

Mastère Spécialisé

Conception de Packaging





Mastère Spécialisé Conception de Packaging

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » 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 24

06

Méthodologie

page 34

07

Diplôme

page 42

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”

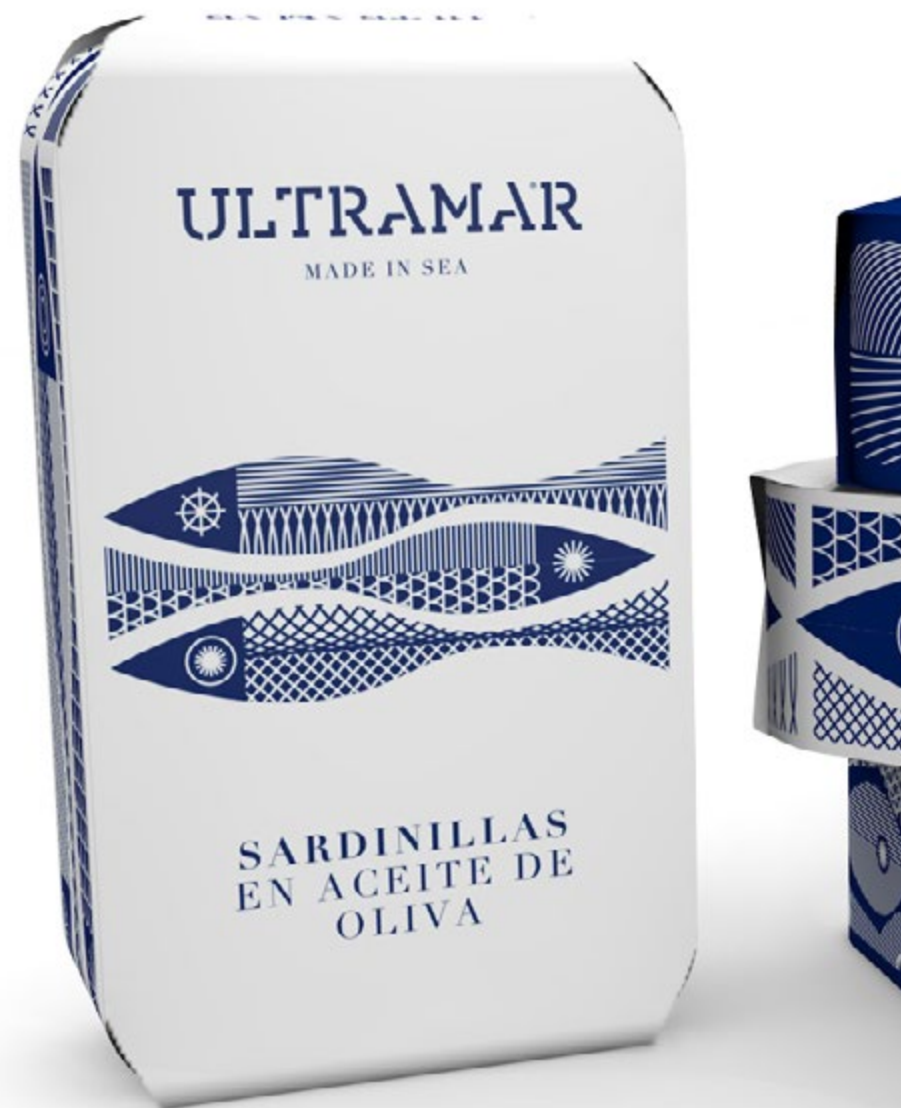


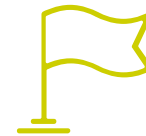
Compétences générales

- ◆ 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 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"

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

Ce programme de formation offre une manière différente d'apprendre. Notre méthodologie est développée à travers un mode d'apprentissage cyclique: ***le Relearning***.

Ce système d'enseignement est utilisé, par exemple, dans les écoles de médecine les plus prestigieuses du monde et a été considéré comme l'un des plus efficaces par des publications de premier plan telles que le ***New England Journal of Medicine***.



“

Découvrez Relearning, un système qui renonce à l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques: une façon d'apprendre qui s'est avérée extrêmement efficace, en particulier dans les matières qui exigent la mémorisation”

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

Notre programme offre une méthode révolutionnaire de développement des compétences et des connaissances. Notre objectif est de renforcer les compétences dans un contexte changeant, compétitif et hautement exigeant.

“

Avec TECH, vous pouvez expérimenter une manière d'apprendre qui ébranle les fondations des universités traditionnelles du monde entier”



Vous bénéficierez d'un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif sur l'ensemble du cursus.



L'étudiant apprendra, par des activités collaboratives et des cas réels, à résoudre des situations complexes dans des environnements commerciaux réels.

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Cette formation TECH est un programme d'enseignement intensif, créé de toutes pièces, qui propose les défis et les décisions les plus exigeants dans ce domaine, tant au niveau national qu'international. Grâce à cette méthodologie, l'épanouissement personnel et professionnel est stimulé, faisant ainsi un pas décisif vers la réussite. La méthode des cas, technique qui constitue la base de ce contenu, permet de suivre la réalité économique, sociale et professionnelle la plus actuelle.

“ Notre programme vous prépare à relever de nouveaux défis dans des environnements incertains et à réussir votre carrière ”

La méthode des cas a été le système d'apprentissage le plus utilisé par les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas seulement le droit sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consiste à leur présenter des situations réelles complexes afin qu'ils prennent des décisions éclairées et des jugements de valeur sur la manière de les résoudre. En 1924, elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard.

Dans une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous sommes confrontés dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, les étudiants seront confrontés à de multiples cas réels. Ils devront intégrer toutes leurs connaissances, faire des recherches, argumenter et défendre leurs idées et leurs décisions.

Relearning Methodology

TECH combine efficacement la méthodologie des études de cas avec un système d'apprentissage 100% en ligne basé sur la répétition, qui associe 8 éléments didactiques différents dans chaque leçon.

Nous enrichissons l'Étude de Cas avec la meilleure méthode d'enseignement 100% en ligne: le Relearning.

*En 2019, nous avons obtenu
les meilleurs résultats
d'apprentissage de toutes les
universités en ligne du monde.*

À TECH, vous apprendrez avec une méthodologie de pointe conçue pour former les managers du futur. Cette méthode, à la pointe de la pédagogie mondiale, est appelée Relearning.

Notre université est la seule université autorisée à utiliser cette méthode qui a fait ses preuves. En 2019, nous avons réussi à améliorer les niveaux de satisfaction globale de nos étudiants (qualité de l'enseignement, qualité des supports, structure des cours, objectifs...) par rapport aux indicateurs de la meilleure université en ligne.



Dans notre programme, l'apprentissage n'est pas un processus linéaire, mais se déroule en spirale (apprendre, désapprendre, oublier et réapprendre). Par conséquent, chacun de ces éléments est combiné de manière concentrique. Cette méthodologie a permis de former plus de 650.000 diplômés universitaires avec un succès sans précédent dans des domaines aussi divers que la biochimie, la génétique, la chirurgie, le droit international, les compétences en gestion, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire, les marchés financiers et les instruments. Tout cela dans un environnement très exigeant, avec un corps étudiant universitaire au profil socio-économique élevé et dont l'âge moyen est de 43,5 ans.

Le Relearning vous permettra d'apprendre avec moins d'efforts et plus de performance, en vous impliquant davantage dans votre formation, en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions: une équation directe vers le succès.

À partir des dernières preuves scientifiques dans le domaine des neurosciences, non seulement nous savons comment organiser les informations, les idées, les images et les souvenirs, mais nous savons aussi que le lieu et le contexte dans lesquels nous avons appris quelque chose sont fondamentaux pour notre capacité à nous en souvenir et à le stocker dans l'hippocampe, pour le conserver dans notre mémoire à long terme.

De cette manière, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent e-learning, les différents éléments de notre programme sont reliés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



Ce programme offre le support matériel pédagogique, soigneusement préparé pour les professionnels:



Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui enseigneront le cours, spécifiquement pour le cours, afin que le développement didactique soit vraiment spécifique et concret.

Ces contenus sont ensuite appliqués au format audiovisuel, pour créer la méthode de travail TECH en ligne. Tout cela, avec les dernières techniques qui offrent des pièces de haute qualité dans chacun des matériaux qui sont mis à la disposition de l'étudiant.



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant 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.



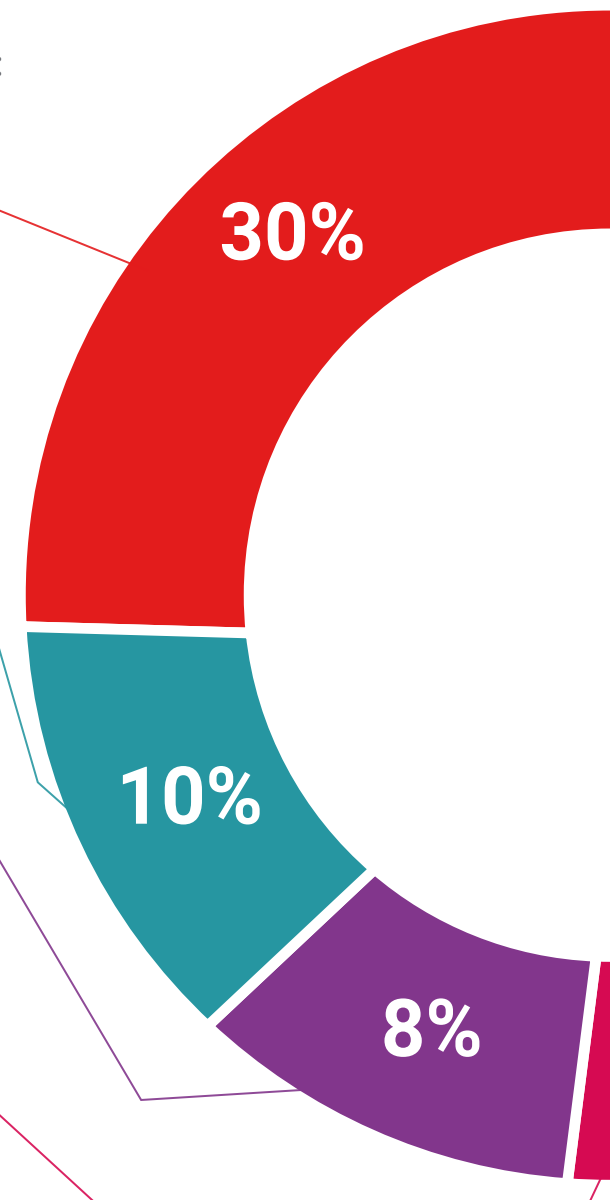
Pratiques en compétences et aptitudes

Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et directives internationales, entre autres. Dans la bibliothèque virtuelle de TECH, l'étudiant aura accès à tout ce dont il a besoin pour compléter sa formation.





Case studies

Ils réaliseront une sélection des meilleures études de cas choisies spécifiquement pour ce diplôme. Des cas présentés, analysés et tutorés par les meilleurs spécialistes de la scène internationale.



Résumés interactifs

L'équipe TECH présente les contenus de manière attrayante et dynamique dans des pilules multimédia comprenant des audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de renforcer les connaissances. Ce système éducatif unique pour la présentation de contenu multimédia a été récompensé par Microsoft en tant que "European Success Story".



Testing & Retesting

Les connaissances de l'étudiant sont périodiquement évaluées et réévaluées tout au long du programme, par le biais d'activités et d'exercices d'évaluation et d'auto-évaluation, afin que l'étudiant puisse vérifier comment il atteint ses objectifs.



07 Diplôme

Le Mastère Spécialisé en Conception de Packaging vous garantit, en plus de la formation la plus rigoureuse et la plus actuelle, l'accès à un diplôme universitaire de Mastère Spécialisé délivré par TECH Université Technologique.



“

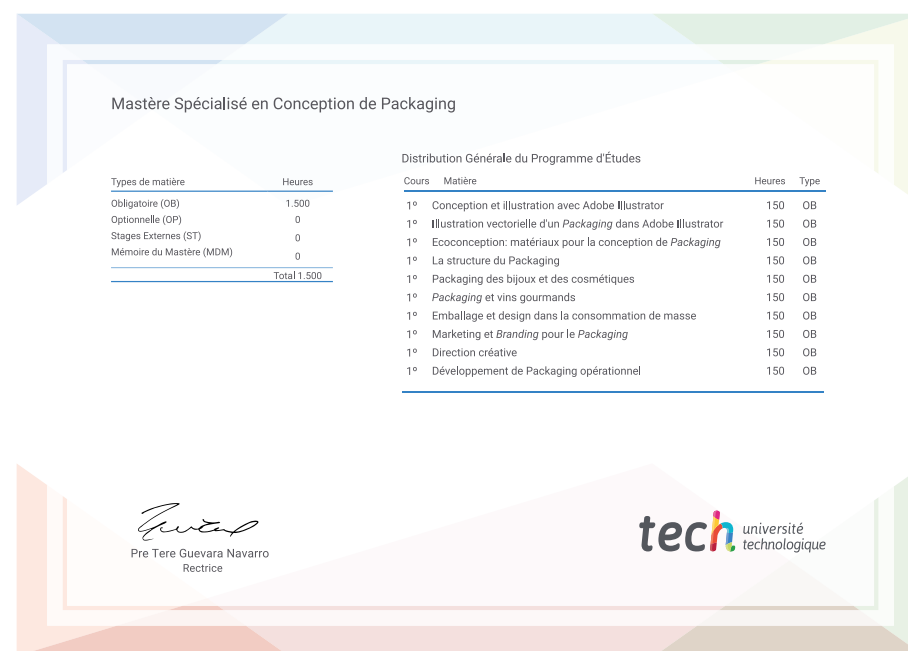
Terminez ce programme avec succès et recevez votre diplôme sans avoir à vous soucier des voyages ou de la paperasserie”

Ce **Mastère Spécialisé en Conception de Packaging** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché.

Après avoir réussi l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier postal* avec accusé de réception son correspondant diplôme de **Mastère Spécialisé** délivré par **TECH Université Technologique**.

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** indiquera la note obtenue lors du Mastère Spécialisé, et répond aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les commissions d'évaluation des carrières professionnelles.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Conception de Packaging**
N.º d'heures officielles: **1.500 h.**



*Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier possède l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION 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 université
technologique

Mastère Spécialisé Conception de Packaging

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 12 mois
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Mastère Spécialisé

Conception de Packaging

