

Очно-заочная магистратура Дизайн продукции





tech технологический
университет

Очно-заочная магистратура Дизайн продукции

Формат: Очно-заочное обучение (онлайн + практика)

Продолжительность: 12 месяца

Учебное заведение: TECH Технологический университет

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

Оглавление

01

Презентация

стр. 4

02

Зачем проходить Очно-
заочную магистратуру?

стр. 8

03

Цели

стр. 12

04

Компетенции

стр. 18

05

Планирование
обучения

стр. 22

06

Практика

стр. 34

07

Где я могу пройти
практику?

стр. 40

08

Методология

стр. 44

09

Квалификация

стр. 52

01

Презентация

Развитие интернет-продаж повысило значимость хорошего дизайна продукции. Сегодня существует физический и цифровой рынок, характеризующийся конкуренцией между компаниями, торгующими объектами. В этой области отличились те, кто, помимо качества и удобства использования, заботится о своем имидже и адаптирует свой внешний вид к требованиям отрасли. Именно поэтому дизайнер продукции стал ценной профессией. Все, что необходимо знать студентам о данной сфере, содержится в комплексной программе, объединяющей самое современное теоретическое содержание. Кроме того, в программу включена первоклассная практика в престижной международной компании, где студент будет общаться с лучшими специалистами в области дизайна продукции.



“

Если вы ищете программу, которая обеспечит вас лучшим теоретическим содержанием и гарантией практической стажировки в одной из ведущих компаний в сфере дизайна и маркетинга, то у вас есть прекрасная возможность”

История маркетинга показывает, что во многих случаях наличие качественного продукта, отвечающего тем ожиданиям, ради которых он создавался, недостаточно, если он не был тщательно разработан. Такие крупные международные корпорации, как LG, Apple, Coca Cola или McDonald's, были вынуждены вывести свою продукцию с рынка из-за неприятия общественностью запущенной ими идеи или ее оглушительного провала. Забота о брендинге, сопряженная с хорошей маркетинговой стратегией и оптимальным дизайном, основанным на современных тенденциях развития общества, необходима, если вы хотите добиться успеха.

Кроме того, развитие интернет-торговли, в которой покупатель видит только изображение, также подтолкнуло к необходимости заботиться об имидже, ставя на первое место креативность и вкус, а не удобство использования самого продукта. Любой специалист, желающий добиться успеха в этой отрасли, должен осознавать это и понимать, что необходимо быть подготовленным и досконально знать все тонкости и нюансы работы в этой сфере. Именно поэтому TESH решил запустить комплексную Очно-заочную магистратуру в области дизайна продукции — междисциплинарную программу, которая позволит вам получить широкие и всесторонние знания о новшествах в этой области.

Это 12-месячная программа обучения, в рамках которой выпускник изначально получает доступ к 1500 часам лучшего теоретического и дополнительного материала на 100% в режиме онлайн. В этом разделе вы будете работать над основами дизайна и креативности, цифровыми технологиями, маркетингом, особенностями корпоративного имиджа и дизайна для производства, устойчивостью и выбором лучших материалов для каждого проекта.

После прохождения учебной программы у вас будет возможность пройти 120-часовую практическую стажировку в одной из ведущих компаний в сфере цифрового маркетинга и дизайна. Здесь вы сможете активно участвовать в передовых, современных проектах, использовать самые сложные инструменты и оттачивать свои профессиональные навыки и компетенции под руководством специалистов. Таким образом, это уникальная возможность добавить в свое резюме уникальный академический опыт, который поможет вам выделиться при приеме на работу.

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

- ♦ Разбор более 100 практических кейсов, представленных профессионалами в области дизайна и преподавателями университетов, имеющими большой опыт работы в креативной индустрии
- ♦ Наглядное, схематичное и исключительно практичное содержание дает исчерпывающую и научную информацию по тем направлениям, которые необходимы для профессиональной деятельности
- ♦ Работа с самыми сложными инструментами в отрасли, с особым акцентом на освоение самых передовых стратегий и наиболее успешных техник
- ♦ Анализ и обсуждение реальных примеров из повседневной практики для понимания возможности применения новых материалов в дизайне продукции
- ♦ Оценка процессов генерации идей, креативности и экспериментов в дизайне продукции и умение применять их в различных проектах
- ♦ Практические руководства по разработке глобального видения дизайна упаковки и этикетки, понимания его как деятельности, в которой необходимо учитывать множество факторов, начиная от продукта, который он сопровождает, и заканчивая его физическим и социально-экономическим контекстом
- ♦ Все вышеперечисленное дополняют теоретические занятия, вопросы к эксперту, дискуссионные форумы по спорным вопросам и индивидуальная работа по закреплению материала
- ♦ Доступ к учебным материалам с любого стационарного или мобильного устройства с выходом в интернет
- ♦ Кроме того, вы сможете пройти стажировку в одной из ведущих компаний

“

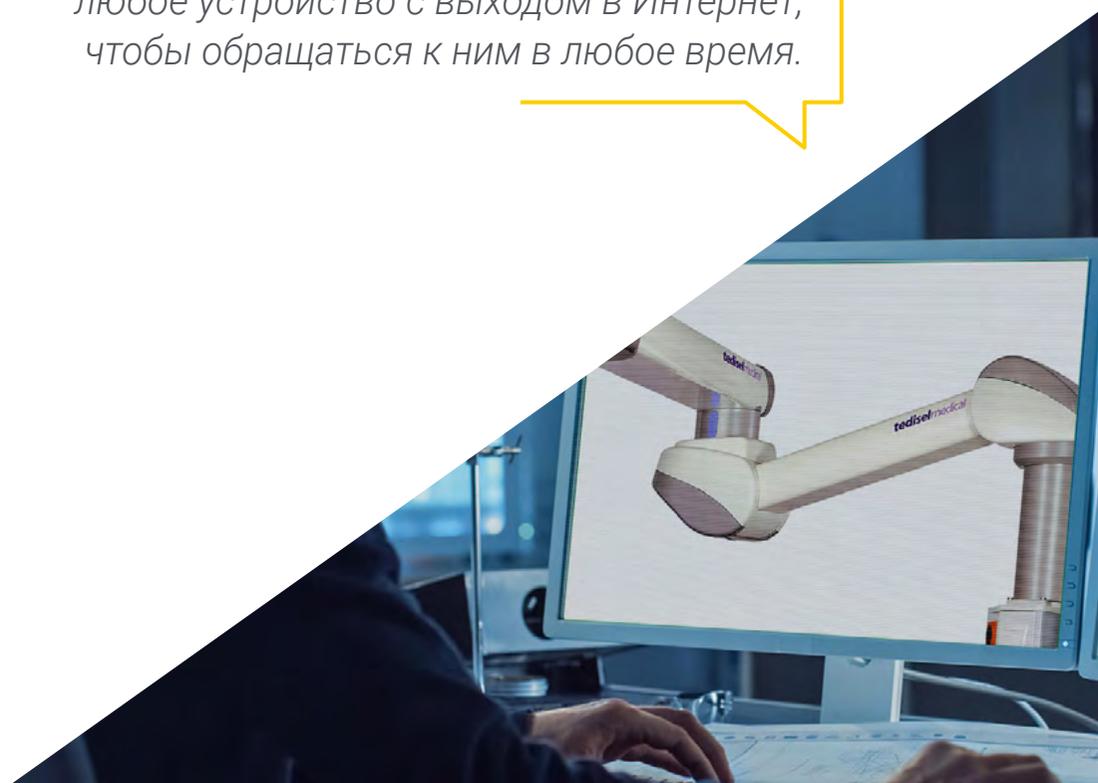
Учебный план разработан группой экспертов в области дизайна на основе современных тенденций рынка и новейшей информации в отрасли”

В данном предложении программа магистратуры в форме очно-заочного обучения ориентирована на обновление знаний специалистов в области дизайна, которым требуется высокий уровень квалификации. Содержание программы основано на новейших данных в этой области и ориентировано на дидактическую интеграцию теоретических знаний в творческую практику, а теоретико-практические элементы будут способствовать обновлению знаний и позволят принимать решения при создании, управлении, участии и руководстве проектами.

Мультимедийное содержание программы, разработанное с использованием новейших образовательных технологий, позволит специалисту в области дизайна проходить обучение с учетом контекста и ситуации, т. е. в симулированной среде, обеспечивающей иммерсивный учебный процесс, запрограммированный на обучение в реальных ситуациях. Структура этой программы основана на проблемно-ориентированном обучении, с помощью которого специалист должен попытаться решить различные ситуации из профессиональной практики, возникающие в течение учебного курса. В этом специалисту поможет инновационная интерактивная видеосистема, созданная признанными экспертами.

Вы погрузитесь в тему заботы о корпоративном имидже с помощью коммуникативных приемов брендинга и наиболее эффективных стратегий достижения поставленных целей.

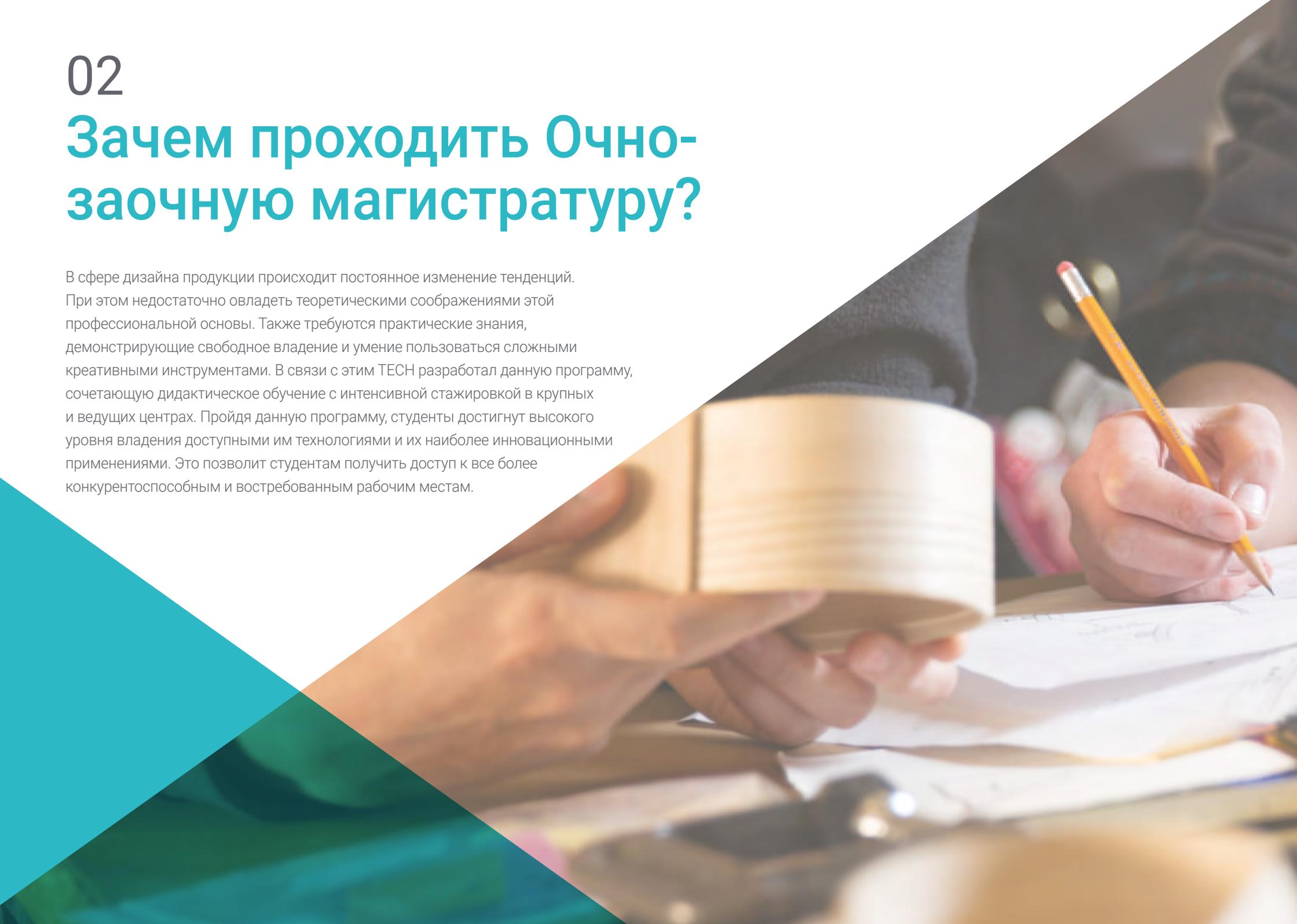
Вы получите доступ ко всем теоретическим и дополнительным материалам с самого начала курса и сможете загрузить их на любое устройство с выходом в Интернет, чтобы обращаться к ним в любое время.



02

Зачем проходить Очно-заочную магистратуру?

В сфере дизайна продукции происходит постоянное изменение тенденций. При этом недостаточно овладеть теоретическими соображениями этой профессиональной основы. Также требуются практические знания, демонстрирующие свободное владение и умение пользоваться сложными креативными инструментами. В связи с этим TECH разработал данную программу, сочетающую дидактическое обучение с интенсивной стажировкой в крупных и ведущих центрах. Пройдя данную программу, студенты достигнут высокого уровня владения доступными им технологиями и их наиболее инновационными применениями. Это позволит студентам получить доступ к все более конкурентоспособным и востребованным рабочим местам.



““

Данная Очно-заочная магистратура — уникальная возможность обучения, в рамках которой ТЕСН организует профессиональную стажировку, которая расширит ваш опыт и обогатит ваше личное резюме”

1. Обновить свои знания благодаря новейшим доступным технологиям

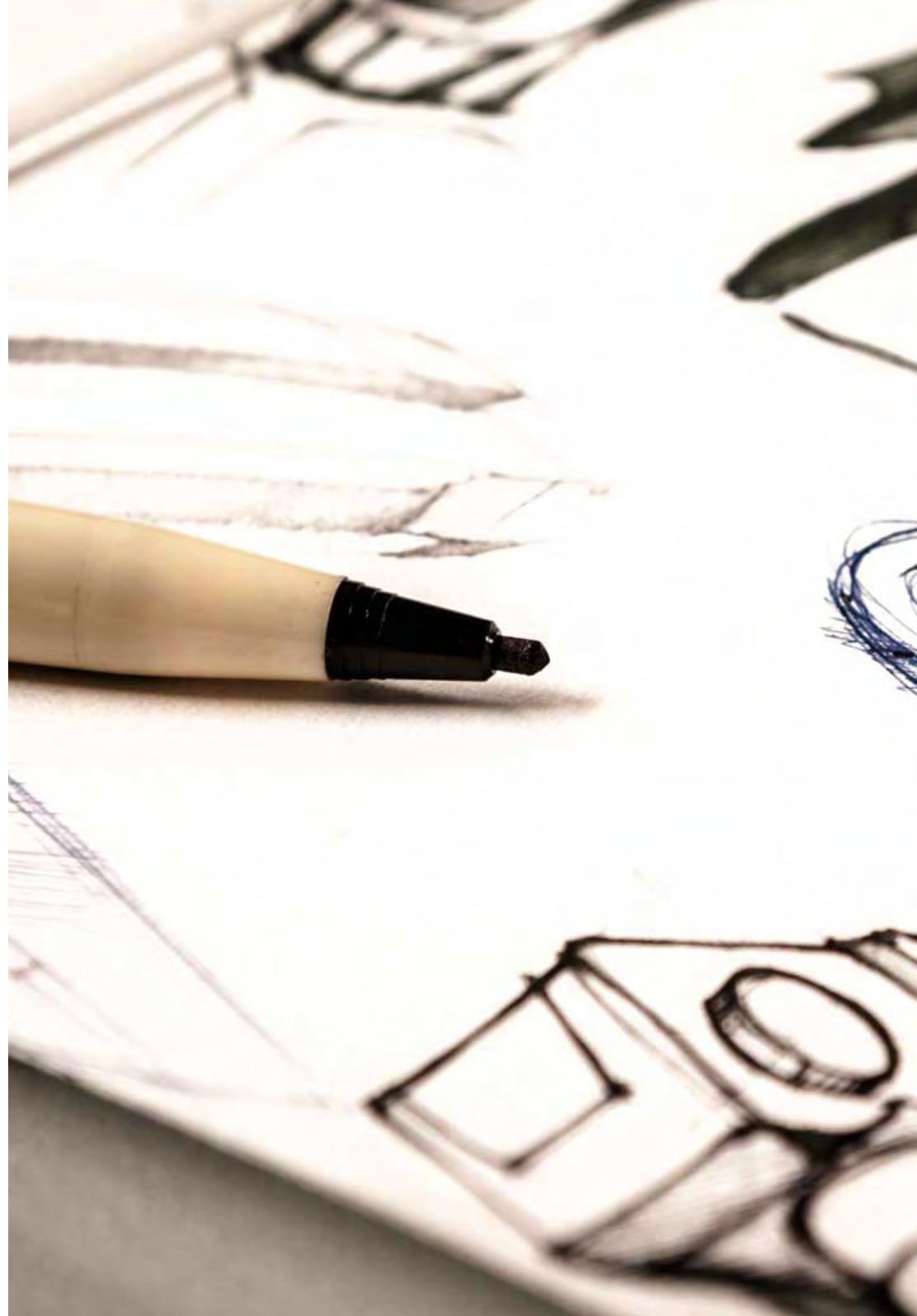
С помощью этой академической подготовки студенты освоят разработку гибридных продуктов, в которых соединяются различные креативные стили. Они также будут специализироваться на поиске многофункциональности и технологий и средств производства, способствующих ее реализации. Кроме того, учебный план поможет им ознакомиться с интерфейсами и конкретными приемами работы с ними.

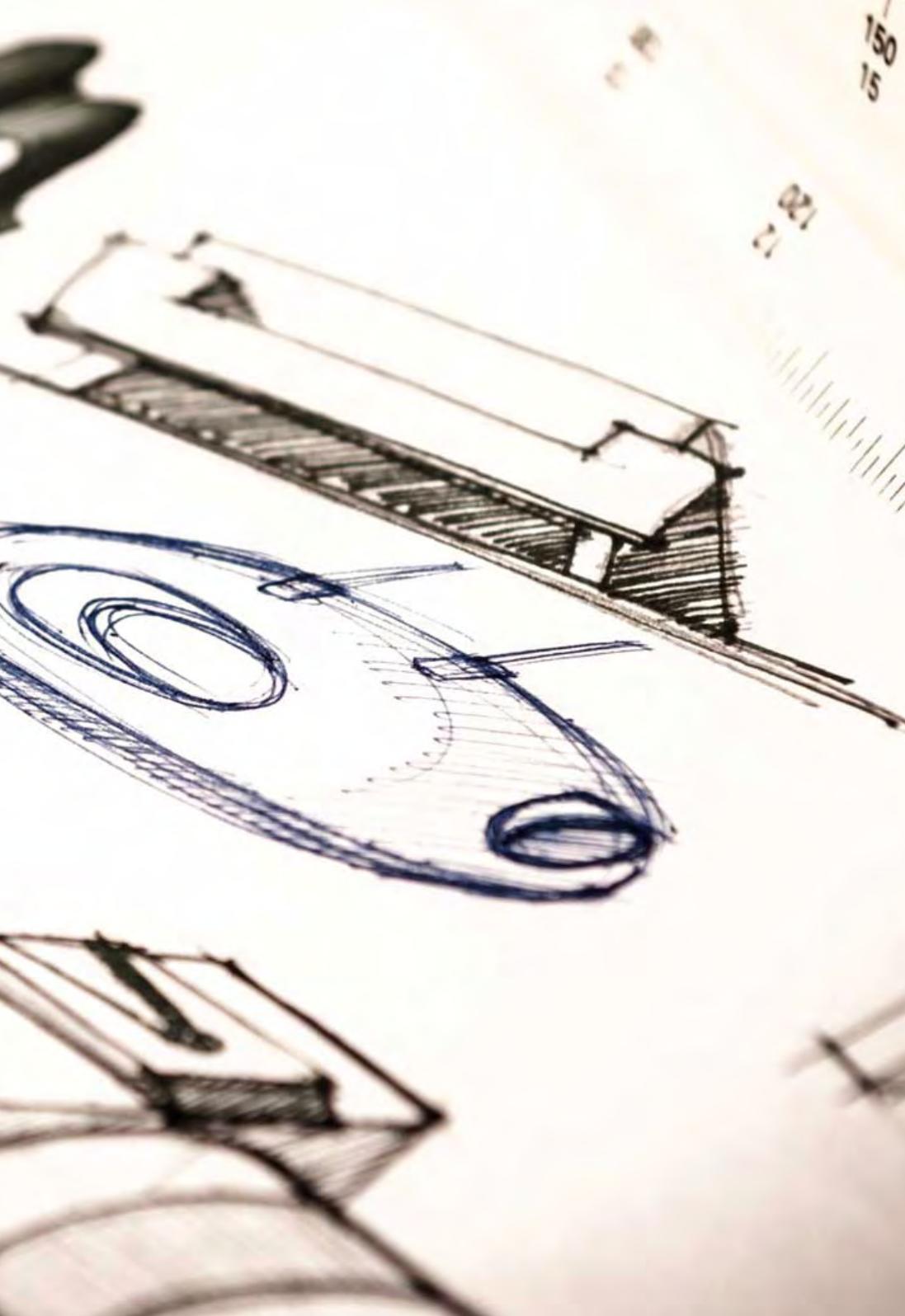
2. Глубоко погрузиться в обучение, опираясь на опыт лучших специалистов

Данная учебная программа предлагает студентам индивидуальную поддержку на двух различных этапах. На первом из них преподавательский состав, состоящий из опытных преподавателей, будет взаимодействовать с ними, чтобы прояснить интересующие студентов вопросы и понятия. На втором этапе, посвященном практической стажировке, студенту будет помогать специально назначенный наставник, который будет отвечать за его интеграцию в различные проекты и производственные процессы компании, в которой он находится.

3. Находиться в среде с большим авторитетом в области дизайна продукции

Тщательный отбор центров, в которых проводятся практические занятия по этой специальности, был приоритетным для ТЕСН. Благодаря этому студенты смогут поступить в учебные заведения, где использование технологических ресурсов, считающихся самыми современными на рынке, является преимущественной особенностью. В то же время студенты смогут испытать на себе требования профессиональной области, которая считается одной из самых строгих и исчерпывающих в сфере дизайна.





4. Объединить лучшую теорию с самой передовой практикой

Эта программа предлагает 1500 часов обучения для теоретического освоения сферы дизайна продукции. В то же время студенты смогут применить полученные знания на практической стажировке продолжительностью 3 недели. Таким образом, они смогут реализовать свои навыки гораздо быстрее и гибче.

5. Расширять границы знаний

Данная Очно-заочная магистратура является уникальной в своем роде на образовательном рынке, поскольку предоставляет студентам доступ к специально отобраным центрам, занимающимся дизайном продукции, и возможность общения с лучшими профессионалами в этой области. Это стало возможным благодаря сети соглашений и контактов, которыми располагает ТЕСН как крупнейший на сегодняшний день цифровой университет.

“

У вас будет полное практическое погружение в выбранном вами медицинском центре”

03

Цели

Требования современного рынка требуют наличия профессионалов в области дизайна, владеющих креативным подходом к созданию продукции, адаптированной к тенденциям развития общества. Поэтому ТЕСН счел необходимым запустить эту междисциплинарную программу, цель которой — направить студентов в русло профессионализации и совершенствования их навыков. Для этого у студента будут в распоряжении новейшие учебные пособия, которые дадут ему комплексные знания, которые он сможет развить во время практики.





“

Вы овладеете цифровыми технологиями, связанными с цифровыми и векторными изображениями, будете работать с самыми сложными и комплексными программами в сфере дизайна”

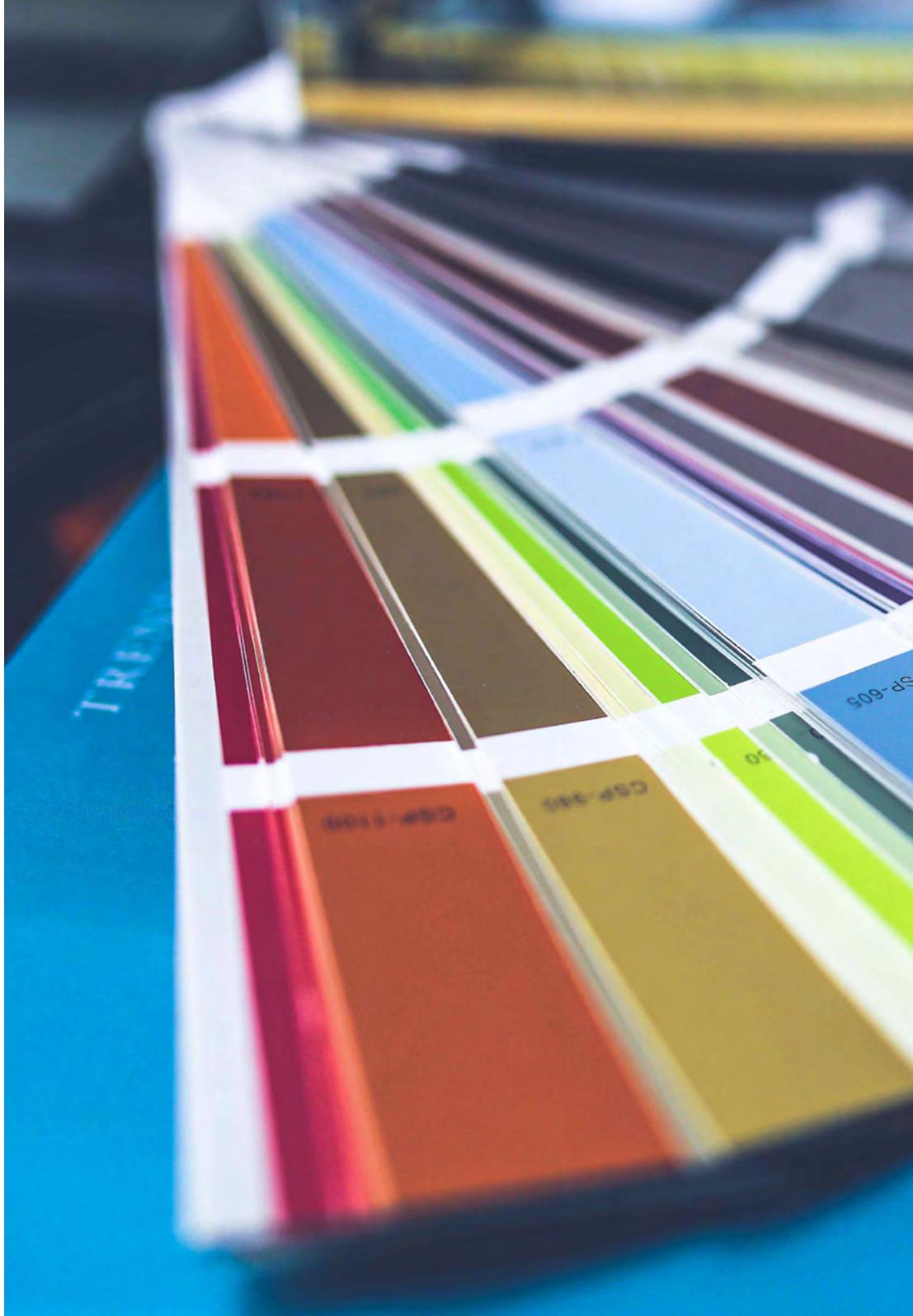


Общая цель

- ♦ Основная цель данной программы — дать студенту представление о креативном, аналитическом и исследовательском процессе для выполнения любого вида дизайн-проекта. Поэтому особое внимание будет уделено рыночным стратегиям и их применению в коммуникационных и маркетинговых процессах, а также их разработке. Кроме того, данная программа призвана познакомить дизайнера с основными понятиями, составляющими коммуникационную политику организации: ее идентичность, ее культура, ее имидж, ее бренд, ее репутация и социальная ответственность. По окончании курса студенты подробно изучат основы и тонкости дизайна, а также те направления, стили и направления, которые сформировали его с момента зарождения и до наших дней.

“

Не менее важна привлекательная упаковка. Поэтому в данную программу включен модуль, специально посвященный дизайну упаковки в сфере упаковки и этикетки”





Конкретные цели

Модуль 1. Основы дизайна

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

Модуль 2. Основы креативности

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

Модуль 3. Цифровые технологии

- ♦ Овладеть лексикой, методиками, теоретическим и практическим содержанием в области цифрового изображения
- ♦ Овладеть лексикой, методиками, теоретическим и практическим содержанием в области векторного изображения

Модуль 4. Основы маркетинга

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

Модуль 5. Корпоративный имидж

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

Модуль 6. Дизайн для производства

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

Модуль 7. Материалы

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





Модуль 8. Устойчивый дизайн

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

Модуль 9. Материалы для дизайна

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

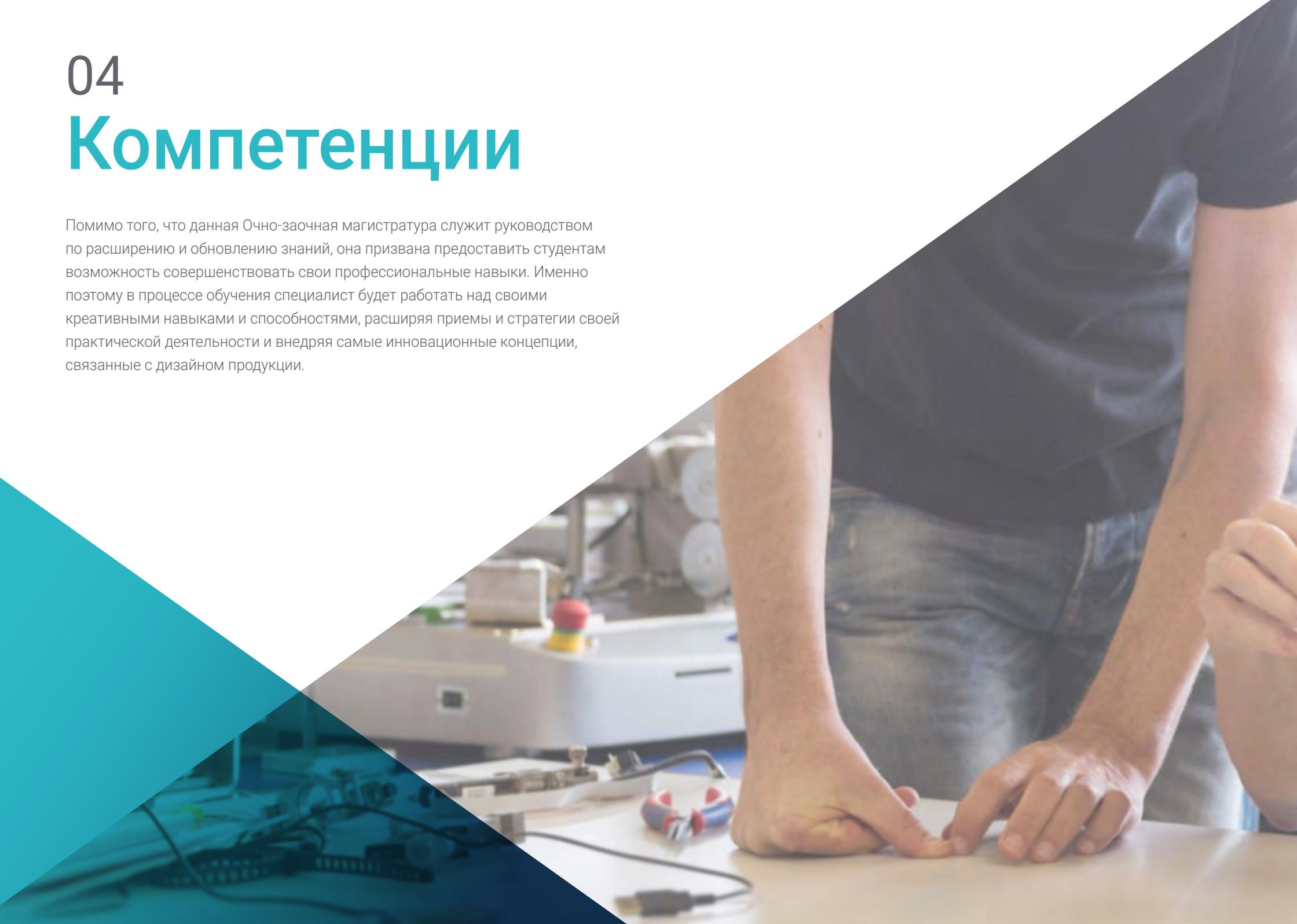
Модуль 10. Дизайна упаковки

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

04

Компетенции

Помимо того, что данная Очно-заочная магистратура служит руководством по расширению и обновлению знаний, она призвана предоставить студентам возможность совершенствовать свои профессиональные навыки. Именно поэтому в процессе обучения специалист будет работать над своими креативными навыками и способностями, расширяя приемы и стратегии своей практической деятельности и внедряя самые инновационные концепции, связанные с дизайном продукции.





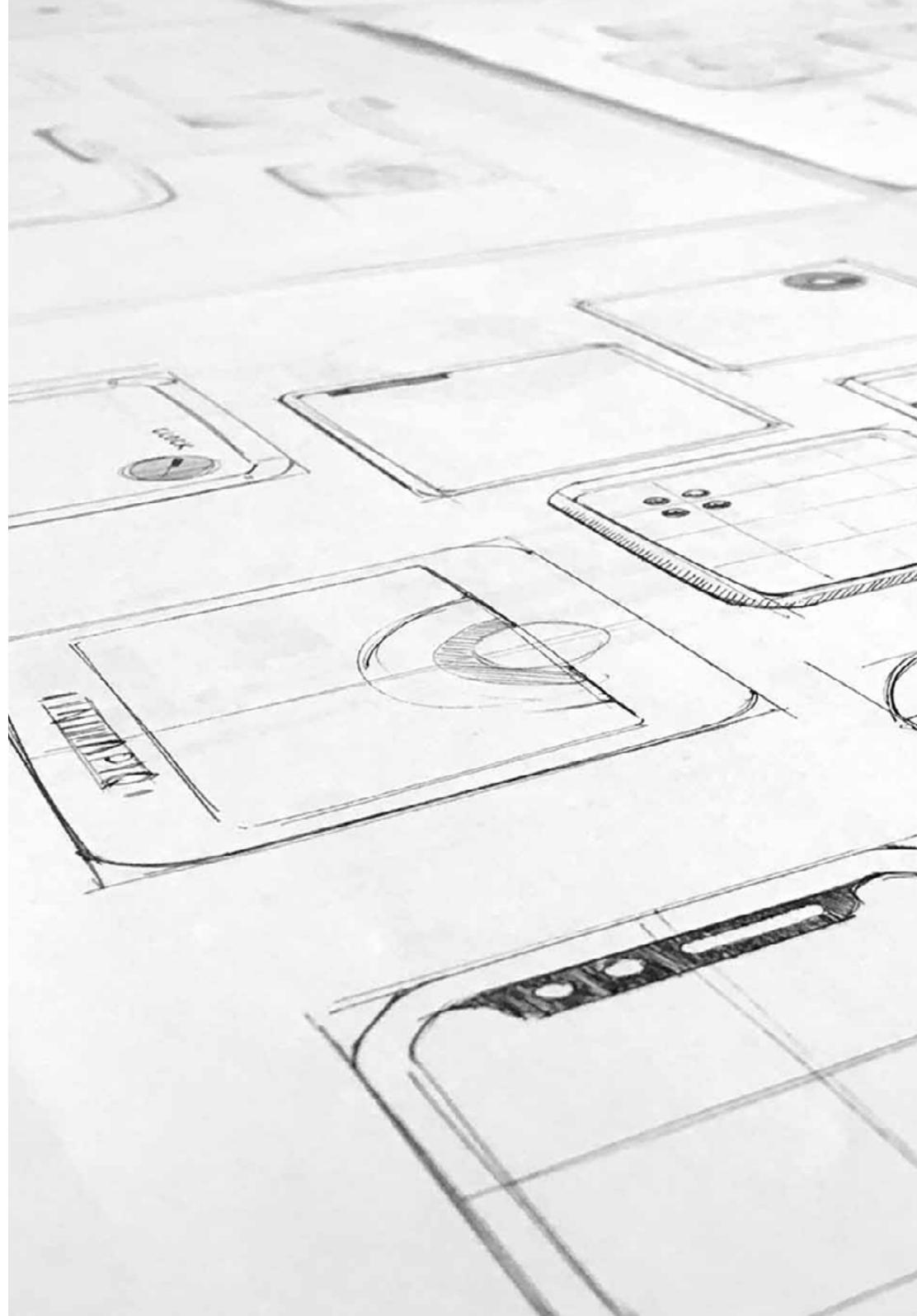
“

Вы изучите примеры успешных и неудачных проектов, чтобы на основе каждого из них сделать выводы, которые помогут вам создать свои собственные стратегии”



Общие профессиональные навыки

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





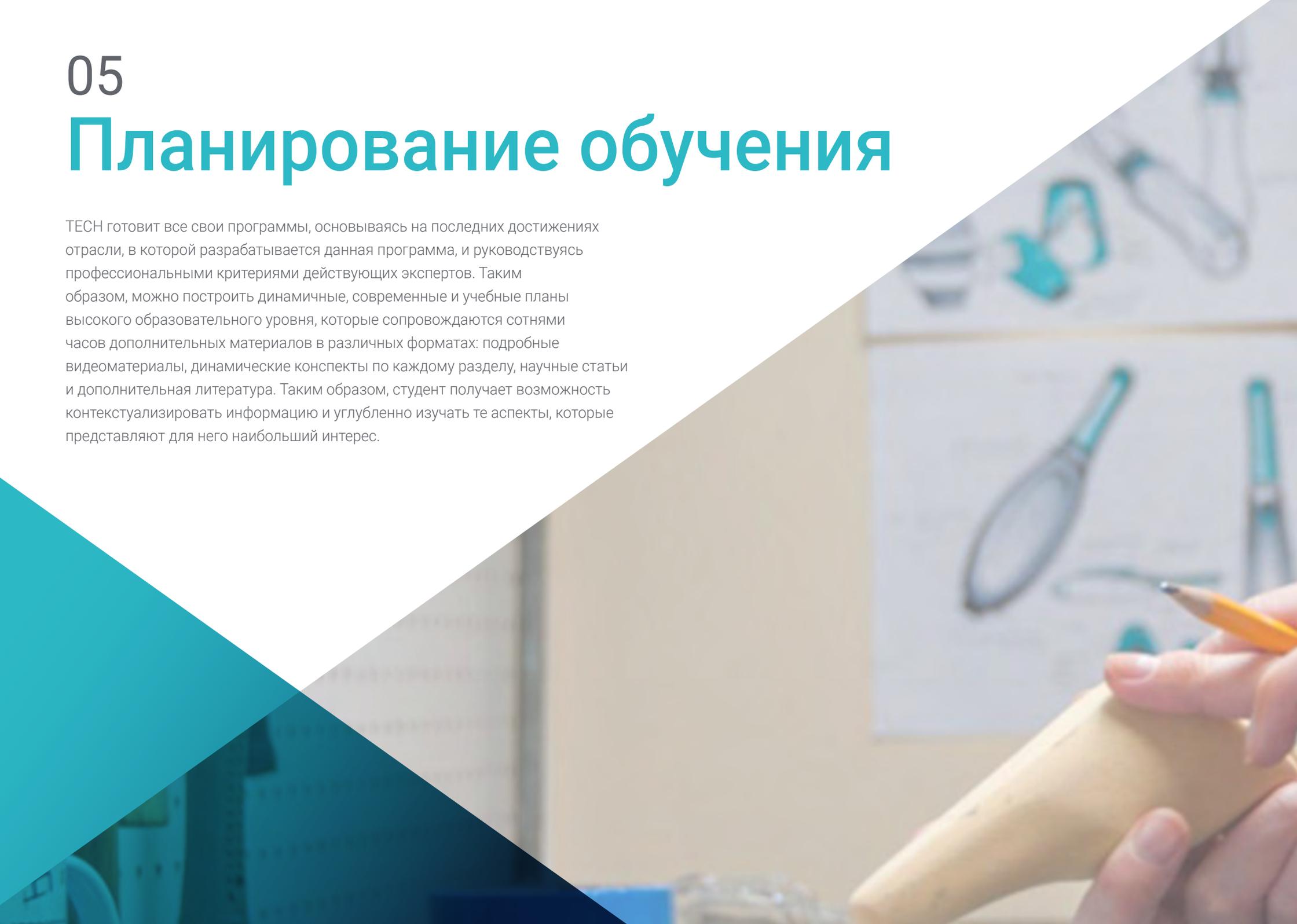
Профессиональные навыки

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

05

Планирование обучения

ТЭСН готовит все свои программы, основываясь на последних достижениях отрасли, в которой разрабатывается данная программа, и руководствуясь профессиональными критериями действующих экспертов. Таким образом, можно построить динамичные, современные и учебные планы высокого образовательного уровня, которые сопровождаются сотнями часов дополнительных материалов в различных форматах: подробные видеоматериалы, динамические конспекты по каждому разделу, научные статьи и дополнительная литература. Таким образом, студент получает возможность контекстуализировать информацию и углубленно изучать те аспекты, которые представляют для него наибольший интерес.



“

Благодаря этой программе вы подробно изучите критерии, которые необходимо учитывать при разработке проектного предложения для серийного производства”

Модуль 1. Основы дизайна

- 1.1. История дизайна
 - 1.1.1. Промышленная революция
 - 1.1.2. Этапы дизайна
 - 1.1.3. Архитектура
 - 1.1.4. Чикагская школа
- 1.2. Стили и направления дизайна
 - 1.2.1. Декоративный дизайн
 - 1.2.2. Движение модернизма
 - 1.2.3. Ар-деко
 - 1.2.4. Промышленный дизайн
 - 1.2.5. Баухаус
 - 1.2.6. Вторая мировая война
 - 1.2.7. Трансавангард
 - 1.2.8. Современный дизайн
- 1.3. Дизайнеры и тенденции
 - 1.3.1. Дизайнеры интерьера
 - 1.3.2. Графические дизайнеры
 - 1.3.3. Промышленные дизайнеры или дизайнеры продукции
 - 1.3.4. Дизайнеры одежды
- 1.4. Методология дизайн-проектирования
 - 1.4.1. Бруно Мунари
 - 1.4.2. Гуй Бонзипе
 - 1.4.3. Джон Кристофер Джонс
 - 1.4.4. Л. Брюс Арчер
 - 1.4.5. Гильермо Гонсалес Руис
 - 1.4.6. Хорхе Фраскара
 - 1.4.7. Бернд Лёбах
 - 1.4.8. Джоан Коста
 - 1.4.9. Норберто Чавес
- 1.5. Язык в дизайне
 - 1.5.1. Объекты и субъект
 - 1.5.2. Семиотика объектов
 - 1.5.3. Расположение объекта и его коннотация
 - 1.5.4. Глобализация знаков
 - 1.5.5. Предложение
- 1.6. Дизайн и его эстетико-формальное измерение
 - 1.6.1. Визуальные элементы
 - 1.6.1.1. Форма
 - 1.6.1.2. Мера
 - 1.6.1.3. Цвет
 - 1.6.1.4. Текстура
 - 1.6.2. Элементы взаимоотношений
 - 1.6.2.1. Руководство
 - 1.6.2.2. Позиция
 - 1.6.2.3. Пробел
 - 1.6.2.4. Притяжение
 - 1.6.3. Практические элементы
 - 1.6.3.1. Представление
 - 1.6.3.2. Значение
 - 1.6.3.3. Функция
 - 1.6.4. Система координат
- 1.7. Аналитические методы дизайна
 - 1.7.1. Прагматичный дизайн
 - 1.7.2. Аналоговый дизайн
 - 1.7.3. Иконический дизайн
 - 1.7.4. Канонический дизайн
 - 1.7.5. Основные авторы и их методология

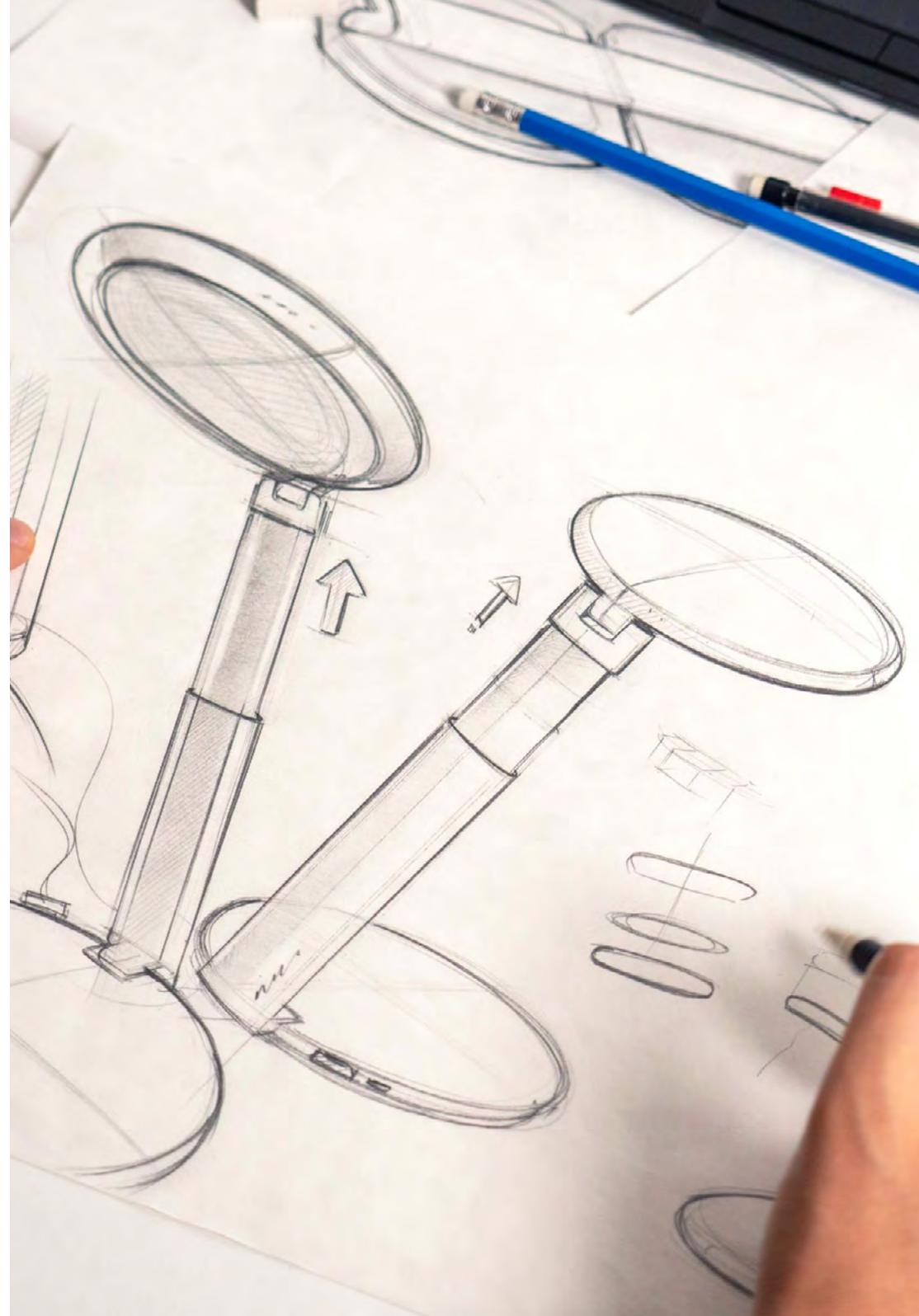
- 1.8. Дизайн и семантика
 - 1.8.1. Семантика
 - 1.8.2. Значение
 - 1.8.3. Денотативное значение и коннотативное значение
 - 1.8.4. Лексика
 - 1.8.5. Лексическое поле и лексическое семейство
 - 1.8.6. Семантические связи
 - 1.8.7. Семантический сдвиг
 - 1.8.8. Причины семантических сдвигов
- 1.9. Дизайн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

Модуль 2. Основы креативности

- 2.1. Креативное введение
 - 2.1.1. Стиль в искусстве
 - 2.1.2. Тренируйте свои глаза
 - 2.1.3. Каждый может стать креативным?
 - 2.1.4. Пиктографические языки
 - 2.1.5. Что мне необходимо? Материалы
- 2.2. Восприятие как первый креативный акт
 - 2.2.1. Что видишь? Что слышишь? Что чувствуешь?
 - 2.2.2. Внимательно воспринимай, наблюдай, изучай
 - 2.2.3. Портрет и автопортрет: Кристина Нуньес
 - 2.2.4. Пример из практики: Фотодиалог. Погружение в себя
- 2.3. Столкнуться с чистым листом бумаги
 - 2.3.1. Рисуем без страха
 - 2.3.2. Тетрадь как инструмент
 - 2.3.3. Книга художника, что это?
 - 2.3.4. Референсы
- 2.4. Создание книги художника
 - 2.4.1. Анализ и игра: карандаши и маркеры
 - 2.4.2. Приемы для расслабления руки
 - 2.4.3. Первые строки
 - 2.4.4. Перьевая ручка
- 2.5. Создание книги художника II
 - 2.5.1. Пятно
 - 2.5.2. Воск Экспериментирование
 - 2.5.3. Натуральные пигменты
- 2.6. Создание книги художника III
 - 2.6.1. Коллаж и фотомонтаж
 - 2.6.2. Традиционные инструменты
 - 2.6.3. Онлайн-инструменты: Pinterest
 - 2.6.4. Экспериментирование с композицией изображений
- 2.7. Делаем, не задумываясь
 - 2.7.1. Чего мы достигаем, если делаем, не задумываясь?
 - 2.7.2. Импровизация: Анри Мишо
 - 2.7.3. Живопись действия
- 2.8. Критик в роли художника
 - 2.8.1. Конструктивная критика
 - 2.8.2. Манифест о креативной критике
- 2.9. Творческий кризис
 - 2.9.1. Что такое творческий кризис?
 - 2.9.2. Расширь свои границы
 - 2.9.3. Пример из практики: пачкаем руки
- 2.10. Изучение книги художника
 - 2.10.1. Эмоции и управление ими в креативной сфере
 - 2.10.2. Твой собственный мир в тетради
 - 2.10.3. Что я почувствовал? Самоанализ
 - 2.10.4. Пример из практики: Критика самого себя

Модуль 3. Цифровые технологии

- 3.1. Введение в цифровое изображение
 - 3.1.1. ИКТ
 - 3.1.2. Описание технологий
 - 3.1.3. Команды
- 3.2. Векторное изображение. Работа с объектами
 - 3.2.1. Инструменты выбора
 - 3.2.2. Распределение по группам
 - 3.2.3. Выравнивание и распределение
 - 3.2.4. Умные гиды
 - 3.2.5. Символы
 - 3.2.6. Преобразование
 - 3.2.7. Искажение
 - 3.2.8. Корпуса
 - 3.2.9. Pathfinder
 - 3.2.10. Составные формы
 - 3.2.11. Сложная трассировка
 - 3.2.12. Разрезание, разделение и обрезка объектов
- 3.3. Векторное изображение. Цвет
 - 3.3.1. Цветовые режимы
 - 3.3.2. Инструмент «Пипетка»
 - 3.3.3. Образцы
 - 3.3.4. Градиенты
 - 3.3.5. Узорная заливка
 - 3.3.6. Внешний вид панели
 - 3.3.7. Атрибуты
- 3.4. Векторное изображение. Расширенное редактирование
 - 3.4.1. Градиентная сетка
 - 3.4.2. Прозрачная панель
 - 3.4.3. Режимы слияния
 - 3.4.4. Интерактивная трассировка
 - 3.4.5. Обтравочные маски
 - 3.4.6. Текст



- 3.5. Растровое изображение. Слои
 - 3.5.1. Создание
 - 3.5.2. Ссылка
 - 3.5.3. Преобразование
 - 3.5.4. Распределение по группам
 - 3.5.5. Корректирующие слои
- 3.6. Растровое изображение. Выборки, маски и каналы
 - 3.6.1. Инструмент выбора рамки
 - 3.6.2. Инструмент выделения «Лассо»
 - 3.6.3. Инструмент «Волшебная палочка»
 - 3.6.4. Выбор меню. Цветовая гамма
 - 3.6.5. Каналы
 - 3.6.6. Ретуширование масок
 - 3.6.7. Обтравочные маски
 - 3.6.8. Векторные маски
- 3.7. Растровое изображение. Режимы слияния и стили слоя
 - 3.7.1. Стили слоя
 - 3.7.2. Непрозрачность
 - 3.7.3. Параметры стилей слоя
 - 3.7.4. Режимы слияния
 - 3.7.5. Примеры режимов слияния
- 3.8. Редакционный проект. Типы и формы
 - 3.8.1. Редакционный проект
 - 3.8.2. Типологии редакционного проекта
 - 3.8.3. Создание и настройка документов
- 3.9. Композиционные элементы редакционного проекта
 - 3.9.1. Главные страницы
 - 3.9.2. Ретикуляция
 - 3.9.3. Интеграция и композиция текста
 - 3.9.4. Интеграция изображений

- 3.10. Макет, экспорт и печать
 - 3.10.1. Макет
 - 3.10.1.1. Выбор и редактирование фотографий
 - 3.10.1.2. Предварительная проверка
 - 3.10.1.3. Расфасовка
 - 3.10.2. Экспорт
 - 3.10.2.1. Экспорт для цифровых носителей
 - 3.10.2.2. Экспорт для физических носителей
 - 3.10.3. Печать
 - 3.10.3.1. Традиционная печать
 - 3.10.3.1.1. Переплет
 - 3.10.3.2. Цифровая печать

Модуль 4. Основы маркетинга

- 4.1. Введение в маркетинг
 - 4.1.1. Концепция маркетинга
 - 4.1.1.1. Определение маркетинга
 - 4.1.1.2. Эволюция и актуальность маркетинга
 - 4.1.2. Различные подходы к маркетингу
- 4.2. Маркетинг в компании: стратегический и оперативный. Маркетинговый план
 - 4.2.1. Управление продажами
 - 4.2.2. Важность коммерческого менеджмента
 - 4.2.3. Многообразие форм управления
 - 4.2.4. Стратегический маркетинг
 - 4.2.5. Коммерческая стратегия
 - 4.2.6. Области применения
 - 4.2.7. Планирование продаж
 - 4.2.8. Маркетинговый план
 - 4.2.9. Понятие и определения
 - 4.2.10. Этапы маркетингового плана
 - 4.2.11. Виды маркетингового плана

- 4.3. Деловая среда и рынок организаций
 - 4.3.1. Окружение
 - 4.3.2. Концепции и границы среды
 - 4.3.3. Макросреда
 - 4.3.4. Микросреда
 - 4.3.5. Рынок
 - 4.3.6. Концепции и границы рынка
 - 4.3.7. Развитие рынка
 - 4.3.8. Типы рынков
 - 4.3.9. Важность конкуренции
- 4.4. Поведение потребителей
 - 4.4.1. Важность поведения в стратегии
 - 4.4.2. Влияющие факторы
 - 4.4.3. Преимущества для компании
 - 4.4.4. Преимущества для потребителя
 - 4.4.5. Подходы к поведению потребителей
 - 4.4.6. Характеристики и сложность
 - 4.4.7. Задействованные переменные
 - 4.4.8. Различные типы подходов
- 4.5. Этапы процесса потребительской покупки
 - 4.5.1. Подход
 - 4.5.2. Подход согласно разным авторам
 - 4.5.3. Развитие процесса в истории
 - 4.5.4. Этапы
 - 4.5.5. Признание проблемы
 - 4.5.6. Поиск информации
 - 4.5.7. Оценка альтернатив
 - 4.5.8. Решение о покупке
 - 4.5.9. После покупки
 - 4.5.10. Модели принятия решений
 - 4.5.11. Экономическая модель
 - 4.5.12. Психологическая модель
 - 4.5.13. Смешанные поведенческие модели
 - 4.5.14. Сегментация рынка в организационной стратегии
 - 4.5.15. Сегментация рынка
 - 4.5.16. Концепция
 - 4.5.17. Виды сегментации
 - 4.5.18. Влияние сегментации на стратегии
 - 4.5.19. Важность сегментации в компании
 - 4.5.20. Стратегии планирования на основе сегментации
- 4.6. Критерии сегментации потребительского и промышленного рынков
- 4.7. Процедура сегментации
 - 4.7.1. Разграничение сегментов
 - 4.7.2. Идентификация профиля
 - 4.7.3. Оценка процедуры
- 4.8. Критерии для сегментации
 - 4.8.1. Географические характеристики
 - 4.8.2. Социально-экономические характеристики
 - 4.8.3. Другие критерии
 - 4.8.4. Реакция потребителей на сегментацию
- 4.9. Спрос и предложение на рынке. Оценка сегментации
 - 4.9.1. Анализ предложения
 - 4.9.1.1. Классификации предложения
 - 4.9.1.2. Определение предложения
 - 4.9.1.3. Факторы, влияющие на предложение
 - 4.9.2. Анализ спроса
 - 4.9.2.1. Классификации спроса
 - 4.9.2.2. Зоны рынка
 - 4.9.2.3. Оценка спроса
 - 4.9.3. Оценка сегментации
 - 4.9.3.1. Системы оценки
 - 4.9.3.2. Методы мониторинга
 - 4.9.3.3. Обратная связь
- 4.10. Маркетинг-микс
 - 4.10.1. Определение маркетинг-микса
 - 4.10.1.1. понятие и определение
 - 4.10.1.2. История и эволюция

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

Модуль 5. Корпоративный имидж

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

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

- 5.9. Редизайн идентичности
 - 5.9.1. Причины выбора редизайна личности
 - 5.9.2. Управление изменением корпоративного стиля
 - 5.9.3. Передовой опыт. Визуальные рекомендации
 - 5.9.4. Халатность. Визуальные рекомендации
- 5.10. Проект идентичности бренда
 - 5.10.1. Презентация и объяснение проекта. Референсы
 - 5.10.2. *Brainstorming*. Анализ рынка
 - 5.10.3. Целевая аудитория, ценность бренда
 - 5.10.4. Первые идеи и наброски. Креативные приемы
 - 5.10.5. Создание проекта. Типографика и цвета
 - 5.10.6. Сдача и корректировка проектов

Модуль 6. Дизайн для производства

- 6.1. Дизайн для производства и сборки
- 6.2. Формовка путем литья
 - 6.2.1. Литейное производство
 - 6.2.2. Литье под давлением
- 6.3. Формовка путем деформации
 - 6.3.1. Пластическая деформация
 - 6.3.2. Штамповка
 - 6.3.3. Ковка
 - 6.3.4. Экструзия
- 6.4. Формовка за счет потери материала
 - 6.4.1. Путем абразии
 - 6.4.2. Путем механической обработки
- 6.5. Термическая обработка
 - 6.5.1. Закаливание
 - 6.5.2. Отпуск
 - 6.5.3. Отжиг
 - 6.5.4. Нормализация
 - 6.5.5. Термохимическая обработка

- 6.6. Нанесение лакокрасочных материалов и покрытий
 - 6.6.1. Электрохимическая обработка
 - 6.6.2. Электролитические процедуры
 - 6.6.3. Краски, лаки и лакокрасочные материалы
- 6.7. Формование полимеров и керамических материалов
- 6.8. Производство композитных деталей
- 6.9. Аддитивное производство
 - 6.9.1. *Процесс Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Прямое энергетическое осаждение*
 - 6.9.3. *Струйное нанесение связующего*
 - 6.9.4. *Bound Powder Extrusion*
- 6.10. Надежная инженерия
 - 6.10.1. Методы Тагути
 - 6.10.2. Дизайн экспериментов
 - 6.10.3. Статистическое управление процессами

Модуль 7. Материалы

- 7.1. Свойства материалов
 - 7.1.1. Механические свойства
 - 7.1.2. Электрические свойства
 - 7.1.3. Оптические свойства
 - 7.1.4. Магнитные свойства
- 7.2. Металлические материалы I. Черные металлы
- 7.3. Металлические материалы II. Цветные металлы
- 7.4. Полимерные материалы
 - 7.4.1. Термопластики
 - 7.4.2. Термореактивные пластмассы
- 7.5. Керамические материалы
- 7.6. Композитные материалы
- 7.7. Биоматериалы
- 7.8. Наноматериалы
- 7.9. Коррозия и деградация материалов
 - 7.9.1. Виды коррозии
 - 7.9.2. Окисление металлов
 - 7.9.3. Контроль коррозии

- 7.10. Неразрушающий контроль
 - 7.10.1. Визуальные осмотры и эндоскопия
 - 7.10.2. Ультразвук
 - 7.10.3. Рентгеновские снимки
 - 7.10.4. Вихревые токи Фуко (Eddy)
 - 7.10.5. Магнитные частицы
 - 7.10.6. Жидкости-пенетранты
 - 7.10.7. Инфракрасная термография

Модуль 8. Устойчивый дизайн

- 8.1. Состояние окружающей среды
 - 8.1.1. Экологический контекст
 - 8.1.2. Восприятие окружающей среды
 - 8.1.3. Потребление и потребительство
- 8.2. Устойчивое производство
 - 8.2.1. Экологический след
 - 8.2.2. Биоемкость
 - 8.2.3. Экологический дефицит
- 8.3. Устойчивость и инновации
 - 8.3.1. Производственные процессы
 - 8.3.2. Управление процессами
 - 8.3.3. Запуск производства
 - 8.3.4. Производительность с помощью дизайна
- 8.4. Введение. Экодизайн
 - 8.4.1. Устойчивое развитие
 - 8.4.2. Промышленная экология
 - 8.4.3. Экологическая эффективность
 - 8.4.4. Введение в концепцию экодизайна
- 8.5. Методологии экодизайна
 - 8.5.1. Методологические предложения по внедрению экодизайна
 - 8.5.2. Подготовка проекта (движущие силы, законодательство)
 - 8.5.3. Экологические аспекты

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

Модуль 9. Материалы для дизайна

- 9.1. Материал как источник вдохновения
 - 9.1.1. Поиск материалов
 - 9.1.2. Классификация
 - 9.1.3. Материал и его контекст
- 9.2. Материалы для дизайна
 - 9.2.1. Общее применение
 - 9.2.2. Противопоказания
 - 9.2.3. Комбинация материалов

- 9.3. Искусство + инновации
 - 9.3.1. Материалы в искусстве
 - 9.3.2. Новые материалы
 - 9.3.3. Композитные материалы
- 9.4. Физика
 - 9.4.1. Основные понятия
 - 9.4.2. Состав материалов
 - 9.4.3. Механические испытания
- 9.5. Технология
 - 9.5.1. «Умные» материалы
 - 9.5.2. Динамические материалы
 - 9.5.3. Будущее в материалах
- 9.6. Устойчивое развитие
 - 9.6.1. Закупки
 - 9.6.2. Применение
 - 9.6.3. Окончательное руководство по управлению
- 9.7. Биомимикрия
 - 9.7.1. Размышления
 - 9.7.2. Прозрачность
 - 9.7.3. Другие техники
- 9.8. Инновации
 - 9.8.1. Истории успеха
 - 9.8.2. Исследование материалов
 - 9.8.3. Источники исследования
- 9.9. Предотвращение рисков
 - 9.9.1. Коэффициент безопасности
 - 9.9.2. Огонь
 - 9.9.3. Поломка
 - 9.9.4. Прочие риски
- 9.10. Нормативные акты и законодательство
 - 9.10.1. Нормативные акты в зависимости от применения
 - 9.10.2. Нормативные акты в зависимости от сектора
 - 9.10.3. Нормативные акты в зависимости от местоположения

Модуль 10. Дизайн упаковки

- 10.1. Введение в *упаковку*
 - 10.1.1. Исторический взгляд
 - 10.1.2. Функциональные характеристики
 - 10.1.3. Описание системы-продукта и жизненного цикла
- 10.2. Исследование *упаковки*
 - 10.2.1. Источники информации
 - 10.2.2. Полевые работы
 - 10.2.3. Сравнения и стратегии
- 10.3. Структурная *упаковка*
 - 10.3.1. Анализ конкретных потребностей
 - 10.3.2. Форма, цвет, запах, объем и текстура
 - 10.3.3. Эргономика упаковки
- 10.4. Маркетинг *упаковки*
 - 10.4.1. Отношение упаковки к бренду и продукту
 - 10.4.2. Применение имиджа бренда
 - 10.4.3. Примеры
- 10.5. Коммуникация при *упаковке*
 - 10.5.1. Отношения упаковки с продуктом, клиентом и пользователем
 - 10.5.2. Дизайн чувств
 - 10.5.3. Дизайн опыта
- 10.6. Материалы и производственные процессы
 - 10.6.1. Стекло
 - 10.6.2. Бумага и картон
 - 10.6.3. Металл
 - 10.6.4. Пластмассы
 - 10.6.5. Композиты из природных материалов
- 10.7. Устойчивое развитие в сфере *упаковки*
 - 10.7.1. Стратегии экодизайна
 - 10.7.2. Анализ жизненного цикла
 - 10.7.3. Упаковка как отходы



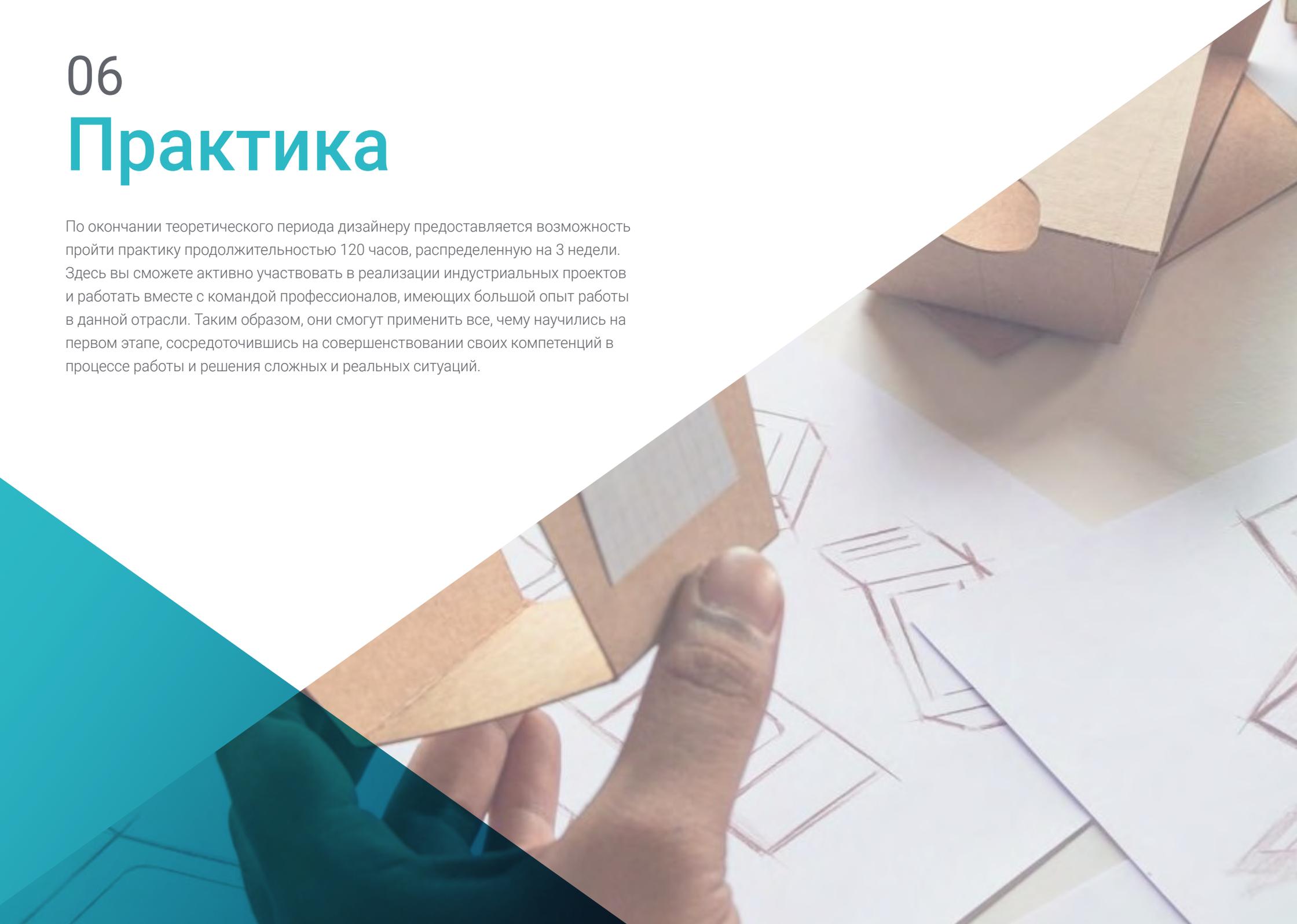
- 10.8. Законодательство
 - 10.8.1. Специальные правила: идентификация и кодирование
 - 10.8.2. Нормативные акты по пластмассам
 - 10.8.3. Регуляторные тенденции
- 10.9. Инновации в сфере упаковки
 - 10.9.1. Дифференциация с помощью упаковки
 - 10.9.2. Последние тенденции
 - 10.9.3. *Design For All*
- 10.10. Проекты упаковки
 - 10.10.1. Кейс-стади
 - 10.10.2. Стратегия упаковки
 - 10.10.3. Практическое занятие

“ Решающий шаг в вашей профессиональной карьере, который поможет вам стать высококвалифицированным специалистом в области дизайна продукции”

06

Практика

По окончании теоретического периода дизайнеру предоставляется возможность пройти практику продолжительностью 120 часов, распределенную на 3 недели. Здесь вы сможете активно участвовать в реализации индустриальных проектов и работать вместе с командой профессионалов, имеющих большой опыт работы в данной отрасли. Таким образом, они смогут применить все, чему научились на первом этапе, сосредоточившись на совершенствовании своих компетенций в процессе работы и решения сложных и реальных ситуаций.





“

Наставник будет направлять вас во время практики, чтобы вы всегда могли извлечь из нее максимум пользы”

Эта программа в области дизайна продукции была предложена ТЕСН с целью предоставить студентам возможность 3-недельной стажировки в престижном центре в области дизайна и маркетинга. Обучение будет проходить с понедельника по пятницу в течение 8-часового рабочего дня. Вы будете работать бок о бок со специалистами, которые будут постоянно сопровождать вас и направлять, чтобы вы могли извлечь максимум пользы из этого опыта. Эта стажировка позволит вам принять активное участие в проектах, которые разрабатываются в компании в данный момент, применяя самые современные стратегии и технологии и работая с самыми сложными инструментами и оборудованием в отрасли.

В этом полностью практическом учебном мероприятии деятельность направлена на развитие и совершенствование компетенций, необходимых для обеспечения дизайна, планирования и создания проектов, связанных с различными видами продукции, и ориентирована на конкретную подготовку для осуществления деятельности с высоким профессиональным результатом.

Это, несомненно, уникальная возможность получить широкие и специализированные знания, работая в ведущей и современной компании, отличающейся высоким профессиональным уровнем и гарантированным успехом проектов. Кроме того, это станет фундаментальным опытом, который поможет студенту отточить свои профессиональные навыки и дополнить свое резюме той особенностью, которая выделит его при приеме на работу.

Интенсивная стажировка в компании позволит вам пройти минимальное количество практических работ в проектной и креативной службах, а также по другим направлениям деятельности центра: Маркетинг, брендинг, креативное направление, операционное развитие или эко-дизайн, что даст вам возможность комплексно реализовать самые инновационные креативные процессы на практике.

Практическое обучение будет проводиться при активном участии студента, выполняющего действия и процедуры в каждой области компетенции (учиться учиться и учиться делать), при сопровождении и руководстве преподавателей и других партнеров по обучению для содействия командной работе и междисциплинарной интеграции как сквозных компетенций для практики дизайна (учиться быть и учиться взаимодействовать).



Вы станете частью команды высококвалифицированных дизайнеров и должны будете активно сотрудничать с ними, чтобы продвигать проекты вперед, используя новейшие технологии и стратегии"



Описанные ниже процедуры составят основу практической части подготовки, а их выполнение будет зависеть от готовности и загруженности самого центра:

Модуль	Практическая деятельность
Дизайн для производства продукции	Разработать дизайн продукции с учетом всех производственных процессов, через которые она должна пройти
	Применять конкретную надежную инженерную методологию для прогнозирования возможных отказов при дизайне продукции
	Разработать проект дизайна продукции с учетом ее упаковки
Цифровые технологии для дизайна продукции	Создать векторные изображения с объектами и цветом
	Создать подходящее растровое изображение с помощью цифровых инструментов
	Макетировать и экспортировать наши работы с учетом особенностей печатного процесса
Материалы для дизайна продукции и их рациональное использование	Использовать металлические, полимерные, керамические или композиционные материалы, чтобы создать дизайн продукта
	Провести контроль неразрушающими методами для оценки свойств и долговечности продукции
	Применять факторы безопасности, такие как возгорание, поломка или другие опасности, в процессе создания продукта
	Использовать методологии и технологии эко-дизайна для создания экологически безопасной продукции
Маркетинг и корпоративный имидж в дизайне продукции	Разработать дизайн продукции для создания собственного корпоративного имиджа и фирменного стиля
	Применять стратегические и оперативные маркетинговые приемы компании
	Разработать сегментацию продукта с целью его соответствующего проектирования

Страхование ответственности

Основная задача этого учреждения – гарантировать безопасность как обучающихся, так и других сотрудничающих агентов, необходимых в процессе практической подготовки в компании. Среди мер, направленных на достижение этой цели, – реагирование на любой инцидент, который может произойти в процессе преподавания и обучения.

С этой целью данное образовательное учреждение обязуется застраховать гражданскую ответственность на случай, если таковая возникнет во время стажировки в центре производственной практики.

Этот полис ответственности для обучающихся должен быть комплексным и должен быть оформлен до начала периода практики. Таким образом, специалист может не беспокоиться, если ему/ей придется столкнуться с непредвиденной ситуацией, поскольку его/ее страховка будет действовать до конца практической программы в центре.



Общие условия прохождения практической подготовки

Общие условия договора о прохождении практики по данной программе являются следующими:

1. НАСТАВНИЧЕСТВО: во время прохождения Очно-заочной магистратуры студенту будут назначены два наставника, которые будут сопровождать его/ее на протяжении всего процесса, разрешая любые сомнения и вопросы, которые могут возникнуть. С одной стороны, будет работать профессиональный наставник, принадлежащий к учреждению, где проводится практика, цель которого – постоянно направлять и поддерживать студента. С другой стороны, за студентом также будет закреплен академический наставник, задача которого будет заключаться в координации и помощи студенту на протяжении всего процесса, разрешении сомнений и содействии во всем, что может ему/ей понадобиться. Таким образом, специалист будет постоянно находиться в сопровождении наставников и сможет проконсультироваться по любым возникающим сомнениям как практического, так и академического характера.

2. ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ: программа стажировки рассчитана на три недели непрерывного практического обучения, распределенного на 8-часовые дни, пять дней в неделю. За дни посещения и расписание отвечает учреждение, информируя специалистов должным образом и заранее, с достаточным запасом времени, чтобы облегчить их организацию.

3. НЕЯВКА: в случае неявки в день начала обучения по программе Очно-заочной магистратуры студент теряет право на прохождение практики без возможности возмещения или изменения даты. Отсутствие на практике более двух дней без уважительной/медицинской причины означает отмену практики и ее автоматическое прекращение. О любых проблемах, возникающих во время стажировки, необходимо срочно сообщить академическому наставнику.

4. СЕРТИФИКАЦИЯ: студент, прошедший Очно-заочную магистратуру, получает сертификат, аккредитующий стажировку в данном учреждении.

5. ТРУДОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ: Очно-заочная магистратура не предполагает трудовых отношений любого рода.

6. ПРЕДЫДУЩЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ: некоторые учреждения могут потребовать справку о предыдущем образовании для прохождения Очно-заочной магистратуры. В этих случаях необходимо будет представить ее в отдел стажировки ТЕСН, чтобы подтвердить назначение выбранного учреждения.

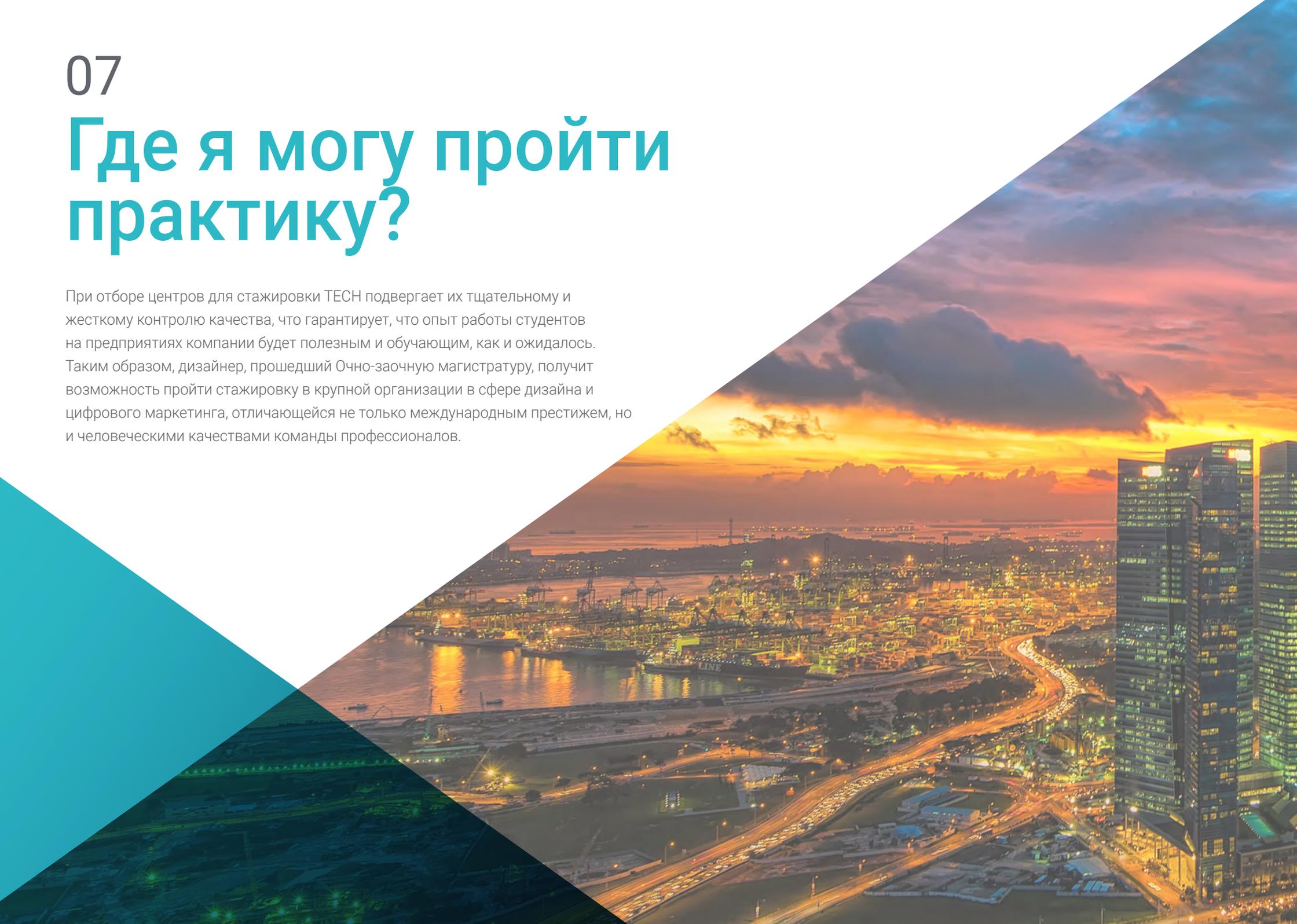
7. НЕ ВКЛЮЧАЕТСЯ: Очно-заочная магистратура не должна включать какие-либо иные пункты, не описанные в данных условиях. Поэтому в нее не входит проживание, транспорт до города, где проходит стажировка, визы или любые другие услуги, не описанные выше.

Однако студенты могут проконсультироваться со своим академическим наставником, если у них есть какие-либо сомнения или рекомендации по этому поводу. Наставник предоставит вам всю необходимую информацию для облегчения процесса.

07

Где я могу пройти практику?

При отборе центров для стажировки ТЕСН подвергает их тщательному и жесткому контролю качества, что гарантирует, что опыт работы студентов на предприятиях компании будет полезным и обучающим, как и ожидалось. Таким образом, дизайнер, прошедший Очно-заочную магистратуру, получит возможность пройти стажировку в крупной организации в сфере дизайна и цифрового маркетинга, отличающейся не только международным престижем, но и человеческими качествами команды профессионалов.



“

Активная работа бок о бок со специализированными дизайнерами — лучший способ получить квалификацию, которая разделит вашу профессиональную карьеру на "до" и "после"



Студенты могут пройти практическую часть данной Очно-заочной магистратуры в следующих центрах:



Piensamarketing

Страна: Аргентина
Город: Рио-Негро

Адрес: Campichuelo 580 (8400),
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Агентство маркетинга и социальной и
цифровой коммуникации

- Соответствующая практическая подготовка:**
- Производство и предпринимательство в цифровом предприятии
 - MBA в области цифрового маркетинга





“

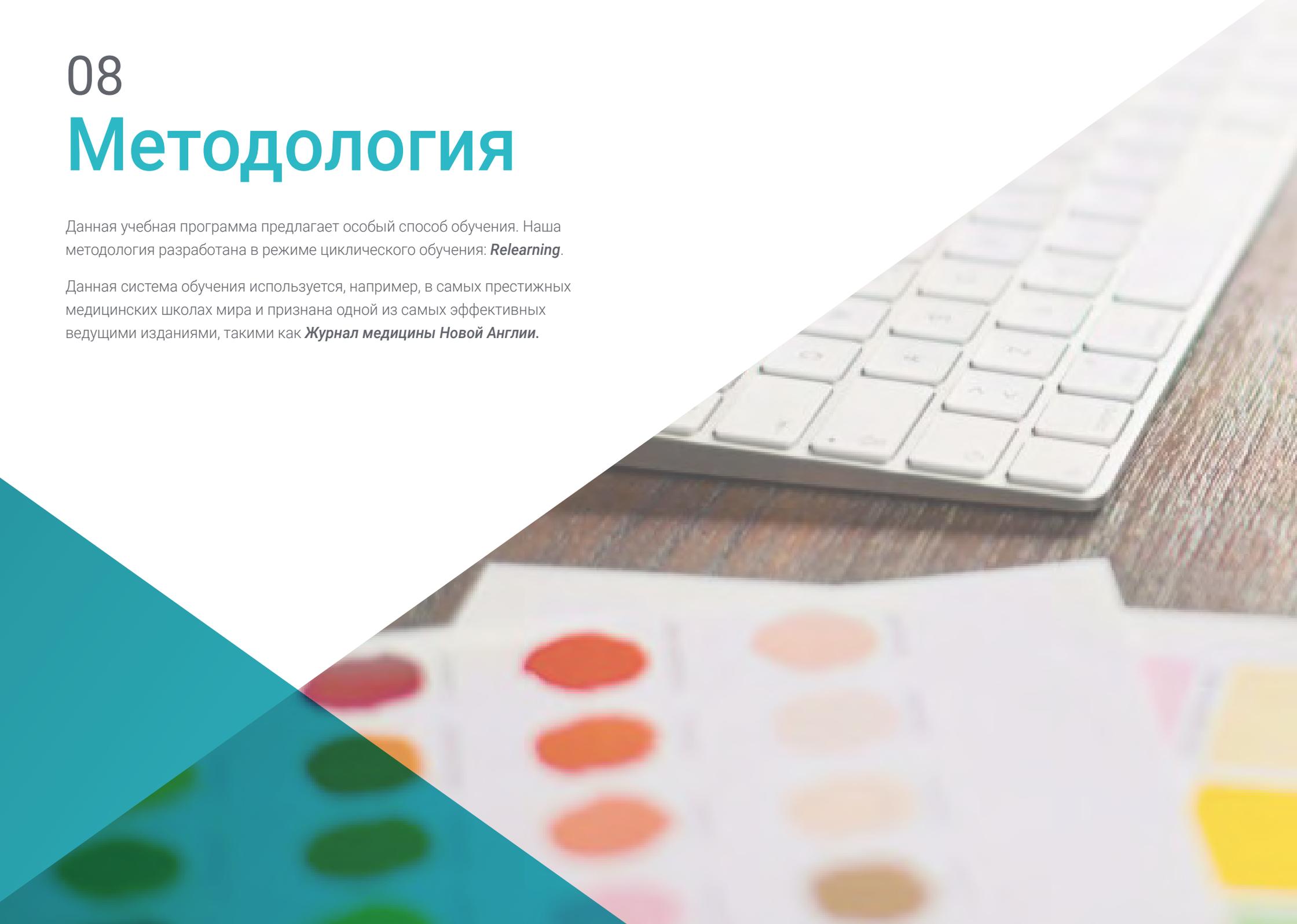
*Используйте эту возможность, чтобы
окружить себя профессионалами и
перенять их методику работы”*

08

Методология

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

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



“

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

Исследование кейсов для контекстуализации всего содержания

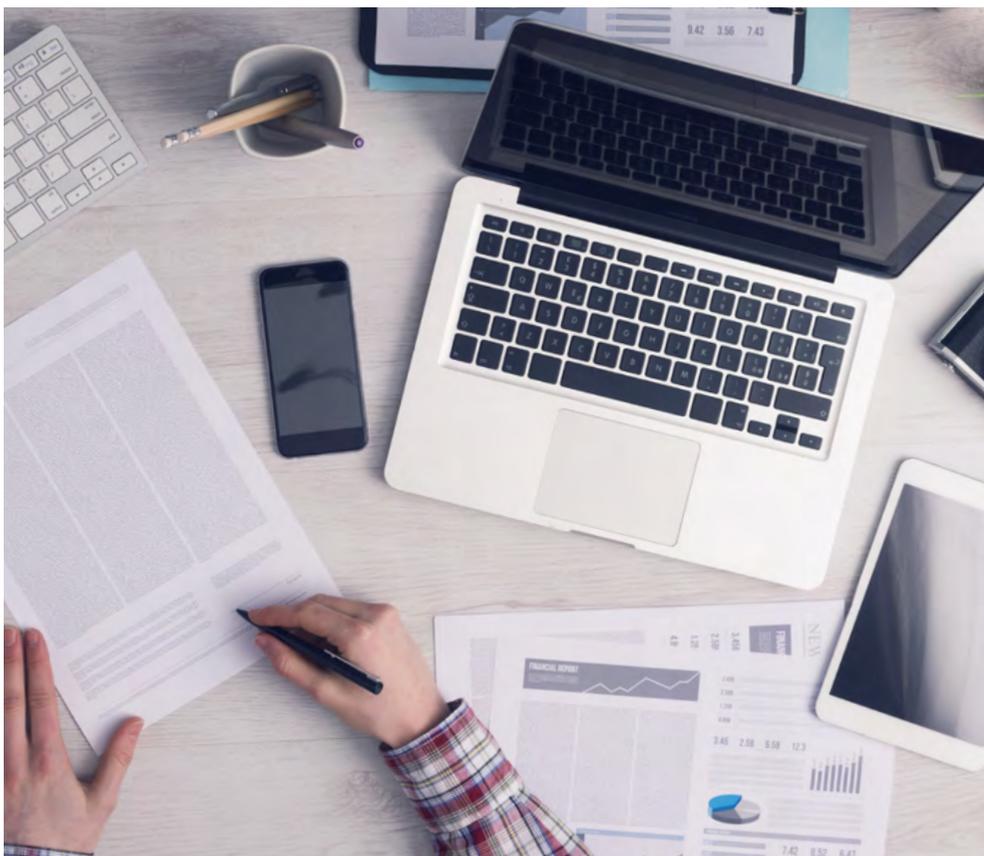
Наша программа предлагает революционный метод развития навыков и знаний. Наша цель - укрепить компетенции в условиях меняющейся среды, конкуренции и высоких требований.

“

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



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



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

Инновационный и отличный от других метод обучения

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



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

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

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

Методология *Relearning*

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

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

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

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

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





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

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

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

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

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



Учебные материалы

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

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



Мастер-классы

Существуют научные данные о пользе экспертного наблюдения третьей стороны.

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



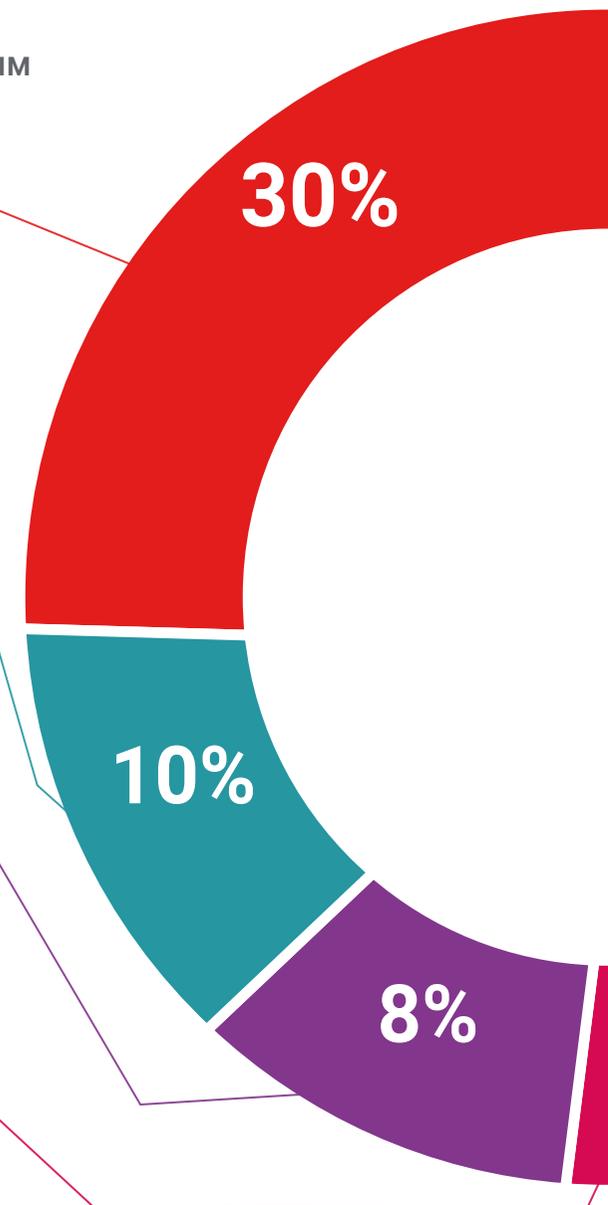
Практика навыков и компетенций

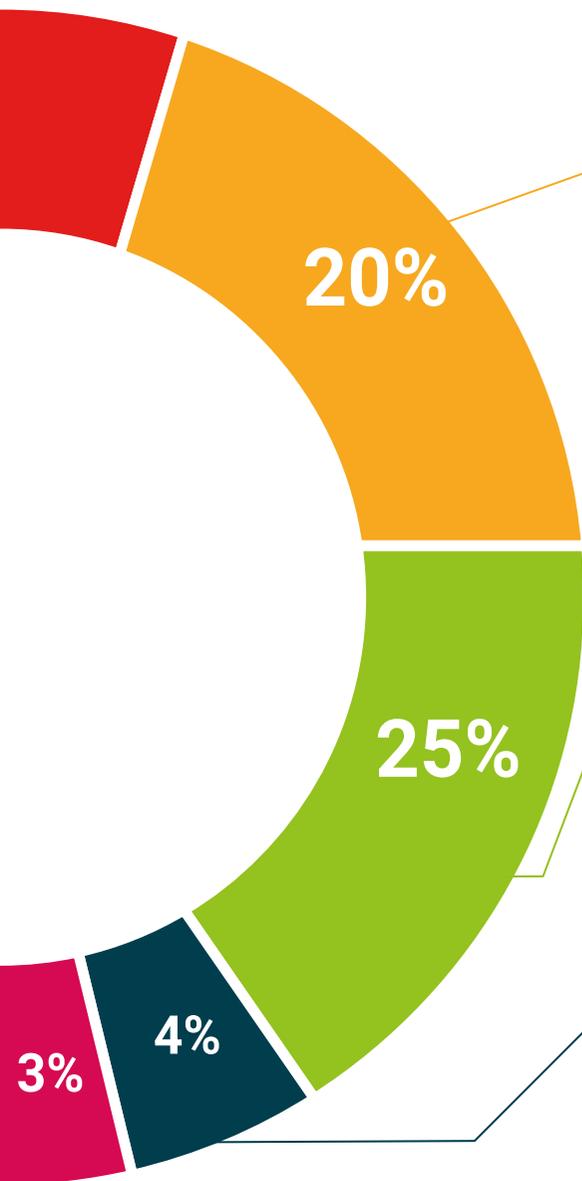
Студенты будут осуществлять деятельность по развитию конкретных компетенций и навыков в каждой предметной области. Практика и динамика приобретения и развития навыков и способностей, необходимых специалисту в рамках глобализации, в которой мы живем.



Дополнительная литература

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





Метод кейсов

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



Интерактивные конспекты

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

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



Тестирование и повторное тестирование

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



09

Квалификация

Очно-заочная магистратура в области дизайна продукции гарантирует, помимо самого требовательного и современного обучения, получение диплома об окончании Очно-заочной магистратуры, выдаваемого ТЕСН Технологическим университетом.



“

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

Данная **Очно-заочная магистратура в области дизайна продукции** содержит самую полную и современную программу на профессиональной и академической сцене.

После прохождения аттестации студент получит по почте с подтверждением получения соответствующий Сертификат об окончании Очно-заочной магистратуры, выданный TECH.

В дополнение к диплому вы получите сертификат, а также справку о содержании программы. Для этого вам следует обратиться к своему академическому консультанту, который предоставит вам всю необходимую информацию.

Диплом: **Очно-заочная магистратура в области дизайна продукции**

Формат: **Очно-заочное обучение (онлайн + практика)**

Продолжительность: **12 месяца**

Учебное заведение: **TECH Технологический университет**



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

Будущее

Здоровье Доверие Люди

Образование Информация Тьюторы

Гарантия Аккредитация Преподавание

Институты Технология Обучение

Сообщество Обязательство

Персональное внимание Инновации

Знания Настоящее будущее

Веб обучение

Развитие Институты

Виртуальный класс Языки

tech технологический
университет

Очно-заочная магистратура
Дизайн продукции

Формат: Очно-заочное обучение (онлайн + практика)

Продолжительность: 12 месяцев

Учебное заведение: TECH Технологический университет

Очно-заочная магистратура

Дизайн продукции

