The Koppel Project Gallery (London) und "Costa del Sol", das in der spanischen Botschaft in Frankreich während der Paris Design Week präsentiert wurde
- ◆ Ihre Arbeiten waren in internationalen Ausstellungen in Berlin, London, Valencia und Teheran zu sehen



Nutzen Sie die Gelegenheit, sich über die neuesten Fortschritte auf diesem Gebiet zu informieren und diese in Ihrer täglichen Praxis anzuwenden"



04

Struktur und Inhalt

Der Inhalt dieses Universitätsexperten gliedert sich in drei spezialisierte Module, die es den Fachleuten ermöglichen, sich die fortschrittlichsten und aktuellsten Kenntnisse im Bereich des Branding im Packaging anzueignen. Sie werden nicht nur die Techniken und Werkzeuge beherrschen, um die Möglichkeiten eines Produkts und seiner Präsentation neu zu erfinden, sondern auch die Fähigkeit entwickeln, kreativ in neuen digitalen Umgebungen zu denken. Dank eines theoretisch-praktischen Studienplans lernt der Student durch eine Vielzahl von Multimedia-Ressourcen, deren Inhalte vom ersten Tag an zur Ansicht oder zum Herunterladen zur Verfügung stehen.



Modul 1. Die Struktur des Packaging

- 1.1. Die Illustration des *Packaging*
 - 1.1.2. Kultur des *Packaging* (Resonanz)
 - 1.1.3. Die Funktionen des digitalen *Packaging*
 - 1.1.4. Die Ziele von *Packaging* Design
- 1.2. Strukturelle Zusammensetzung
 - 1.2.1. Wahl der Form (Struktur)
 - 1.2.2. *Color Matching*
 - 1.2.3. 2D Textur
- 1.3. Ausdrucksstarke Techniken
 - 1.3.1. Spezifische Illustrationen
 - 1.3.2. Abstrakte Illustrationen
 - 1.3.3. Humor in verpackten Produkten
- 1.4. Visuelle Darstellungstechniken
 - 1.4.1. Vereinigungen
 - 1.4.2. Symbolische Metaphern
 - 1.4.3. Visuelle Hyperbel - Übertreibungen (*In Focus: Visuelle Hierarchie*)
- 1.5. Konzeptioneller Entwurf
 - 1.5.1. Demografische und ethnografische Forschung
 - 1.5.2. *Retail Research & Digital Research*
 - 1.5.3. Markenkonzept, Verpackungsdesign (*In Focus: Culture Map*)
- 1.6. Elemente des *Packaging* Design
 - 1.6.1. Das Anzeigefeld
 - 1.6.2. Die Bildsprache der Marke
 - 1.6.3. *Concept Board* (*In Focus: Der Name des Produkts und der Name der Marke*)
- 1.7. *Lettering*
 - 1.7.1. Typografie
 - 1.7.2. Abstand zwischen den Zeilen
 - 1.7.3. Typografische Prinzipien (*In Focus: Typografie und Technologie*)
- 1.8. Etappen des *Packaging* Design
 - 1.8.1. Projektstruktur und *Briefing*
 - 1.8.2. Kommunikation der Strategie
 - 1.8.3. Designverfeinerung und Vorproduktion (*In Focus: Für wen sind die Produkte von Luxus Packaging gedacht?*)

- 1.9. Das sinnliche Erlebnis
 - 1.9.1. Wie hört sich *Packaging* an?
 - 1.9.2. Berühren in 2D
 - 1.9.3. Sensorische Bewertung (*In Focus: Die virtuelle sensorische Erfahrung*)
- 1.10. Virtuelles *Packaging*
 - 1.10.1. Verpackungen im Metaversum
 - 1.10.2. Luxusmarken
 - 1.10.3. Im *Packaging* enthaltenes audiovisuelles Material (*In Focus: Unboxing im Metaversum*)

Modul 2. Marketing & Branding im Packaging

- 2.1. Künstliche Intelligenz im *Packaging* Design
 - 2.1.1. Die Aktivierung der Kreativität durch Daten
 - 2.1.2. Techniken zur Differenzierung
 - 2.1.3. Neugestaltung und Bewertung
- 2.2. *Branding* für "Wrapper"
 - 2.2.1. Markenidentität
 - 2.2.2. Design auf der Grundlage von *Branding*
 - 2.2.3. Die wirtschaftlichen Auswirkungen von *Branding* beim *Packaging*
- 2.3. Digitale Strategie
 - 2.3.1. Geschäftsstrategien in Verbindung mit Identität
 - 2.3.2. Werbung
 - 2.3.3. Bewertung der Positionierung
- 2.4. Der Prozess der Datenauswertung
 - 2.4.1. Visuelle Kommunikation durch Daten verwalten
 - 2.4.2. Sammeln und Auswählen von Daten
 - 2.4.3. Analyse der Daten
- 2.5. Konsumgewohnheiten der *Premium*-Umgebung
 - 2.5.1. Wichtige Marketing-Metriken
 - 2.5.2. Die wichtigsten Metriken des *Packaging*
 - 2.5.3. Die Erstellung von sequentiellen Mustern
- 2.6. Innovation in der *Packaging*-Branche
 - 2.6.1. Kreativitätsmanagement
 - 2.6.2. Prädiktive Techniken
 - 2.6.3. Simulation von Innovationsszenarien

- 2.7. Die Verwendung von *Big Data* für die Erstellung der Ikone
 - 2.7.1. Der *Packaging*-Markt
 - 2.7.2. Der Verbraucher des *Packaging*
 - 2.7.3. Segmentierung und Wert
- 2.8. Wertschöpfung im Laufe der Zeit
 - 2.8.1. Strategien der Loyalität
 - 2.8.2. Botschafter generieren
 - 2.8.3. Effiziente Verwaltung der Kommunikation
- 2.9. Benutzererfahrung
 - 2.9.1. Die digitale Umgebung
 - 2.9.2. *Engagement* erzeugen
 - 2.9.3. Mitteilungen
- 2.10. Projektleitung
 - 2.10.1. Vorbereitung des *Briefing*
 - 2.10.2. Strategische Kommunikation
 - 2.10.3. Wertekommunikation

Modul 3. Kreative Leitung

- 3.1. Entwicklung des *Packaging*
 - 3.1.1. Visuelle Kommunikation
 - 3.1.2. Spekulative Geschichte des *Packaging*
 - 3.1.3. Ästhetische Grundlagen
- 3.2. Produkt-Erzählung
 - 3.2.1. Identifizieren ihrer Geschichte. Was ist die Botschaft?
 - 3.2.2. Identifizieren des Zielpublikums
 - 3.2.3. Konversation zwischen Marke und Verbraucher
- 3.3. Markenstrategie
 - 3.3.1. *Briefing*
 - 3.3.2. Mechanismen und eigene Sprachen
 - 3.3.3. *Material Research*. Tendenzen
- 3.4. Workshop Spekulation
 - 3.4.1. Kunst und Raum. Volumen
 - 3.4.2. Physischer Raum I. Spiel, Zeit und Zufall
 - 3.4.3. Digitaler Raum I. *Virtual Making*

- 3.5. Die Produktumgebung
 - 3.5.1. Die Voraussetzungen und ihre Position
 - 3.5.2. Physischer Raum II
 - 3.5.3. Digitaler Raum II
- 3.6. Technische Kreativität
 - 3.6.1. Zusammensetzung
 - 3.6.2. Exquisite Leiche. Die Vielfalt der Bilder
 - 3.6.3. *Hypergraphics*. Die auf den Raum angewandte Grafik
- 3.7. Produktion und Entwicklung von *Packaging*
 - 3.7.1. Materialien als Botschaft
 - 3.7.2. Traditionelle und moderne Techniken
 - 3.7.3. Warum entscheiden Sie sich für ein Bild?
- 3.8. *Art Direction*
 - 3.8.1. Anwendung der Produktbeschreibungen
 - 3.8.2. Farbpalette und ihre Bedeutung
 - 3.8.3. Identifizierung des Werbeansatzes
- 3.9. Postproduktion
 - 3.9.1. Fotografie
 - 3.9.2. Beleuchtung
 - 3.9.3. Auswirkungen
- 3.10. Das Projektunternehmen
 - 3.10.1. Portfolio
 - 3.10.2. Instagram
 - 3.10.3. Überlegung. *Workshop*



Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert"

05 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.

“

Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt”



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Lehrplans.



Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.

“*Unser Programm bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein*”

Die Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller spanischsprachigen Online-Universitäten der Welt.



Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft auszubilden. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität in Spanisch zu verbessern.

In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

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

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert baut Wissen und Gedächtnis auf und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



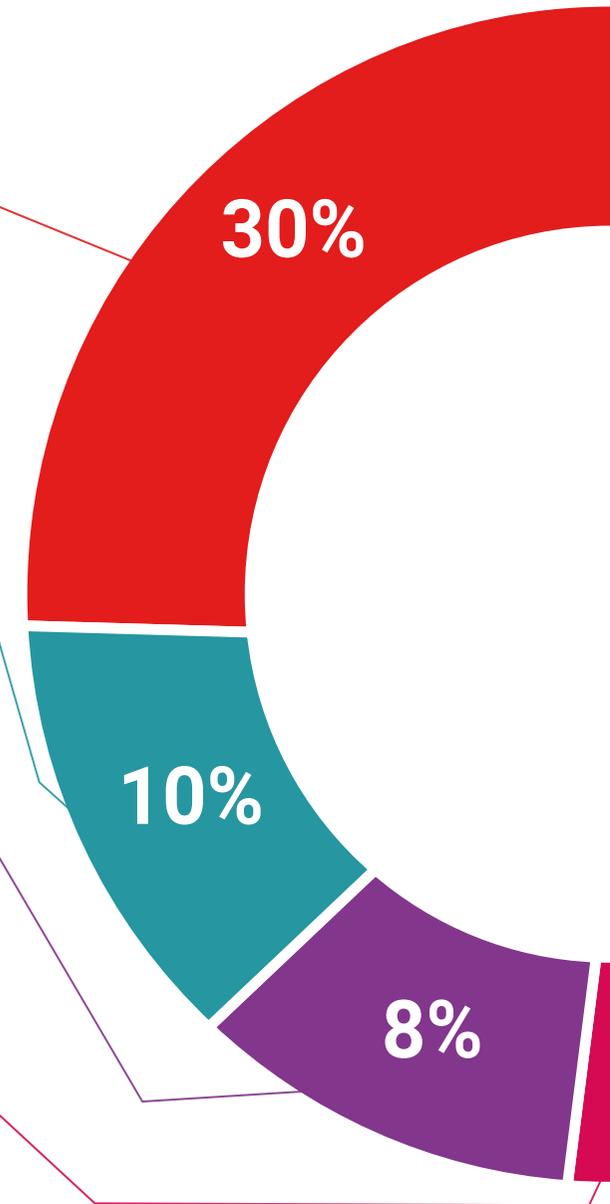
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

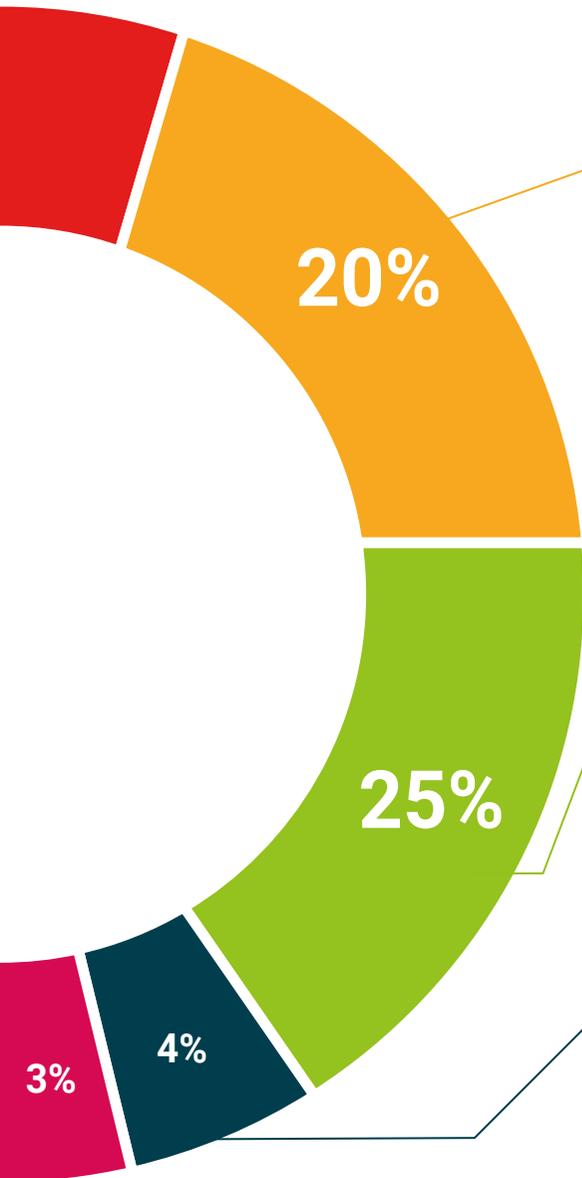
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Ausbildung benötigen.





Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Branding im Packaging garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.



“

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

Der **Universitätsexperte in Branding im Packaging** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Universitätsexperte in Branding im Packaging**

Modalität: **online**

Dauer: **6 Monate**



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

zukunft

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

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Branding im Packaging

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte

Branding im Packaging