

# Mastère Spécialisé Conception Éditoriale





## Mastère Spécialisé Conception Éditoriale

- » Modalité: en ligne
- » Durée: 6 semaines
- » Qualification: TECH Université Technologique
- » Intensité: 16h/semaine
- » Horaire: à votre rythme
- » Examens: en ligne

Accès au site web: [www.techtitute.com/design/master/master-conception-editoriale](http://www.techtitute.com/design/master/master-conception-editoriale)

# Sommaire

01

Présentation

---

*page 4*

02

Objectifs

---

*page 8*

03

Compétences

---

*page 14*

04

Compétences

---

*page 18*

05

Structure et contenu

---

*page 22*

06

Méthodologie

---

*page 34*

07

Diplôme

---

*page 42*

# 01

# Présentation

La Conception Éditoriale est un secteur en constante évolution. Une connaissance approfondie des clés qui déterminent les différentes formules de réussite à l'heure actuelle d'un point de vue historique, permet au professionnel d'anticiper et de rester à l'avant-garde à tout moment. Dans ce programme complet, le professionnel sera en mesure de comprendre les concepts fondamentaux pour pouvoir mener à bien un processus de communication à travers le langage graphique, en comprenant tous les facteurs qui le déterminent, y compris les facteurs historiques. Un parcours de formation qui vous amènera à développer des projets de design graphique et de web design, en les abordant de leur conception à leur finalisation artistique.



“

*Un programme complet qui vous permettra de travailler dans les différents domaines de la Conception Éditoriale, avec une connaissance spécifique des facteurs qui influencent et déterminent le succès d'une publication”*



Tous les designers doivent commencer leur profession avec une solide connaissance de l'histoire du design, ce qui leur permettra de comprendre comment on en est arrivé aux tendances actuelles et quels sont les mécanismes qui permettent à un design d'être réussi et pertinent à un moment social, culturel ou historique spécifique.

Ce concept de culture générale sera amené sur le territoire de l'enseignement audiovisuel. Le professionnel du graphisme doit connaître les phénomènes audiovisuels qui évoluent dans les mêmes paradigmes que la communication graphique. L'influence de certains médias sur d'autres, les différentes combinaisons de médias et les nouveaux produits graphiques qui intègrent différentes techniques et approches d'autres domaines de la communication sont des connaissances qui ouvriront de nouvelles pistes de réflexion et de travail.

En ce sens, avoir des connaissances dans tous les aspects possibles du travail est une fenêtre de possibilités et des pistes d'exploration très intéressantes.

Par conséquent, cette formation abordera les aspects qu'un designer doit connaître afin de planifier, développer et finaliser tout projet graphique. Un parcours éducatif qui augmentera les compétences de l'étudiant pour l'aider à relever les défis d'un professionnel de haut niveau.

Le design graphique est présenté comme une option viable pour un professionnel qui décide de travailler de manière indépendante, mais aussi de faire partie de toute organisation ou entreprise. Une piste intéressante de développement professionnel qui bénéficiera des connaissances spécifiques qu'offre TECH Université Technologique.

Ce **Mastère Spécialisé en Conception Éditoriale** contient le programme éducatif le plus complet et le plus actualisé du marché. Ses principales caractéristiques sont :

- ◆ Développement d'un grand nombre d'études de cas présentées par des experts
- ◆ Un contenu graphique, schématique et éminemment pratique
- ◆ Les innovations et les avancées les plus récentes dans ce domaine
- ◆ Des exercices pratiques d'auto-évaluation pour améliorer le processus d'apprentissage
- ◆ Des méthodologies innovantes et très efficaces
- ◆ Cours théoriques, questions à l'expert, forums de discussion sur des sujets controversés et travail de réflexion individuel.
- ◆ Les contenus sont disponibles à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



*Ce programme vous permettra d'améliorer vos compétences et d'actualiser vos connaissances en Conception Éditoriale"*

“

*Une analyse complète des phénomènes culturels et esthétiques qui affectent les critères de création de la communication graphique”*

Le développement de ce programme est axé sur la mise en pratique de l'apprentissage théorique proposé, à travers les systèmes d'enseignement les plus efficaces et des méthodes contrastées importées des universités les plus prestigieuses du monde. Le professionnel pourra acquérir de nouvelles connaissances de manière éminemment pratique. De cette manière, TECH Université Technologique s'efforce de convertir ses efforts en compétences réelles et immédiates.

Le système en ligne est un autre des points forts de la proposition éducative. Avec une plateforme interactive bénéficiant des avantages des derniers développements technologiques, TECH Université Technologique met à votre service les outils numériques les plus interactifs et vous offre ainsi une méthode d'apprentissage totalement adaptable à vos besoins, afin que vous puissiez parfaitement combiner cette formation avec votre vie personnelle ou professionnelle.

*Un apprentissage pratique et intensif qui vous donnera tous les outils d'idéation, de développement et de création de tout projet graphique dont vous avez besoin pour travailler dans ce domaine.*

*Une formation créée pour vous permettre de mettre en œuvre presque immédiatement les connaissances acquises dans votre pratique quotidienne*



02

# Objectifs

L'objectif de ce Mastère Spécialisé en Conception Éditoriale est d'offrir aux professionnels un moyen complet d'acquérir des connaissances et des compétences pour la pratique professionnelle de ce secteur, à travers un apprentissage basé sur la praxis qui leur permettra de terminer la formation avec les connaissances nécessaires pour mener à bien leur travail en toute sécurité et compétence.



Desi



“

*Notre objectif est simple : vous fournir la mise à jour la plus complète des techniques et des tendances actuelles en matière de Conception Éditoriale dans un Mastère Spécialisé entièrement compatible avec vos obligations professionnelles et personnelles”*



## Objectifs généraux

- ◆ Conception d'un développement graphique
- ◆ Déterminer les matériaux appropriés pour son développement
- ◆ Définir les techniques idéales pour chaque situation de communication graphique
- ◆ Réaliser l'ensemble du processus de création de pièces, en les adaptant à différents formats
- ◆ Appliquer les arts finaux

“

*Intégrez dans votre spécialisation la connaissance des outils les plus avancés en matière de Conception Éditoriale et apportez à votre travail dans ce domaine l'avant-garde dont vous avez besoin pour être à l'avant-garde”*





## Objectifs spécifiques

### Module 1. Histoire du design

- ◆ Avoir des connaissances de base en sciences humaines et sociales afin d'être en mesure de proposer des recherches futures, en fonction des besoins de chaque projet de design
- ◆ Comprendre de manière critique l'histoire des pratiques artistiques et du design contemporain ; les arguments et les hypothèses théoriques qui les soutiennent, ainsi que les stratégies et les mécanismes dans lesquels ils interviennent pour s'adapter aux nouveaux problèmes et défis du design numérique
- ◆ Comprendre le développement du design à travers l'histoire comme une intégration de diverses disciplines : art, culture contemporaine, philosophie, sociologie, histoire des médias dans le design numérique, linguistique et sémiotique
- ◆ Développer un esprit évaluatif et critique afin d'acquérir la capacité d'analyse et de synthèse dans la pratique et l'exécution des fonctions de designer
- ◆ Agir en tant que médiateur entre la technologie et l'art, les idées et l'objectif, la culture et le design
- ◆ Comprendre la relation entre le patrimoine et le design et comprendre qu'il s'agit d'une caractéristique de la culture contemporaine

### Module 2. Introduction à la Couleur

- ◆ Comprendre l'importance de la couleur dans l'environnement visuel
- ◆ Acquérir la capacité d'observer, d'organiser, de discriminer et de gérer les couleurs
- ◆ Appliquer les fondements psychologiques et sémiotiques de la couleur dans le design
- ◆ Capturer, manipuler et préparer la couleur pour l'utiliser dans des médias physiques et virtuels
- ◆ Acquérir la capacité de formuler des jugements indépendants, au moyen d'arguments
- ◆ Savoir se documenter, analyser et interpréter des sources documentaires et littéraires avec ses propres critères



### Module 3. Conception Éditoriale

- ◆ Connaître les principes fondamentaux de la Conception Éditoriale dans le contexte imprimé et numérique, ainsi que son interrelation avec d'autres domaines
- ◆ Comprendre la portée et l'importance du designer dans le domaine de l'édition
- ◆ Connaître la terminologie, les techniques et les langages spécifiques appliqués aux processus de conception : systèmes et techniques de pré-impression et d'impression, supports numériques et multimédia
- ◆ Concevoir des publications éditoriales en tenant compte de l'ensemble graphique et de ses éléments
- ◆ Capturer, manipuler et préparer du texte et des images pour les utiliser dans différents médias
- ◆ Concevoir des communications visuelles accrocheuses qui répondent aux normes graphiques actuelles
- ◆ Commencer à utiliser Adobe InDesign et apprendre à connaître les éléments disponibles dans le programme de manière adéquate pour projeter vos propres idées graphiques

### Module 4. Méthodologie du Design

- ◆ Connaître les processus de base de la méthodologie scientifique en histoire du design : énoncé de la question, analyse intégrale du travail de conception, reconsidération des problèmes, recherche d'informations inédites, formulation d'hypothèses, processus critiques de synthèse et formulation ordonnée des conclusions
- ◆ Comprendre le fonctionnement de l'innovation en tant que moteur de la conception
- ◆ Identifier les problèmes liés à la conception, compiler et analyser les informations nécessaires pour évaluer et fournir des solutions en fonction de critères d'efficacité : fonctionnels, environnementaux, structurels, constructifs et expressifs dans le domaine de la profession
- ◆ Justifier le développement d'un projet de design au moyen d'une argumentation cohérente et critique

- ◆ Connaître en profondeur la dynamique de la gestion du design, ce qui permet d'appliquer les connaissances du Marketing et de l'administration des affaires aux projets de design
- ◆ Comprendre la pratique du design comme une méthode de recherche en soi, basée sur la créativité

### Module 5. Design graphique

- ◆ Connaître les principes fondamentaux du design graphique, ainsi que son interrelation avec d'autres domaines : design graphique publicitaire, design éditorial, design d'identité d'entreprise, design web, design d'emballage, design typographique, affiches, signalisation, design multimédia, design de nouveaux médias, etc.
- ◆ Comprendre les bases, les fonctions et la valeur du design graphique
- ◆ Analyser le profil d'un graphiste à travers l'histoire et dans le panorama actuel
- ◆ Comprendre les éléments de base et formels du design graphique
- ◆ Apprendre quels sont les outils numériques les plus utilisés dans le domaine de la conception graphique
- ◆ Connaître et appliquer les éléments de base de l'organisation et de la gestion de projet

### Module 6. Éthique, législation et déontologie

- ◆ Acquérir la capacité de rassembler et d'interpréter des données pertinentes afin de porter des jugements qui incluent une réflexion sur les questions éthiques, environnementales et sociales
- ◆ Appliquer la pratique professionnelle de manière éthique, dans le respect de la loi et conformément aux droits universels
- ◆ Développer les compétences d'apprentissage nécessaires pour entreprendre des études

ultérieures avec un haut degré d'autonomie

- ◆ Comprendre la relation professionnelle entre le designer et le client
- ◆ Acquérir des compétences qui démontrent la résolution de problèmes par l'argumentation et la critique constructive
- ◆ Développer la capacité à décider à l'avance ce qui doit être fait, qui doit le faire et comment le faire

### **Module 7. Image de l'entreprise**

- ◆ Capturer, manipuler et préparer l'image pour l'utiliser sur différents supports
- ◆ Connaître les bases de la technologie photographique et audiovisuelle
- ◆ Connaître le langage et les ressources expressives de la photographie et de l'audiovisuel
- ◆ Connaître les œuvres photographiques et audiovisuelles pertinentes
- ◆ Mettre en relation des langages formels et symboliques avec des fonctionnalités spécifiques
- ◆ Manipuler les équipements d'éclairage et de mesure de base en photographie
- ◆ Comprendre le comportement et les caractéristiques de la lumière et valoriser ses qualités expressives

### **Module 8. Typographie**

- ◆ Connaître les principes syntaxiques du langage graphique et appliquer ses règles pour décrire des objets et des idées de façon claire et précise
- ◆ Connaître l'origine des lettres et leur importance historique
- ◆ Reconnaître, étudier et appliquer de manière cohérente la typographie aux processus graphiques
- ◆ Connaître et appliquer les fondements esthétiques de la typographie
- ◆ Savoir analyser la disposition des textes dans l'objet de conception
- ◆ Être capable de produire un travail professionnel basé sur la composition

### **Module 9. Mise en page**

- ◆ Concevoir des publications éditoriales en tenant compte de l'ensemble graphique et de ses éléments
- ◆ Connaître la tâche d'un maquettiste et l'importance de sa figure dans le domaine de l'édition
- ◆ Connaître les médias numériques et leur importance dans le contexte actuel
- ◆ Utiliser Adobe InDesign pour le développement approprié de projets graphiques
- ◆ Utiliser les réseaux sociaux d'un point de vue artistique, en étant conscient de l'importance d'une bonne stratégie graphique
- ◆ Développer un langage rédactionnel pour faire la publicité d'un produit ou d'un service, avec un objectif clair et spécifique

### **Module 10. Arte Final**

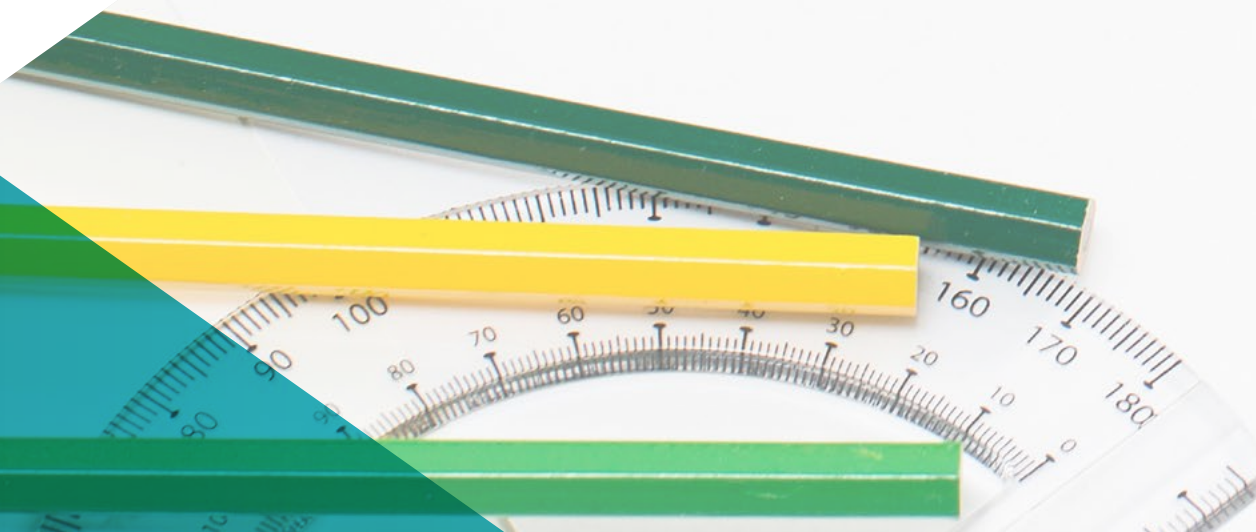
- ◆ Connaître la terminologie, les techniques et les langages spécifiques appliqués aux processus de conception : systèmes et techniques de pré-impression et d'impression, supports numériques et multimédia
- ◆ Connaître les systèmes d'impression afin de pouvoir évaluer quelle est la meilleure alternative lorsqu'il s'agit de l'expression physique d'un projet graphique
- ◆ Apprendre les alternatives d'impression qui sont régies par les principes de durabilité et les utiliser dans le processus de conception d'un projet de design à partir de zéro
- ◆ Connaître les procédures à suivre afin de préparer correctement une maquette finale pour l'impression
- ◆ Savoir ce qu'est la reliure et approfondir les types qui existent.
- ◆ Incorporer le vocabulaire technique nécessaire pour parvenir à une communication fluide avec les techniciens et les secteurs impliqués dans l'édition



# 03

# Compétences

Ce programme en Conception Éditoriale a été créé comme un outil hautement qualifié pour le professionnel Sa spécialisation intensive préparera l'étudiant à pouvoir travailler dans tous les domaines liés à ce secteur avec la sécurité d'un expert en la matière





“

*Acquérir les compétences de travail pratiques et les capacités de prise de décision critique dont vous avez besoin pour créer des pièces graphiques de qualité et professionnellement intéressantes”*

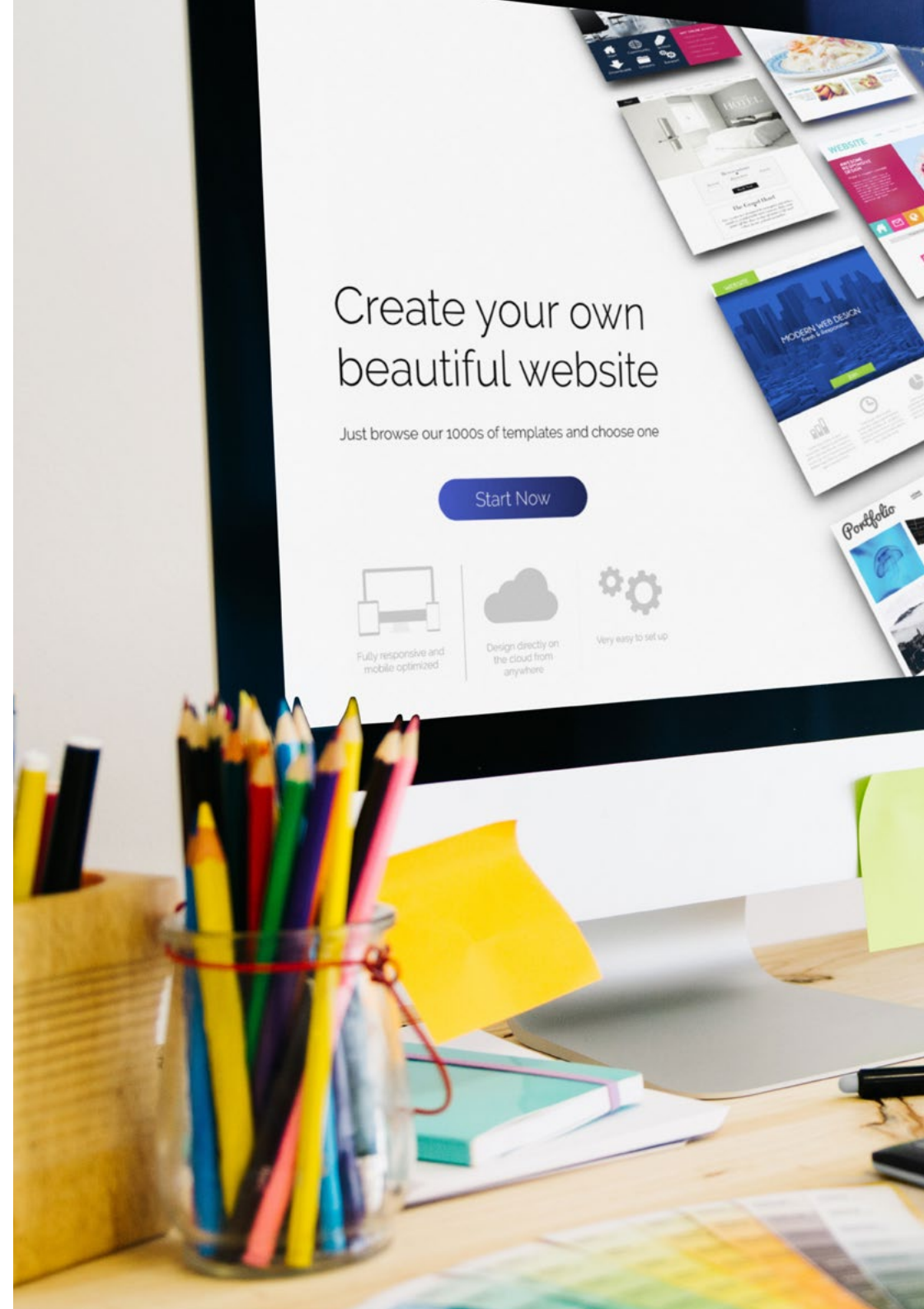


## Compétences générales

- ◆ Créer et concevoir les différentes parties d'une conception graphique
- ◆ Analyser l'adéquation des différentes approches
- ◆ Avoir un impact sur le public cible de manière efficace
- ◆ Contrôler les processus de production internes et externes des pièces produites

“

*Inscrivez-vous au meilleur programme de Conception Éditoriale sur la scène universitaire actuelle”*







## Compétences spécifiques

---

- ◆ Décrire l'histoire de la conception graphique
- ◆ Manipuler les couleurs dans leur application graphique
- ◆ Effectuer la conception Éditoriale
- ◆ Établir la méthodologie appropriée pour chaque type de conception
- ◆ Connaître le cadre juridique dans lequel opère le graphisme
- ◆ Travailler avec des images numériques
- ◆ Reconnaître les différentes typographies adaptées à chaque design
- ◆ Publications de mise en page
- ◆ Produire la maquette finale

# 04

# Course Management

TECH s'engage en permanence en faveur de l'excellence académique. C'est pourquoi chacun de ses programmes dispose d'équipes d'enseignants de très haut niveau. Ces experts ont une grande expérience dans leur domaine professionnel et ont obtenu des résultats significatifs grâce à leurs recherches empiriques et à leur travail sur le terrain. En outre, ces spécialistes jouent un rôle de premier plan dans le diplôme universitaire, puisqu'ils sont chargés de sélectionner les contenus les plus actuels et les plus novateurs à inclure dans le programme d'études. En même temps, ils participent au développement de nombreuses ressources multimédias d'une grande rigueur pédagogique.







“

*Profitez de cette opportunité pour vous entourer de professionnels experts et apprendre de leur méthodologie de travail”*

## Directeur Invité International

D.W. Pine est un leader international dans le domaine de la conception éditoriale. En tant que Directeur de Création du magazine Time, il est responsable de la conception, du marketing et de la direction des tirages de l'une des plus importantes publications éditoriales au monde. Au cours de sa carrière, il a conçu plus de 850 couvertures et supervisé 7 projets de "Personnalité de l'année".

À ce titre, M. Pine est responsable de la conception et de la production de la couverture de Time chaque semaine et de la gestion d'une équipe créative composée de plus d'une douzaine de directeurs artistiques, de concepteurs, d'infographistes et de chercheurs. Il supervise également la conception de la marque Time et d'autres propriétés numériques telles que Time for Kids.

Outre son travail de conception, M. Pine rédige occasionnellement des articles de fond pour le magazine Time et a publié plus de 1 100 articles en tant que rédacteur pour l'Atlanta Journal-Constitution.

En tant que conférencier, M. Pine a participé à des événements et à des ateliers dans le monde entier, notamment à l'atelier de conception pour les journalistes à Pékin, en Chine, ainsi qu'à d'autres conférences de haut niveau en Europe. Il a également participé à des conférences, des universités et des festivals aux États-Unis, notamment à New York, San Francisco, San Diego, Washington, Portland, Tampa et Atlanta.

Son travail a été récompensé par des douzaines de prix de l'industrie, notamment en étant nommé deux fois dans la liste Folio 100 (2016 et 2017) et en recevant les prix Best Designed Magazine 2013 et Best Cover of the Year 2017 de la part de l'American Society of Magazine Editors.



## Mr. D.W., Pine

---

- Directeur de Création du magazine Time
  - Concepteur de la couverture hebdomadaire du magazine Time
  - Concepteur de l'Atlanta Journal-Constitution
  - Licence en Marketing et Administration de l'Université de Géorgie
- Prix:
- Best Designed Magazine 2013
  - Best Cover of the Year 2017
  - Liste Folio 2016 y 2017
  - Conférencier lors d'événements de design en Asie, en Europe et en Amérique

“

*Thanks to TECH you will be able to learn with the best professionals in the world"*

# 05

## Structure et contenu

Le programme couvre tous les domaines d'intérêt que le professionnel du graphisme doit maîtriser afin de créer des pièces compétitives qui rassemblent des informations et les transmettent avec impact et permanence dans l'esprit du récepteur. Un programme de haute qualité qui placera l'étudiant à la pointe de la compétitivité dans le secteur.



“

*Ce Mastère Spécialisé a été créé avec les critères de qualité les plus exigeants pour compiler tous les domaines de connaissance nécessaires, de la revue historique à l'utilisation des outils les plus intéressants du moment”*



## Module 1. Histoire du design

- 1.1. Quel est l'intérêt de connaître l'histoire ?
  - 1.1.1. Valorisation de l'histoire
  - 1.1.2. Anticiper l'avenir
  - 1.1.3. Le passé nous rend libres
  - 1.1.4. Conclusions
- 1.2. Considérer "l'histoire du design" comme une discipline
  - 1.2.1. Comment faire de l'histoire de l'histoire ?
  - 1.2.2. Contexte réfléchi
  - 1.2.3. Le développement de la discipline : 70, 80 et 90
  - 1.2.4. L'objet d'étude de l'histoire du design
  - 1.2.5. Tendances et axes de recherche
- 1.3. Révolution industrielle et autres courants
  - 1.3.1. Conséquences de la révolution industrielle sur le design
  - 1.3.2. Influence orientale
  - 1.3.3. *Arts & Crafts*. William Morris
  - 1.3.4. Esthétisme
  - 1.3.5. *Art Nouveau*
- 1.4. Voyage historique I
  - 1.4.1. Sécession viennoise
  - 1.4.2. Deutscher Werkbund
  - 1.4.3. Constructivisme russe
  - 1.4.4. Mouvement De Stijl et Néo-Plasticisme
- 1.5. La Bauhaus
  - 1.5.1. Qu'est-ce que le Bauhaus ?
  - 1.5.2. Première étape
  - 1.5.3. Deuxième étape
  - 1.5.4. Troisième étape
  - 1.5.5. Principes de base
  - 1.5.6. Influences
- 1.6. Contexte historique II
  - 1.6.1. Art Déco
  - 1.6.2. Style international
  - 1.6.3. Design d'après-guerre
  - 1.6.4. L'École ULM
  - 1.6.5. L'École Suisse
- 1.7. Le fonctionnel et le fonctionnaliste
  - 1.7.1. Le point de vue fonctionnaliste
  - 1.7.2. Le beau et le pratique
  - 1.7.3. Les analogies du fonctionnalisme
  - 1.7.4. Le fonctionnalisme comme style
- 1.8. Contexte historique III
  - 1.8.1. L'École de New York
  - 1.8.2. Aérodynamisme américain
  - 1.8.3. Design scandinave
  - 1.8.4. Conception démocratique
- 1.9. Autres tendances
  - 1.9.1. Le Pop
  - 1.9.2. *High Tech*
  - 1.9.3. *Minimal*
  - 1.9.4. *Kitsch*
- 1.10. L'ère numérique
  - 1.10.1. La révolution de l'information
  - 1.10.2. Design assisté par ordinateur
  - 1.10.3. *Biodesign*, néobiomorphisme, design *Friendly*
  - 1.10.4. Imagerie numérique et nouvelles typographies

**Module 2. Introduction à la Couleur**

- 2.1. La couleur, principes et propriétés
  - 2.1.1. Introduction à la Couleur
  - 2.1.2. Lumière et couleur : synesthésie chromatique
  - 2.1.3. Attributs de la couleur
  - 2.1.4. Pigments et colorants
- 2.2. Les couleurs sur le cercle chromatique
  - 2.2.1. Le cercle chromatique
  - 2.2.2. Couleurs froides et chaudes
  - 2.2.3. Couleurs primaires et dérivées
    - 2.2.1. Les relations chromatiques : harmonie et contraste
- 2.3. Psychologie des couleurs
  - 2.3.1. Construction de la signification d'une couleur
  - 2.3.2. La charge émotionnelle
  - 2.3.3. Valeur dénotative et connotative
  - 2.3.4. Le marketing émotionnel La charge de la couleur
- 2.4. Théorie des couleurs
  - 2.4.1. Une théorie scientifique Isaac Newton
  - 2.4.2. La théorie des couleurs de Goethe
  - 2.4.3. Participer à la théorie des couleurs de Goethe
  - 2.4.4. La psychologie des couleurs selon Eva Heller
- 2.5. Insister sur la classification des couleurs
  - 2.5.1. Le double cône de Wilhelm Ostwald
  - 2.5.2. Le solide d'Albert Munsell
  - 2.5.3. Le cube Alfredo Hicethier
  - 2.5.4. Le triangle CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)
- 2.6. L'étude individuelle des couleurs
  - 2.6.1. Blanc et Noir
  - 2.6.2. Couleurs neutres Les échelles de gris
  - 2.6.3. Monochrome, duochrome, polychrome
  - 2.6.4. Aspects symboliques et psychologiques des couleurs

- 2.7. Modèles de couleur
  - 2.7.1. Modèle soustractif Mode CMYK
  - 2.7.2. Modèle additif Mode RGB
  - 2.7.3. Modèle HSB
  - 2.7.4. Système Pantone Les Pantonera
- 2.8. Du Bauhaus à Murakami
  - 2.8.1. Le Bauhaus et ses artistes
  - 2.8.2. La théorie de la Gestalt au service de la couleur
  - 2.8.3. Josef Albers L'interaction de la couleur
  - 2.8.4. Murakami, les connotations de l'absence de couleur
- 2.9. La couleur dans le projet de design
  - 2.9.1. Le *pop art*. La couleur des cultures
  - 2.9.2. Créativité et couleur
  - 2.9.3. Artistes contemporains
  - 2.9.4. Analyse à partir de différentes perspectives et points de vue
- 2.10. Gestion des couleurs dans l'environnement numérique
  - 2.10.1. Espaces de couleurs
  - 2.10.2. Profils de couleur
  - 2.10.3. Calibrage du moniteur
  - 2.10.4. Ce que nous devons garder à l'esprit

**Module 3. Design éditorial**

- 3.1. Communication écrite manuelle et technologie de l'information
  - 3.1.1. Introduction
  - 3.1.2. Les premières formes d'écriture
  - 3.1.3. Supports d'écriture manuscrite
  - 3.1.4. Niveaux de représentation graphique dans l'écriture précoce
  - 3.1.5. Classification générale des signes d'écriture
  - 3.1.6. La naissance et le développement de l'alphabet : l'indépendance du signe d'écriture
  - 3.1.7. Écriture, mémoire d'information
  - 3.1.8. Les formes de l'écriture alphabétique latine : observation diachronique

- 3.1.9. Des images dans le monde de l'écriture manuscrite
- 3.2. Système d'impression
  - 3.2.1. Introduction
  - 3.2.2. De la reproduction manuelle à la reproduction mécanisée de l'écriture manuscrite
  - 3.2.3. Limitation, le dénominateur commun des premières copies mécaniques d'informations
  - 3.2.4. Contexte de la reproduction mécanisée de l'information dans l'Antiquité
  - 3.2.5. La gravure sur bois, le plus proche prédécesseur de la technologie de Gutenberg
  - 3.2.6. Connaissances technologiques préexistantes et éléments nécessaires à la presse à imprimer de Gutenberg
  - 3.2.7. La presse à imprimer de Gutenberg
  - 3.2.8. Le développement des phases de composition et d'impression de l'information écrite
- 3.3. Formes et fonctions des éléments du design journalistique
  - 3.3.1. Introduction
  - 3.3.2. Qu'est-ce que la conception journalistique de la communication écrite et de l'information ?
  - 3.3.3. Les éléments de la conception journalistique
- 3.4. Images
  - 3.4.1. Introduction
  - 3.4.2. Images journalistiques
  - 3.4.3. Infographie : nature, caractéristiques, fonctions et formes
  - 3.4.4. Ressources graphiques non textuelles et non iconiques
- 3.5. Couleur
  - 3.5.1. Introduction
  - 3.5.2. Nature, fonction et processus de la synthèse des couleurs
  - 3.5.3. La séparation des couleurs dans les arts graphiques
  - 3.5.4. Fonctions et possibilités expressives de la couleur dans les médias écrits
  - 3.5.5. Caractéristiques des couleurs d'accompagnement
- 3.6. Caractères : identité et utilisation
  - 3.6.1. Introduction
  - 3.6.2. Qu'est-ce que la typographie ?
  - 3.6.3. Morphologie des caractères : implications sémantiques
  - 3.6.4. Classifications des caractères typographiques
  - 3.6.5. Les fonctions de la typographie
  - 3.6.6. Typographie informatique
- 3.7. Formats et conception de l'information journalistique
  - 3.7.1. Introduction
  - 3.7.2. Évolution diachronique du design journalistique dans la presse écrite
  - 3.7.3. Le format, la première circonstance spatiale
  - 3.7.4. La distribution et l'architecture de l'espace de la page
  - 3.7.5. Conception modulaire
  - 3.7.6. Le diagramme de Gutenberg
  - 3.7.7. Le CIV
- 3.8. Conception et communication journalistiques. Ordre et hiérarchie
  - 3.8.1. Introduction
  - 3.8.2. L'objectif fondamental de la conception journalistique
  - 3.8.3. Critères de diffusion de l'information
  - 3.8.4. Structures de base de la mise en page
  - 3.8.5. Systèmes d'équilibre dans l'expression des signifiants informatifs
  - 3.8.6. Principes de base applicables à la conception journalistique
  - 3.8.7. La première page
  - 3.8.8. Les pages intérieures du journal
- 3.9. Changement technologique dans les processus de communication
  - 3.9.1. Introduction
  - 3.9.2. L'évolution technologique de la communication écrite et des processus d'information juste avant la numérisation
  - 3.9.3. La numérisation, un changement de vitesse dans le développement de la communication écrite et de l'information
- 3.10. La médiation numérique dans le journalisme d'aujourd'hui

- 3.10.1. Introduction
- 3.10.2. La médiation numérique dans le journalisme d'aujourd'hui
- 3.10.3. Information écrite dans le journalisme d'édition numérique

## Module 4. Méthodologie du Design

- 4.1. Sur la méthodologie et la conception
  - 4.1.1. Qu'est-ce que la méthodologie de conception ?
  - 4.1.2. Différences entre méthode, méthodologie et technique
  - 4.1.3. Types de techniques méthodologiques
  - 4.1.4. Dédution, induction et abduction
- 4.2. Introduction à la recherche en design
  - 4.2.1. Hériter de la méthode scientifique
  - 4.2.2. Concepts généraux des processus de recherche
  - 4.2.3. Principales phases du processus de recherche
  - 4.2.4. Ligne du temps
- 4.3. Quelques propositions méthodologiques
  - 4.3.1. Propositions pour une nouvelle méthodologie par Burdek Bernhard
  - 4.3.2. L'approche systématique de Bruce Archer pour les concepteurs
  - 4.3.3. La conception généraliste intégrée de Victor Papanek
  - 4.3.4. La méthode de conception de Bruno Munari
  - 4.3.5. Processus créatif de résolution de problèmes par Bernd Löbach
  - 4.3.6. Autres auteurs et aperçu d'autres méthodes
- 4.4. Définition de la problématique
  - 4.4.1. Identification et analyse du besoin
  - 4.4.2. Le *Briefing*, Qu'est-ce que c'est ?
  - 4.4.3. Que doit contenir un bon *Briefing*?
  - 4.4.4. Conseils pour préparer un *Briefing*
- 4.5. Recherche pour le projet
  - 4.5.1. Recherche de base
  - 4.5.2. Participation au projet
  - 4.5.3. Étude du public cible ou *Target*
  - 4.5.4. Outils pour l'étude du *Target*

- 4.6. L'environnement concurrentiel
  - 4.6.1. En ce qui concerne le marché
  - 4.6.2. Analyse de la concurrence
  - 4.6.3. Proposition de valeur
- 4.7. Étude de faisabilité
  - 4.7.1. Viabilité sociale Analyse SWOT
  - 4.7.2. Viabilité technique
  - 4.7.3. Route économique
- 4.8. Solutions possibles pour le *Briefing*
  - 4.8.1. L'émotivité dans les processus créatifs
  - 4.8.2. Divergence, transformation et convergence
  - 4.8.3. Remue-méninges, *Brainstorming*
  - 4.8.4. Comparaison des idées
- 4.9. Fixation des objectifs
  - 4.9.1. Objectif général
  - 4.9.2. Objectifs spécifiques
  - 4.9.3. Objectifs techniques
  - 4.9.4. Objectifs esthétiques et communicationnels
  - 4.9.5. Objectifs du marché
- 4.10. Développement d'idées
  - 4.10.1. Le feedback de la phase de Idéation
  - 4.10.2. Croquis
  - 4.10.3. Présentation des idées
  - 4.10.4. Méthodes de suivi et d'évaluation critique


## Module 5. Design graphique

- 5.1. Introduction au Graphisme
  - 5.1.1. Qu'est-ce que le Graphisme ?
  - 5.1.2. Fonctions du Graphisme
  - 5.1.3. Domaines d'action en matière de Graphisme
  - 5.1.4. La valeur du graphisme

- 5.2. Le graphisme en tant qu'activité professionnelle
  - 5.2.1. L'influence de la technologie sur le développement de la profession
  - 5.2.2. Quel est le rôle du graphiste ?
  - 5.2.3. Domaines professionnels
  - 5.2.4. Le designer en tant que citoyen
- 5.3. Éléments de base
  - 5.3.1. Le point
  - 5.3.2. La ligne
  - 5.3.3. La forme
  - 5.3.4. Texture
  - 5.3.5. L'espace
- 5.4. Éléments formels
  - 5.4.1. Contraste
  - 5.4.2. Équilibre
  - 5.4.3. Proportion
  - 5.4.4. Le rythme
  - 5.4.5. Harmonie
  - 5.4.6. Le mouvement
  - 5.4.7. L'unité
- 5.5. Références dans le design graphique des 20e et 21e siècles
  - 5.5.1. Les graphistes qui ont marqué l'histoire
  - 5.5.2. Les designers les plus influents
  - 5.5.3. Les graphistes aujourd'hui
  - 5.5.4. Références visuelles
- 5.6. Signalisation
  - 5.6.1. L'affiche publicitaire
  - 5.6.2. Fonctions
  - 5.6.3. Affiches du 19e siècle
  - 5.6.4. Références visuelles
- 5.7. Style graphique
  - 5.7.1. Langue iconique et culture de masse
  - 5.7.2. Le graphisme et sa relation avec l'art
  - 5.7.3. Le style graphique
  - 5.7.4. Le design n'est pas une profession, c'est un style de vie





- 
- A close-up photograph of several camera lenses, showing their intricate details and textures. The lenses are arranged in a row, with the foreground lens being the most prominent. The lighting is warm and focused, highlighting the metallic and plastic surfaces of the lenses.
- 5.8. De la rue à l'agence
    - 5.8.1. Le design comme ultime avant-garde
    - 5.8.2. Art urbain ou *Street Art*
    - 5.8.3. L'art urbain appliqué à la publicité
    - 5.8.4. Art urbain et image de marque
  - 5.9. Outils numériques les plus utilisés
    - 5.9.1. Adobe Lightroom
    - 5.9.2. Adobe Photoshop
    - 5.9.3. Adobe Illustrator
    - 5.9.4. Adobe InDesign
    - 5.9.5. Corel Draw
  - 5.10. Initiation au projet de design
    - 5.10.1. Le *Briefing*
    - 5.10.2. Définition
    - 5.10.3. Justification
    - 5.10.4. Implication
    - 5.10.5. Objectifs
    - 5.10.6. Méthodologie

## Module 6. Éthique, législation et déontologie

- 6.1. Éthique, moralité, droit et déontologie professionnelle
  - 6.1.1. Questions éthiques de base Quelques dilemmes moraux
  - 6.1.2. Analyse conceptuelle et origine étymologique
  - 6.1.3. Différences entre la moralité et l'éthique
  - 6.1.4. Le lien entre l'éthique, la morale, le droit et la déontologie
- 6.2. Propriété intellectuelle
  - 6.2.1. Qu'est-ce que la propriété intellectuelle ?
  - 6.2.2. Types de propriété intellectuelle
  - 6.2.3. Plagiat et violation des droits d'auteur
  - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Aspects pratiques de l'éthique actuelle
  - 6.3.1. Utilitarisme, conséquentialisme et déontologie
  - 6.3.2. Agir de manière cohérente par rapport à agir par principe
  - 6.3.3. Agir de manière cohérente par rapport à agir par principe

- 6.4. Législation et moralité
  - 6.4.1. Concept de législation
  - 6.4.2. Concept de moralité
  - 6.4.3. Lien entre le droit et la moralité
  - 6.4.4. Du juste à l'injuste sur la base d'un raisonnement logique
- 6.5. Conduite professionnelle
  - 6.5.1. Traiter avec le client
  - 6.5.2. L'importance de convenir des termes et conditions
  - 6.5.3. Les clients n'achètent pas le design
  - 6.5.4. Conduite professionnelle
- 6.6. Responsabilités envers les autres concepteurs
  - 6.6.1. Compétitivité
  - 6.6.2. Prestige de la profession
  - 6.6.3. Impact sur les autres professions
  - 6.6.4. La relation avec les autres collègues de la profession Critique
- 6.7. Responsabilités sociales
  - 6.7.1. Le design inclusif et son importance
  - 6.7.2. Caractéristiques à prendre en compte
  - 6.7.3. Un changement d'état d'esprit
  - 6.7.4. Exemples et références
- 6.8. Responsabilités envers l'environnement
  - 6.8.1. Ecodesign Pourquoi est-ce si important ?
  - 6.8.2. Caractéristiques de la conception durable
  - 6.8.3. Implications environnementales
  - 6.8.4. Exemples et références
- 6.9. Conflits éthiques et prise de décision pratique
  - 6.9.1. Conduite et pratiques responsables sur le lieu de travail
  - 6.9.2. Les bonnes pratiques du designer numérique
  - 6.9.3. Comment résoudre les conflits d'intérêts
  - 6.9.4. Comment traiter les cadeaux ?

- 6.10. Des connaissances libres : Licencias Creative Commons
  - 6.10.1. Qu'est-ce que c'est ?
  - 6.10.2. Types de licence
  - 6.10.3. Symbologie
  - 6.10.4. Utilisations spécifiques

## Module 7. Image de l'entreprise

- 7.1. L'importance de l'image dans les entreprises
  - 7.1.1. Qu'est-ce que l'image de marque ?
  - 7.1.2. Différences entre l'identité d'entreprise et l'image d'entreprise
  - 7.1.3. Où l'image de l'entreprise peut-elle se manifester ?
  - 7.1.4. Situations de changement d'image de l'entreprise Pourquoi obtenir une bonne image d'entreprise ?
- 7.2. Techniques de recherche sur l'image de l'entreprise
  - 7.2.1. Introduction
  - 7.2.2. L'étude de l'image de l'entreprise
  - 7.2.3. Techniques de recherche de l'image de l'entreprise
  - 7.2.4. Techniques qualitatives d'étude des images
  - 7.2.5. Types de techniques quantitatives
- 7.3. Audit et stratégie d'image
  - 7.3.1. Qu'est-ce que l'audit d'image ?
  - 7.3.2. Directives
  - 7.3.3. Méthodologie de l'audit
  - 7.3.4. Planification stratégique
- 7.4. Culture d'entreprise
  - 7.4.1. Qu'est-ce que la culture d'entreprise ?
  - 7.4.2. Facteurs impliqués dans la culture d'entreprise
  - 7.4.3. Fonctions de la culture d'entreprise
  - 7.4.4. Fonctions de la culture d'entreprise
- 7.5. Responsabilité sociale des entreprises et réputation des entreprises
  - 7.5.1. RSE : concept et application en entreprise
  - 7.5.2. Lignes directrices pour l'intégration de la RSE dans les entreprises
  - 7.5.3. Communication de la RSE
  - 7.5.4. Réputation de l'entreprise

- 7.6. Identité visuelle de l'entreprise et le *Naming*
    - 7.6.1. Stratégies d'identité visuelle d'entreprise
    - 7.6.2. Éléments de base
    - 7.6.3. Principes de base
    - 7.6.4. Principes de base
    - 7.6.5. Le Naming
  - 7.7. Image de marque et positionnement
    - 7.7.1. L'origine des marques
    - 7.7.2. Qu'est-ce qu'une marque ?
    - 7.7.3. La nécessité de construire une marque
    - 7.7.4. Image de marque et positionnement
    - 7.7.5. La valeur des marques
  - 7.8. Gestion de l'image par la communication de crise
    - 7.8.1. Plan de communication stratégique
    - 7.8.2. Quand tout va mal : la communication de crise
    - 7.8.3. Cas
  - 7.9. L'influence des promotions sur l'image de l'entreprise
    - 7.9.1. Le nouveau paysage du secteur de la publicité
    - 7.9.2. Marketing promotionnel
    - 7.9.3. Caractéristiques
    - 7.9.4. Dangers
    - 7.9.5. Types et techniques de promotion
  - 7.10. La distribution et l'image du point de vente
    - 7.10.1. Les principaux acteurs de la distribution commerciale
    - 7.10.2. L'image des entreprises de distribution commerciale à travers le positionnement
    - 7.10.3. Par leur nom et leur logo
- 
- Module 8. Typographie**
- 8.1. Introduction à la typographie
    - 8.1.1. Qu'est-ce que la typographie ?
    - 8.1.2. Le rôle de la typographie dans le design graphique
    - 8.1.3. Séquence, contraste, forme et contre-forme
    - 8.1.4. Relations et différences entre la typographie, calligraphie et le *Lettering*
  - 8.2. Les origines multiples de l'écriture
    - 8.2.1. Écriture idéographique
    - 8.2.2. L'alphabet phénicien
    - 8.2.3. L'alphabet romain
    - 8.2.4. La Réforme carolingienne
    - 8.2.5. L'alphabet latin moderne
  - 8.3. Les débuts de la typographie
    - 8.3.1. La presse à imprimer, une nouvelle ère Premiers typographes
    - 8.3.2. La révolution industrielle : la lithographie
    - 8.3.3. Modernisme : les débuts de la typographie commerciale
    - 8.3.4. L'avant-garde
    - 8.3.5. La période de l'entre-deux-guerres
  - 8.4. Le rôle des écoles de design dans la typographie
    - 8.4.1. La Bauhaus
    - 8.4.2. Herbert Bayer
    - 8.4.3. Psychologie de la Gestalt
    - 8.4.4. L'École Suisse
  - 8.5. Typographie actuelle
    - 8.5.1. 1960-1970, les précurseurs de la révolte
    - 8.5.2. Postmodernité, déconstructivisme et technologie
    - 8.5.3. Où va la typographie ?
    - 8.5.4. Des polices de caractères qui suivent les tendances
  - 8.6. Forme typographique I
    - 8.6.1. Anatomie de la Lettre
    - 8.6.2. Mesures et attributs du type
    - 8.6.3. Familles de caractères
    - 8.6.4. Hautes, basses et petites capitalisations
    - 8.6.5. Différence entre typographie, police et famille de caractères
    - 8.6.6. Filets, lignes et éléments géométriques
  - 8.7. Forme typographique II
    - 8.7.1. La combinaison typographique
    - 8.7.2. Formats de police (*PostScript-TrueType-OpenType*)
    - 8.7.3. Licences typographiques
    - 8.7.4. Qui doit acheter la licence, le client ou le designer ?

- 8.8. Mise en page Composition des textes
    - 8.8.1. Espacement des lettres *Tracking* et *Kerning*
    - 8.8.2. L'espacement entre les mots Le Quadratin
    - 8.8.3. Espacement des lignes
    - 8.8.4. Le corps de la lettre
    - 8.8.5. Attributs du texte
  - 8.9. Le dessin des lettres
    - 8.9.1. Le processus créatif
    - 8.9.2. Matériaux traditionnels et numériques
    - 8.9.3. L'utilisation de la tablette graphique et de l'ipad
    - 8.9.4. Typographie numérique : contours et bitmaps
  - 8.10. Affiches typographiques
    - 8.10.1. La calligraphie comme base pour le dessin de lettres
    - 8.10.2. Comment créer une composition typographique qui fait de l'effet ?
    - 8.10.3. Références visuelles
    - 8.10.4. La phase d'esquisse
    - 8.10.5. Projet
- Module 9. Mise en page**
- 9.1. Définition et contextualisation
    - 9.1.1. Relation entre la conception éditoriale et la mise en page
    - 9.1.2. Développements dans le processus de mise en page. L'avenir
    - 9.1.3. Facteurs de conception : proportion, couleur, tension, équilibre et mouvement
    - 9.1.4. L'importance de l'espace blanc
  - 9.2. Conception éditoriale de magazines
    - 9.2.1. Les magazines, le summum de la beauté
    - 9.2.2. Types de conceptions de magazines Références
    - 9.2.3. Les magazines numériques et leur importance aujourd'hui
    - 9.2.4. Éléments de publication
  - 9.3. Conception éditoriale de journaux
    - 9.3.1. Les journaux, entre information et beauté graphique
    - 9.3.2. Comment se différencier dans l'information généraliste
    - 9.3.3. Formats de journaux
    - 9.3.4. Tendances éditoriales Références
  - 9.4. Introduire la publicité dans le processus de mise en page
    - 9.4.1. Qu'est-ce que la publicité ? Types
    - 9.4.2. Avantages et inconvénients de l'introduction de la publicité dans une mise en page
    - 9.4.3. Comment introduire la publicité dans la presse écrite ?
    - 9.4.4. Comment introduire la publicité dans les médias numériques ?
  - 9.5. Le choix de la typographie
    - 9.5.1. Caractères éditoriaux
    - 9.5.2. L'importance de la taille
    - 9.5.3. La typographie dans les médias imprimés
    - 9.5.4. La typographie dans les médias numériques
  - 9.6. Orthotypographie
    - 9.6.1. Qu'est-ce que l'orthotypographie ?
    - 9.6.2. Microtypographie et macrotypographie
    - 9.6.3. Importance de l'orthotypographie
    - 9.6.4. Fautes d'orthographe dans l'orthotypographie
  - 9.7. Publier sur les réseaux sociaux ?
    - 9.7.1. La portée de la mise en page dans les réseaux sociaux
    - 9.7.2. El *Hashtag* et son importance
    - 9.7.3. La biographie Instagram
    - 9.7.4. *Grids* sur Instagram
  - 9.8. *Copywriting*
    - 9.8.1. Qu'est-ce que le *Copywriting*?
    - 9.8.2. Simplifiez le Copy Le premier impact est ce qui compte
    - 9.8.3. Applications de *Copywriting*
    - 9.8.4. Devenir un bon *Copywriter*
  - 9.9. Approfondir l'utilisation d'InDesign
    - 9.9.1. Ajouter du texte à un tracé
    - 9.9.2. Utilisation du panneau Caractère et du panneau Paragraphe
    - 9.9.3. Différences entre le texte souligné et les filets de paragraphe

- 9.9.4. Contrôle des lignées de veuves et d'orphelins
- 9.9.5. Orthotypographie : *voir* les caractères cachés
- 9.10. Projets de mise en page
  - 9.10.1. Réaliser un magazine dans InDesign
  - 9.10.2. Aspects à prendre en compte
  - 9.10.3. Références visuelles : Superbes mises en page sur Instagram
  - 9.10.4. Mise à jour d'Instagram avec une stratégie de mise en page

## Module 10. Art final

- 10.1. Mise à jour d'Instagram avec une introduction à la stratégie d'art final
  - 10.1.1. Qu'est-ce qu'une œuvre d'art finale ?
  - 10.1.2. Le début de l'art de la fin
  - 10.1.3. L'évolution de l'art final
  - 10.1.4. Outils de base
- 10.2. Éléments nécessaires à la réalisation d'une impression
  - 10.2.1. Soutien
  - 10.2.2. Matière à colorier
  - 10.2.3. La forme
  - 10.2.4. Les machines
- 10.3. Impression planographique
  - 10.3.1. Qu'est-ce que l'impression planographique ?
  - 10.3.2. Systèmes *Offset*
  - 10.3.3. Propriétés des systèmes d'impression *Offset*
  - 10.3.4. Avantages et inconvénients
- 10.4. Impression en creux
  - 10.4.1. Qu'est-ce que l'impression en creux ?
  - 10.4.2. Impression en héliogravure
  - 10.4.3. Propriétés des systèmes d'impression en héliogravure
  - 10.4.4. Finition
- 10.5. Impression en relief
  - 10.5.1. Qu'est-ce que l'impression en relief ?
  - 10.5.2. Clichés typographiques et clichés flexographiques
  - 10.5.3. Propriétés
  - 10.5.4. Finitions
- 10.6. Impression par perméographie
  - 10.6.1. Qu'est-ce que l'impression perméographique ?
  - 10.6.2. Sérigraphie
  - 10.6.3. Propriétés physico-chimiques des pochoirs de sérigraphie
  - 10.6.4. Avantages et inconvénients
- 10.7. Impression numérique
  - 10.7.1. Qu'est-ce que l'impression numérique ?
  - 10.7.2. Avantages et inconvénients
  - 10.7.3. Impression *offset* ou numérique ?
  - 10.7.4. Systèmes d'impression numérique
- 10.8. Étude approfondie des médias
  - 10.8.1. Supports papier
  - 10.8.2. Médias rigides
  - 10.8.3. Médias textiles
  - 10.8.4. Autre
- 10.9. Reliure
  - 10.9.1. Qu'est-ce que la reliure ?
  - 10.9.2. Reliure industrielle
  - 10.9.3. La tradition est toujours vivante
  - 10.9.4. Types de reliure
- 10.10. Préparation des arts finaux Considérations environnementales
  - 10.10.1. Le format PDF : Adobe Acrobat
  - 10.10.2. Le *Preflight*. Vérification de la couleur, de la typographie, des mesures, etc.
  - 10.10.3. Réfléchissez avant d'imprimer L'impact environnemental
  - 10.10.4. Médias imprimés durables

# 06

# Méthodologie

Cette formation vous propose 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 abandonne l'apprentissage linéaire conventionnel pour vous emmener à travers des systèmes d'enseignement cycliques : une façon d'apprendre qui s'est avérée très efficace, en particulier dans les matières qui nécessitent la mémorisation"*

## Étude de Cas pour contextualiser tout le contenu

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

“

*Avec TECH, vous pourrez faire l'expérience d'une méthode d'apprentissage qui révolutionne les fondements des universités traditionnelles du monde entier”*



*Vous aurez accès à un système d'apprentissage basé sur la répétition, avec un enseignement naturel et progressif tout au long du cursus.*



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

## Une méthode d'apprentissage innovante et différente

Ce programme TECH est une formation intensive, créée 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, une technique qui jette les bases de ce contenu, garantit le respect de 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 est le système d'apprentissage le plus largement utilisé dans les meilleures facultés du monde. Développée en 1912 à Harvard pour que les étudiants en Droit n'apprennent pas uniquement sur la base d'un contenu théorique, la méthode des cas consistait à leur présenter des situations réelles complexes pour que les apprenants s'entraînent à les résoudre et à prendre des décisions. Elle a été établie comme méthode d'enseignement standard à Harvard en 1924.

Face à une situation donnée, que doit faire un professionnel? C'est la question à laquelle nous vous confrontons dans la méthode des cas, une méthode d'apprentissage orientée vers l'action. Tout au long du programme, vous serez confronté 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 des 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 serez formé 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 efficace. 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 il se déroule en spirale (nous apprenons, désapprenons, oublions et réapprenons) Par conséquent, ils combinent chacun de ces éléments 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, le leadership, les sciences du sport, la philosophie, le droit, l'ingénierie, le journalisme, l'histoire ou les marchés et instruments financiers. 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 plus facilement et de manière plus productive tout en développant un esprit critique, en défendant des arguments et en contrastant des opinions : une équation directe vers le succès.*

D'après les 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 façon, et dans ce que l'on appelle Neurocognitive context-dependent elearning les différents éléments de notre programme sont liés au contexte dans lequel le participant développe sa pratique professionnelle.



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



#### Support d'étude

Tous les contenus didactiques sont créés par les spécialistes qui vont enseigner le cours, spécifiquement pour le cours, de sorte que le développement didactique est 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 des preuves scientifiques de l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" renforce les connaissances et la mémoire, et donne confiance dans les futures décisions difficiles.



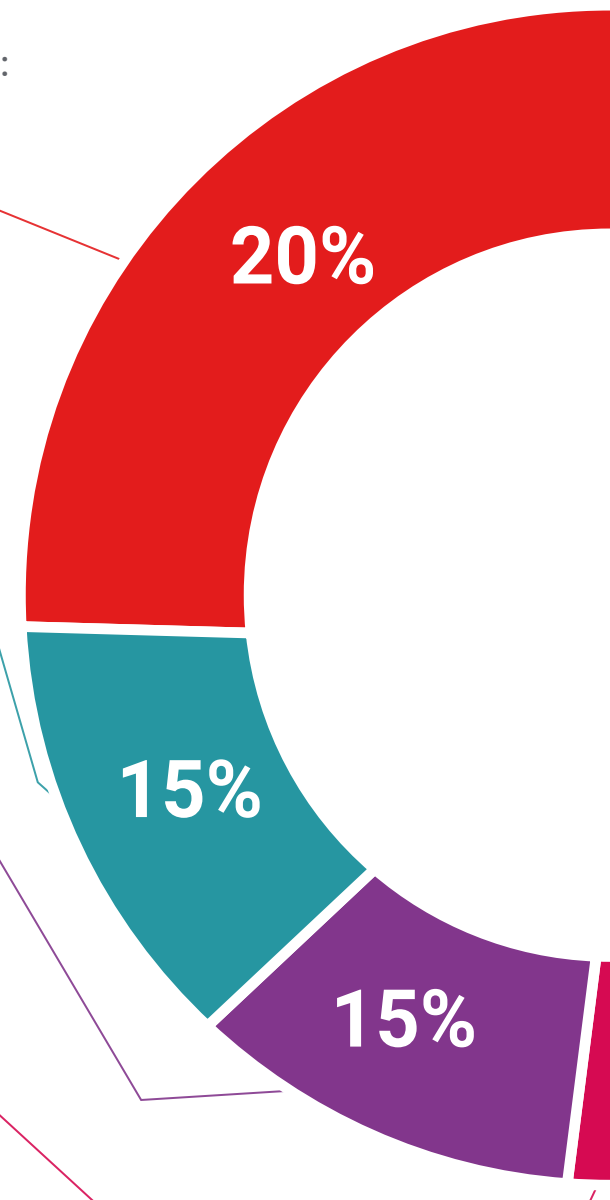
#### Pratique des aptitudes et des compétences

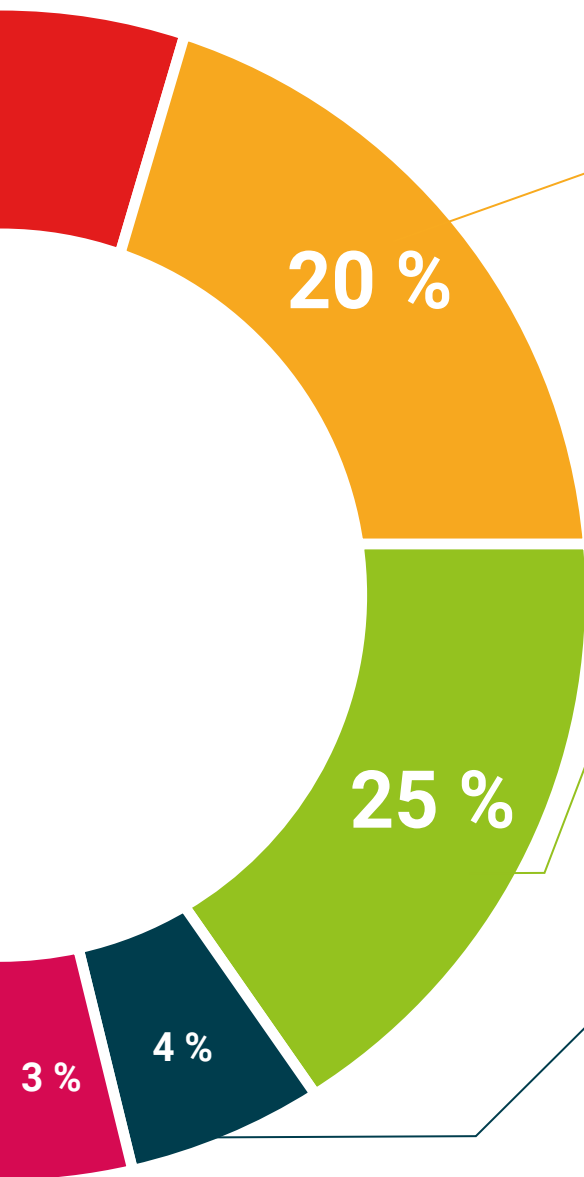
Ils réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et les capacités qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle nous vivons.



#### Lectures complémentaires

Articles récents, documents de consensus et guides internationaux, 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

Nous présentons les contenus de manière attrayante et dynamique dans des dossiers multimédias comprenant des fichiers audios, des vidéos, des images, des diagrammes et des cartes conceptuelles afin de consolider 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.



# 06 Diplôme

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



“

*Finalisez cette formation avec succès et recevez votre diplôme universitaire sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives"*



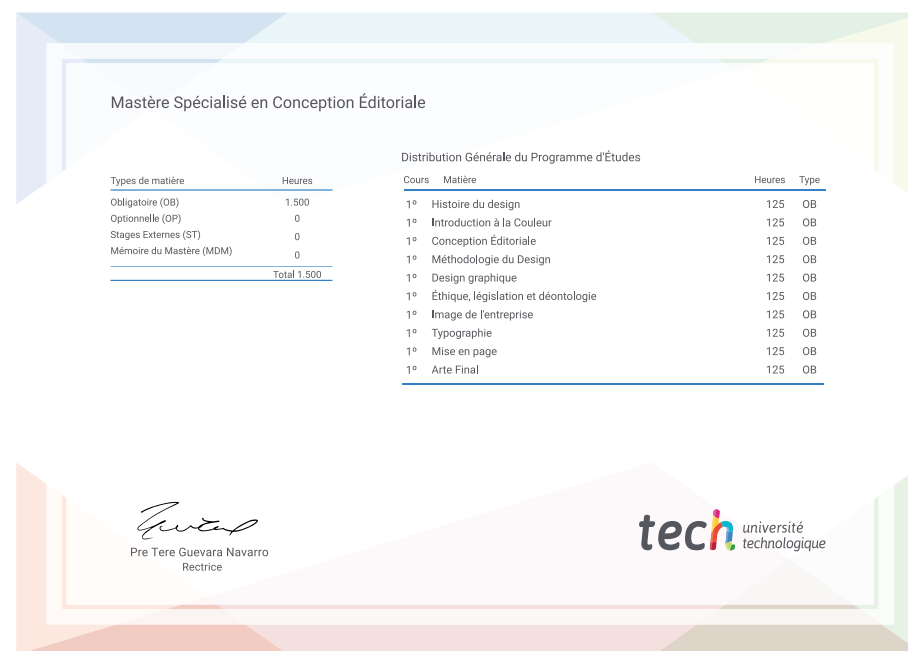
Ce **Mastère Spécialisé en Conception Éditoriale** contient le programme éducatif le plus complet et le plus actualisé du marché.

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

Le diplôme délivré par **TECH Université Technologique** exprimera la qualification obtenue dans le cadre du Mastère Spécialisé, et répondra aux exigences communément demandées par les bourses d'emploi, les concours et les comités d'évaluation de la carrière professionnelle.

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Conception Éditoriale**

N.° d'Heures Officielles: **1.500 h.**



\*Apostille de La Haye. Si l'étudiant souhaite que son diplôme version papier celui-ci doit posséder l'Apostille de La Haye, TECH EDUCATION fera les démarches nécessaires pour son obtention moyennant un coût supplémentaire.





## Mastère Spécialisé Conception Éditoriale

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

# Mastère Spécialisé Conception Éditoriale

