

Master Privato

Design Grafico





tech *universidad
tecnológica*

Master Privato Design Grafico

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnologica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/design/master/master-design-grafico

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 14

04

Struttura e contenuti

pag. 18

05

Metodologia

pag. 32

06

Titolo

pag. 40

01

Presentazione

Il design grafico richiede al professionista un costante aggiornamento. L'offerta permanente di nuove tecnologie, software o applicazioni determina non solo il modo di procedere, ma anche le nuove aspettative nella creazione di prodotti grafici, così come nell'utilizzo degli aspetti tecnici e di sviluppo. In questo programma esaustivo abbiamo raccolto tutte le conoscenze necessarie affinché tu possa essere all'avanguardia in questa professione. Un percorso di studi che ti aiuterà a sviluppare progetti di Design Grafico competitivi e di qualità.



“

Una specializzazione completa che ti fornirà le conoscenze più avanzate nel campo del Design Grafico mediante l'insegnamento dei nuovi strumenti e delle tendenze estetiche dell'attuale panorama professionale"

Il professionista del Design Grafico deve conoscere i fenomeni in costante evoluzione della comunicazione grafica. L'influenza di alcuni media sugli altri, le diverse combinazioni di media e i nuovi prodotti grafici che incorporano tecniche e approcci diversi da altre aree della comunicazione sono conoscenze che apriranno nuove linee di pensiero e di lavoro.

In questo senso, avere conoscenze su tutti i possibili aspetti del lavoro apre una finestra sull'esplorazione di opportunità e strade molto interessanti.

Pertanto, questa qualifica affronterà gli aspetti necessari a un designer per pianificare, sviluppare e completare qualsiasi progetto grafico. Un percorso che accrescerà le competenze dello studente per aiutarlo a raggiungere la posizione di un professionista di alto livello.

Il Design Grafico è una buona opzione per un professionista che decide di lavorare sia come freelance, sia in un'organizzazione o un'azienda. Un interessante percorso di sviluppo professionale arricchito dalle conoscenze specifiche messe a disposizione da questa specializzazione.

Questo **Master Privato in Design Grafico** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama universitario. Le caratteristiche principali del corso sono:

- ◆ Sviluppo di un gran numero di casi di studio presentati da esperti
- ◆ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici
- ◆ Novità e progressi in questo settore
- ◆ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ◆ Metodologie innovative e altamente efficienti
- ◆ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ◆ Sarai in grado di accedere ai contenuti da qualsiasi dispositivo, fisso o mobile, con connessione a internet



Un Master Privato che non solo ti insegnerà a usare gli strumenti del Design Grafico, ma ti permetterà anche di sviluppare il criterio necessario a prendere le migliori decisioni creative nel tuo lavoro”

“

Tutti gli ultimi progressi nell'area del Design Grafico concentrati in un Master Privato efficace, che ottimizzerà i tuoi sforzi per ottenere i migliori risultati"

Lo sviluppo di questo programma si concentra sulla pratica delle lezioni teoriche proposte. Attraverso sistemi di insegnamento efficaci e metodi collaudati importati dalle più prestigiose Università del mondo potrai acquisire nuove conoscenze in modo eminentemente pratico. Il nostro impegno è quello di trasformare i tuoi sforzi in competenze reali e immediate.

Il sistema online è un altro punto di forza del nostro approccio. Ti offriamo gli strumenti digitali più interattivi tramite una piattaforma interattiva che sfrutta gli ultimi sviluppi tecnologici. Possiamo così offrirti una modalità di apprendimento che si adatta totalmente alle tue esigenze, per consentirti di combinare perfettamente questa qualifica con la tua vita personale o professionale.

Tutte le aree necessarie per la creazione di pezzi grafici perfetti saranno sviluppate in modo chiaro e preciso, affinché lo studente sia in grado di assimilarle rapidamente e in modo permanente.

Questo programma permetterà di potenziare le capacità e aggiornare le conoscenze in Design Grafico.



02 Obiettivi

L'obiettivo di questo Master in Design Grafico è quello di offrire ai professionisti una qualifica esaustiva per acquisire conoscenze e competenze professionali aggiornate in questo settore, grazie a una forma di apprendimento basata sulla pratica. Inoltre, questo programma permetterà loro di completare la specializzazione con le conoscenze necessarie per svolgere il proprio lavoro con totale sicurezza e competenza.





“

Il nostro obiettivo è semplice: aiutarti a ottenere l'aggiornamento più completo nell'area del Design Grafico mediante un programma pienamente compatibile con i tuoi impegni lavorativi e personali”



Obiettivi generali

- ◆ Sviluppare un progetto completo di Design Grafico
- ◆ Determinare i materiali appropriati per il suo sviluppo
- ◆ Definire le tecniche ideali per ogni situazione di comunicazione grafica
- ◆ Realizzare l'intero processo di creazione dei pezzi, adattandoli a diversi formati

“

Un'opportunità creata per i professionisti che cercano un programma intensivo ed efficace, che consenta loro di compiere un significativo passo avanti nell'esercizio della propria professione”





Obiettivi specifici

Modulo 1. Storia del Design

- ◆ Avere una conoscenza di base delle Scienze Umane e Sociali per essere in grado di pianificare la ricerca futura, a seconda delle esigenze di ogni progetto di design
- ◆ Comprendere criticamente la storia delle pratiche artistiche e del design contemporaneo, le argomentazioni e i presupposti teorici che le sostengono, nonché le strategie e i meccanismi che utilizzano per adattarsi alle nuove problematiche e sfide del design digitale
- ◆ Comprendere lo sviluppo del design nel corso della storia come integrazione di varie discipline: Arte, Cultura Contemporanea, Filosofia, Sociologia, Storia dei Media nel Design Digitale, Linguistica-Semiotica
- ◆ Sviluppare uno spirito valutativo e critico per acquisire la capacità di analisi e sintesi nella pratica e nell'esecuzione delle funzioni di un designer
- ◆ Fungere da mediatori tra tecnologia e arte, idee e obiettivi, cultura e design
- ◆ Comprendere il rapporto tra patrimonio e design e capire che è una caratteristica della cultura contemporanea

Modulo 2. Introduzione al colore

- ◆ Comprendere l'importanza del colore nell'ambiente visivo
- ◆ Acquisire la capacità di osservare, organizzare, discriminare e gestire il colore
- ◆ Applicare le basi psicologiche e semiotiche del colore nel design
- ◆ Definire, manipolare e preparare il colore per l'uso nei media fisici e virtuali
- ◆ Acquisire la capacità di formulare giudizi indipendenti per mezzo di argomentazioni
- ◆ Sapersi documentare, analizzando e interpretando le fonti documentarie e letterarie con criteri propri

Modulo 3. Introduzione alla forma

- ◆ Comprendere la natura dell'immagine in movimento e della grafica, nonché i principi di base della composizione e della struttura che articolano l'immagine, la grafica e il suono nel tempo
- ◆ Applicare trasformazioni ed effetti spazio-temporali con intenzioni narrative per progettare e realizzare comunicazioni visive con uno scopo chiaro e specifico
- ◆ Sviluppare le competenze spaziali, analizzando le forme costruite nell'ambiente
- ◆ Comprendere l'importanza della forma nello sviluppo di procedure più complesse
- ◆ Identificare visivamente i tipi di forme e crearne di nuove a partire da queste
- ◆ Comprendere e analizzare la componente emotiva che viene attribuita a certe forme

Modulo 4. Design editoriale

- ◆ Conoscere i fondamenti della progettazione editoriale nel contesto cartaceo e digitale, nonché le sue interrelazioni con altri settori
- ◆ Comprendere l'ambito e l'importanza del designer nel settore editoriale
- ◆ Conoscere la terminologia, le tecniche e i linguaggi specifici applicati ai processi di progettazione: sistemi di pre stampa e stampa, tecniche e supporti digitali e multimediali
- ◆ Progettare pubblicazioni editoriali tenendo conto dell'insieme grafico e dei suoi elementi
- ◆ Acquisire, manipolare e preparare testi e immagini per l'uso in diversi media
- ◆ Ideare comunicazioni visive accattivanti e conformi agli standard grafici attuali
- ◆ Iniziare a usare Adobe InDesign e imparare a conoscere gli elementi disponibili nel programma per progettare idee grafiche proprie

Modulo 5. Metodologia del design

- ◆ Conoscere i processi di base della metodologia scientifica nella storia del design: enunciazione della questione, analisi integrale del lavoro di progettazione, riconsiderazione dei problemi, ricerca di informazioni inedite, formulazione di ipotesi, processi critici di sintesi, formulazione ordinata di conclusioni
- ◆ Comprendere il funzionamento dell'innovazione come motore del design
- ◆ Identificare i problemi legati alla progettazione, raccogliere e analizzare le informazioni necessarie per valutare e fornire soluzioni secondo criteri di efficienza: funzionale, ambientale, strutturale, costruttiva ed espressiva nel campo della professione
- ◆ Giustificare con un'argomentazione coerente e critica lo sviluppo di un progetto di design
- ◆ Conoscere a fondo le dinamiche del design management, che consente di applicare le conoscenze di marketing e di economia aziendale ai progetti di design
- ◆ Comprendere la pratica del design come metodo di ricerca in sé basato sulla creatività

Modulo 6. Design Grafico

- ◆ Conoscere i fondamenti del Design Grafico, nonché le sue interrelazioni con altri settori: Grafica pubblicitaria; design editoriale; corporate identity design; web design; packaging design; design tipografico, poster, segnaletica; multimedia design; new media design, ecc.
- ◆ Conoscere le basi, le funzioni e il valore del Design Grafico
- ◆ Analizzare il profilo di un designer grafico nella storia e nel mondo di oggi
- ◆ Comprendere gli elementi formali e di base del Design Grafico
- ◆ Imparare quali sono gli strumenti digitali più utilizzati nel campo del Design Grafico
- ◆ Conoscere e applicare gli elementi di base dell'organizzazione e della gestione di un progetto

Modulo 7. Immagine aziendale

- ◆ Comprendere i concetti fondamentali che fanno parte della politica di comunicazione di un'organizzazione: la sua identità, la sua cultura, il modo in cui comunica, la sua immagine, il suo marchio, la sua reputazione e la sua responsabilità sociale
- ◆ Capire quali sono le aree strategiche che deve gestire un graphic manager nel processo comunicativo dell'identità grafica e visiva dei brand
- ◆ Conoscere gli strumenti e le strategie teoriche e pratiche che facilitano la gestione della comunicazione aziendale e istituzionale in organizzazioni di ogni tipo
- ◆ Saper selezionare correttamente un metodo di organizzazione delle informazioni e della comunicazione per il buon uso di un marchio
- ◆ Ricercare e identificare gli elementi più significativi dell'azienda-cliente, nonché le sue esigenze per la creazione di strategie e messaggi di comunicazione
- ◆ Sviluppare un sistema regolamentato di standard grafici basati su elementi di identità visiva/branding

Modulo 8. Creazione del portfolio

- ◆ Creare narrazioni audiovisive applicando correttamente i criteri di usabilità e interattività
- ◆ Identificare la figura del designer nel mercato del lavoro
- ◆ Conoscere tecniche, metodi, strumenti e network per promuovere il lavoro personale
- ◆ Comprendere il protocollo etico da seguire nella pratica professionale
- ◆ Essere in grado di identificare i punti di forza e di debolezza in se stessi
- ◆ Saper valutare economicamente il proprio lavoro



Modulo 9. Etica, legislazione e deontologia professionale

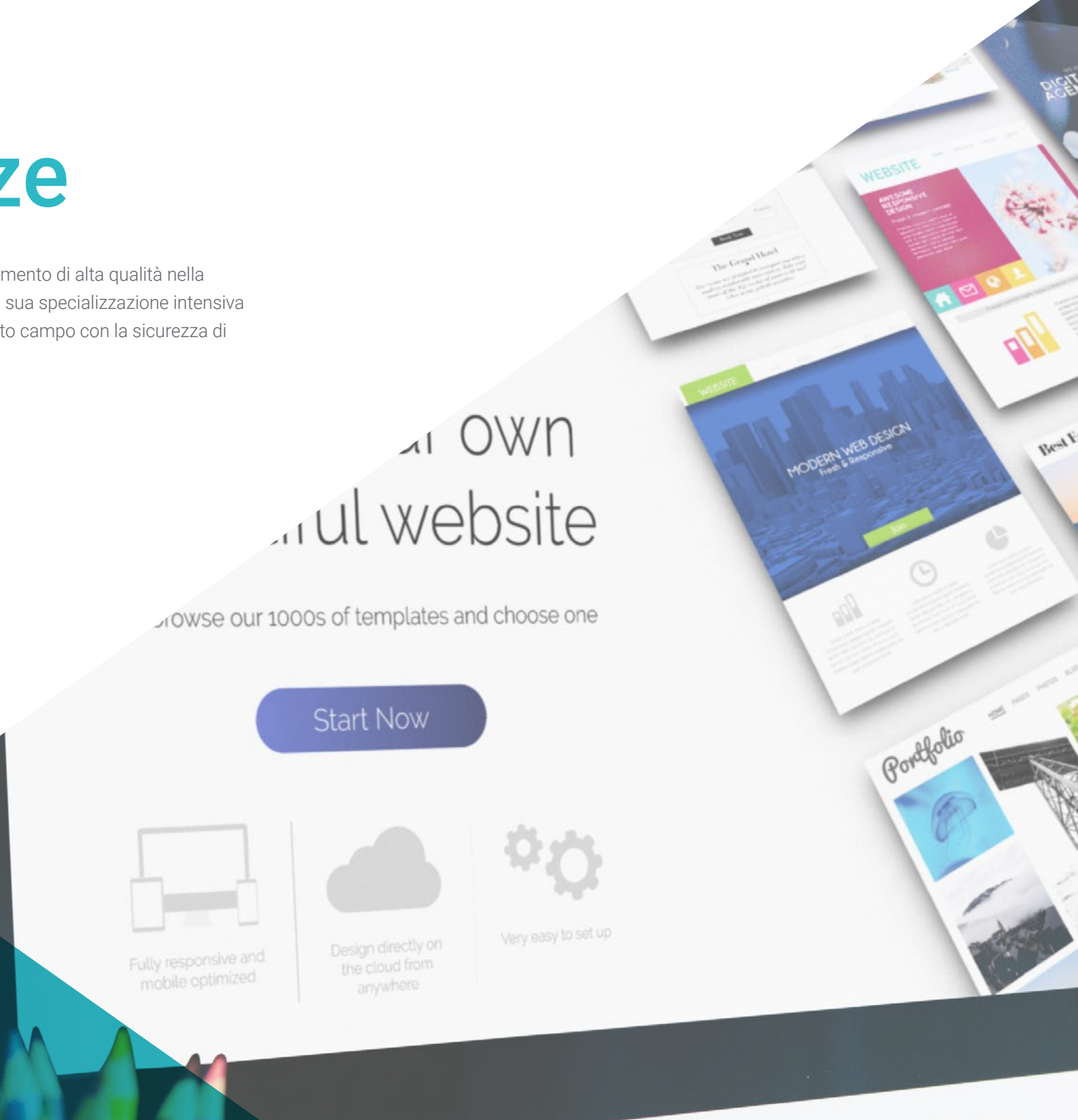
- ◆ Saper ottenere e interpretare dati rilevanti per emettere giudizi che comprendano una riflessione su temi di riferimento di natura etica, ambientale e sociale
- ◆ Condurre la pratica professionale in modo etico, nel rispetto della legge e dei diritti universali
- ◆ Sviluppare le capacità di apprendimento necessarie per intraprendere ulteriori studi con un alto grado di autonomia.
- ◆ Comprendere il rapporto professionale tra progettista e cliente
- ◆ Acquisire competenze che dimostrino la capacità di risolvere i problemi attraverso l'argomentazione e la critica costruttiva
- ◆ Sviluppare la capacità di decidere in anticipo cosa deve essere fatto, chi deve farlo e come deve essere fatto

Modulo 10. Tipografia

- ◆ Conoscere i principi sintattici del linguaggio grafico e applicarne le regole per descrivere oggetti e idee in modo chiaro e accurato
- ◆ Conoscere l'origine delle lettere e la loro importanza storica
- ◆ Riconoscere, studiare e applicare coerentemente la tipografia ai processi grafici
- ◆ Conoscere e applicare i fondamenti estetici della tipografia
- ◆ Saper analizzare la disposizione dei testi nell'oggetto di design
- ◆ Essere in grado di realizzare un lavoro professionale basato sulla composizione tipografica

03 Competenze

Questo programma è stato ideato per essere uno strumento di alta qualità nella preparazione del professionista del Design Grafico. La sua specializzazione intensiva ti permetterà di lavorare in tutte le aree relative a questo campo con la sicurezza di un esperto.



Build your own
beautiful website

Browse our 1000s of templates and choose one

Start Now



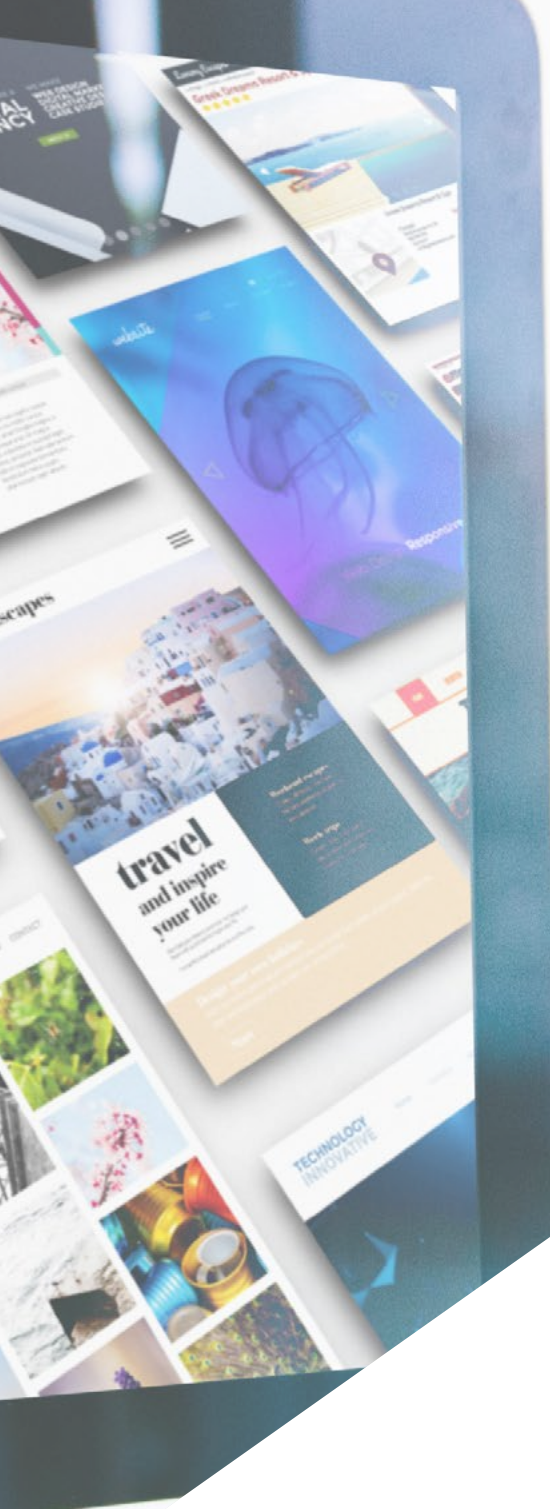
Fully responsive and
mobile optimized



Design directly on
the cloud from
anywhere



Very easy to set up



“

Impara a creare prodotti grafici di alta qualità, includendo nei tuoi progetti i criteri più all'avanguardia in termini di raggiungimento degli obiettivi proposti"



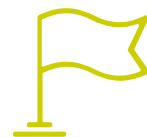
Competenze generali

- ◆ Creare progetti grafici completi in qualsiasi contesto comunicativo
- ◆ Analizzare l'adeguatezza dei diversi approcci
- ◆ Riuscire ad ottenere un impatto efficace sul pubblico di riferimento
- ◆ Controllare i processi produttivi interni ed esterni dei pezzi prodotti

“

*Iscriviti al miglior programma
privato di Master in Design
Grafico del panorama odierno”*





Competenze specifiche

- ◆ Descrivere i diversi momenti storici del Design Grafico
- ◆ Gestione dei colori nella loro applicazione grafica
- ◆ Conoscere l'uso della forma nel Design Grafico
- ◆ Lavorare nel Design editoriale
- ◆ Conoscere la metodologia utilizzata nel Design Grafico
- ◆ Sviluppare un'immagine aziendale
- ◆ Creare un portfolio
- ◆ Conoscenza dell'etica professionale e del codice deontologico
- ◆ Usare in modo efficace i diversi font

04

Struttura e contenuti

Il programma di questo corso ti condurrà, dalle basi fino alla specializzazione, attraverso il processo di ideazione, sviluppo e completamento di un progetto di Design Grafico. Il tutto grazie agli approcci più aggiornati e allo studio delle tendenze attuali e delle esigenze estetiche del settore.



“

Tutti gli aspetti che il designer grafico deve conoscere per l'esercizio completo e proficuo della sua professione, riuniti per te in un programma ampio ed efficace che eleverà la tua capacità lavorativa ai massimi livelli"

Modulo 1. Storia del Design

- 1.1. A cosa serve conoscere la storia?
 - 1.1.1. Valorizzare la storia
 - 1.1.2. Anticipare il futuro
 - 1.1.3. Il passato ci rende liberi
 - 1.1.4. Conclusioni
- 1.2. Considerare la "Storia del Design" come disciplina
 - 1.2.1. Come scriviamo la storia della storia?
 - 1.2.2. Contesto da prendere in esame
 - 1.2.3. Lo sviluppo della disciplina: Anni 70, 80 e 90
 - 1.2.4. L'oggetto di studio della storia del Design
 - 1.2.5. Tendenze e linee di ricerca
- 1.3. Rivoluzione industriale e altre correnti
 - 1.3.1. Conseguenze della Rivoluzione industriale sul design
 - 1.3.2. L'influenza orientale
 - 1.3.3. *Arts and Crafts*. William Morris
 - 1.3.4. Estetismo
 - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4. Panorama storico I
 - 1.4.1. Secessione viennese
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. Il Costruttivismo russo
 - 1.4.4. Il movimento De Stijl e il Neoplasticismo
- 1.5. Bauhaus
 - 1.5.1. Che cos'è la Bauhaus?
 - 1.5.2. Prima fase
 - 1.5.3. Seconda fase
 - 1.5.4. Terza fase
 - 1.5.5. Principi di base
 - 1.5.6. Influenze
- 1.6. Panorama storico II
 - 1.6.1. Art Decò
 - 1.6.2. Lo stile internazionale
 - 1.6.3. Design nella post-guerra
 - 1.6.4. La Scuola di Ulm
 - 1.6.5. La Scuola svizzera
- 1.7. La parte funzionale e il funzionalista
 - 1.7.1. Lo sguardo funzionalista
 - 1.7.2. Il bello e il pratico
 - 1.7.3. Le analogie del funzionalismo
 - 1.7.4. Il funzionalismo come stile
- 1.8. Panorama storico III
 - 1.8.1. La Scuola di New York
 - 1.8.2. Aerodinamicità americana
 - 1.8.3. Design scandinavo
 - 1.8.4. Design democratico
- 1.9. Altre tendenze
 - 1.9.1. Il Pop
 - 1.9.2. High-Tech
 - 1.9.3. Minimalismo
 - 1.9.4. Kitsch
- 1.10. L'era digitale
 - 1.10.1. La rivoluzione dell'informazione
 - 1.10.2. Il design assistito dal computer
 - 1.10.3. *Biodesign*, neo biomorfismo, design *eco-friendly*
 - 1.10.4. L'immagine digitale e le nuove tipografie

Modulo 2. Introduzione al colore

- 2.1. Il colore, principi e proprietà
 - 2.1.1. Introduzione al colore
 - 2.1.2. Luce e colore: la sinestesia cromatica
 - 2.1.3. Attributi del colore
 - 2.1.4. Pigmenti e coloranti
- 2.2. I colori del circolo cromatico
 - 2.2.1. Il circolo cromatico
 - 2.2.2. Colori freddi e caldi
 - 2.2.3. Colori primari e derivati
 - 2.2.4. Le relazioni cromatiche: armonia e contrasto
- 2.3. Psicologia del colore
 - 2.3.1. Costruzione del significato di un colore
 - 2.3.2. Il peso emotivo
 - 2.3.3. Valore denotativo e connotativo
 - 2.3.4. Marketing emotivo. Il peso del colore
- 2.4. Teoria del colore
 - 2.4.1. Una teoria scientifica. Isaac Newton
 - 2.4.2. La teoria dei colori di Goethe
 - 2.4.3. Congiungendo la teoria dei colori di Goethe
 - 2.4.4. La psicologia del colore secondo Eva Heller
- 2.5. Insistendo sulla classificazione dei colori
 - 2.5.1. Il doppio cono di Wilhelm Ostwald
 - 2.5.2. Il solido di Albert Munsell
 - 2.5.3. Il cubo di Alfred Hicethier
 - 2.5.4. Il triangolo CIE (Commissione Internazionale per l'Illuminazione)
- 2.6. Lo studio individuale dei colori
 - 2.6.1. Bianco e Nero
 - 2.6.2. Colori neutri. La scala del grigio
 - 2.6.3. Monocromo, bicromo, policromo
 - 2.6.4. Aspetti simbolici e psicologici dei colori
- 2.7. Modelli di colore
 - 2.7.1. Modello sottrattivo. Modo CMYK
 - 2.7.2. Modello additivo. Modo RGB
 - 2.7.3. Modello HSB
 - 2.7.4. Sistema Pantone. La gamma di colori Pantone
- 2.8. Dalla Bauhaus a Murakami
 - 2.8.1. La Bauhaus e i suoi artisti
 - 2.8.2. Teoria Gestalt al servizio del colore
 - 2.8.3. Josef Albers. L'interazione del colore
 - 2.8.4. Murakami, le connotazioni dell'assenza di colore
- 2.9. Il colore nel progetto di design
 - 2.9.1. La Pop Art. Il colore delle culture
 - 2.9.2. Creatività e colore
 - 2.9.3. Artisti contemporanei
 - 2.9.4. Analisi da diversi punti di vista e prospettive
- 2.10. La gestione del colore nell'ambiente digitale
 - 2.10.1. Spazi del colore
 - 2.10.2. Profili del colore
 - 2.10.3. Calibrazione degli schermi
 - 2.10.4. Cosa dobbiamo tenere a mente

Modulo 3. Introduzione alla forma

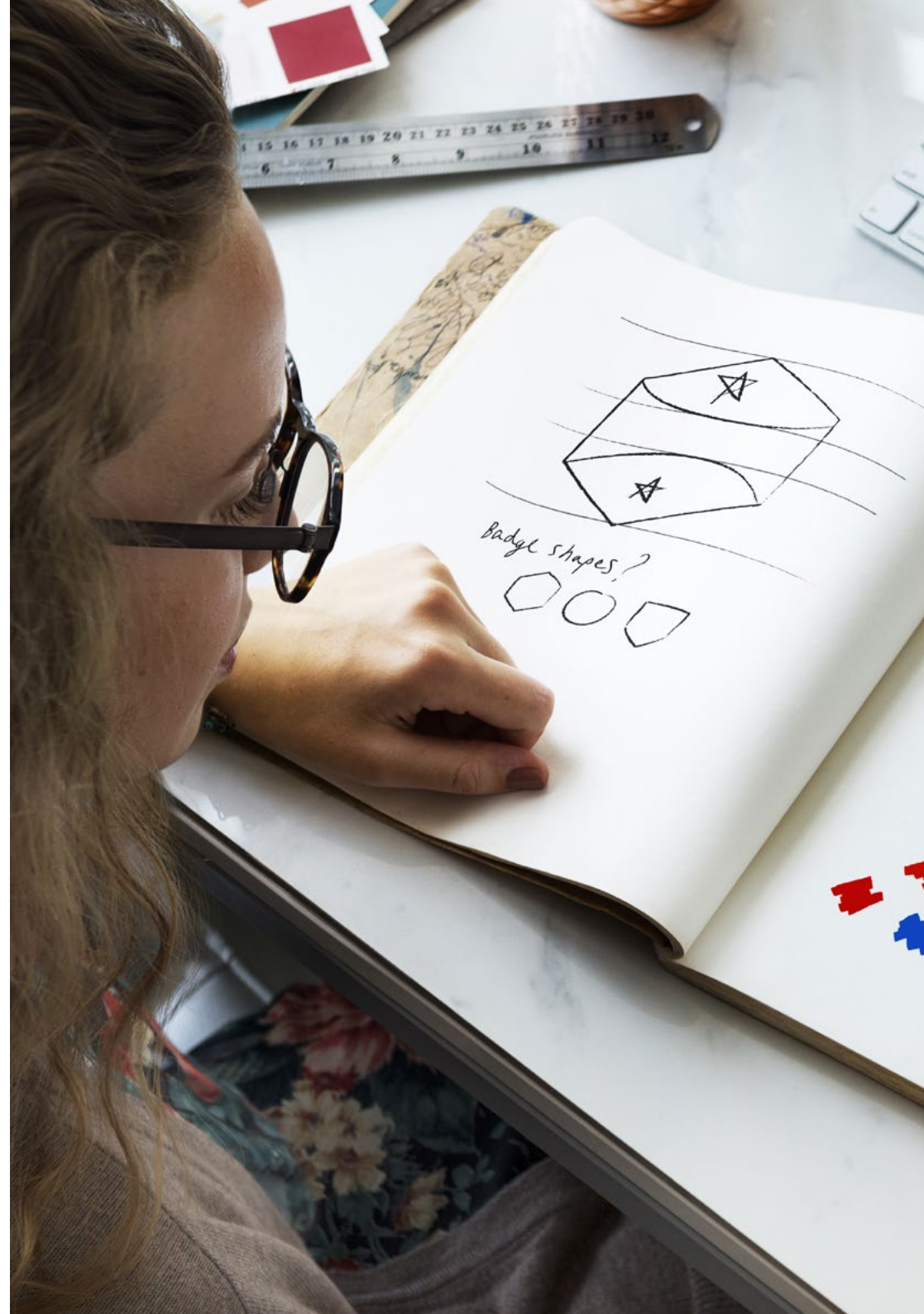
- 3.1. La forma
 - 3.1.1. Definizione, cos'è?
 - 3.1.2. Qualità e caratteristiche
 - 3.1.3. Contorno, silhouette, figura e profilo, aspetti della stessa realtà
 - 3.1.4. Rappresentazione essenziale
- 3.2. Tipologie della forma. Estetica della forma funzionale
 - 3.2.1. Tipi di forme secondo la loro origine
 - 3.2.2. Tipi di forme secondo la loro configurazione
 - 3.2.3. Tipi di forme secondo il loro significato
 - 3.2.4. Tipi di forme secondo la loro relazione con lo spazio
 - 3.2.5. Tipi di forme secondo la loro relazione fondo-forma
- 3.3. Le prime forme grafiche
 - 3.3.1. Lo scarabocchio
 - 3.3.2. La forma della macchia
 - 3.3.3. Il punto e la linea
 - 3.3.4. Risvegliare la creatività con il Hirameki
 - 3.3.5. La forma del Haiku
- 3.4. Composizione della forma
 - 3.4.1. Forma aperta e forma chiusa
 - 3.4.2. Composizione formale, semi-formale e informale
 - 3.4.3. La simmetria
 - 3.4.4. Gli assi. Simmetria assiale e radiale
- 3.5. L'importanza della proporzione nella forma
 - 3.5.1. La proporzione
 - 3.5.2. Rettangolo aureo
 - 3.5.3. La scala
 - 3.5.4. Tipi di scale
- 3.6. Ismi: un'applicazione pratica
 - 3.6.1. Cubismo
 - 3.6.2. Suprematismo
 - 3.6.3. Costruttivismo
 - 3.6.4. Dadaismo
- 3.7. L'essere umano come unità di misura
 - 3.7.1. Il canone
 - 3.7.2. Diversi canoni nella figura umana
 - 3.7.3. La rappresentazione della figura umana nell'arte
 - 3.7.4. L'ergonomia
- 3.8. Percezione visiva e forma
 - 3.8.1. Percezione visiva
 - 3.8.2. Gestalt
 - 3.8.3. Il pensiero visivo
 - 3.8.4. Interrelazione delle forme
- 3.9. Psicologia delle forme
 - 3.9.1. Il cerchio
 - 3.9.2. Il quadrato
 - 3.9.3. Il triangolo
 - 3.9.4. Altre forme
- 3.10. Introduzione alla forma digitale
 - 3.10.1. Dall'analogico al mondo digitale
 - 3.10.2. La forma positiva e negativa
 - 3.10.3. Ripetizione e riflessione
 - 3.10.4. Combinazioni tecniche

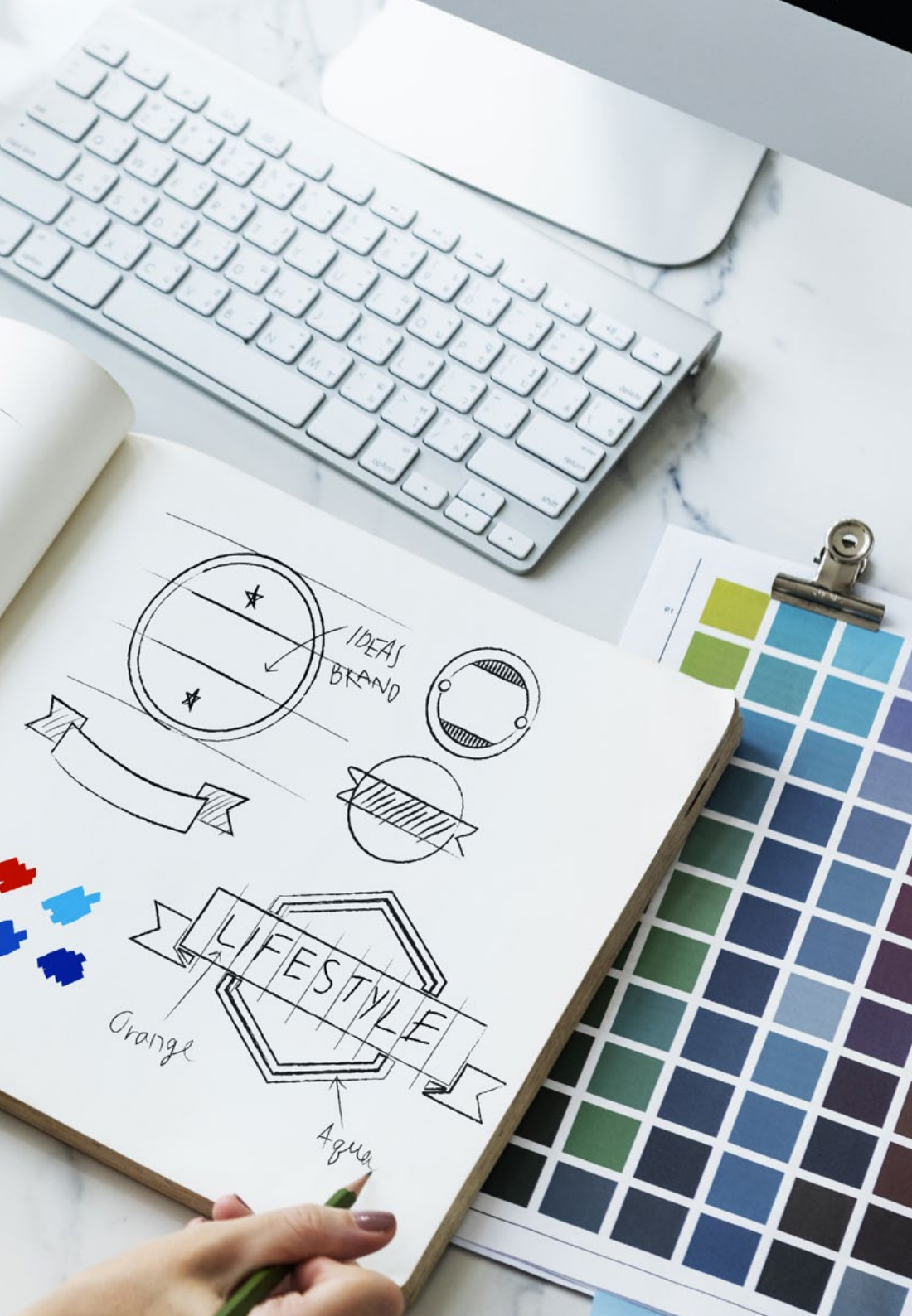
Modulo 4. Design editoriale

- 4.1. Introduzione al design editoriale
 - 4.1.1. Cos'è il design editoriale?
 - 4.1.2. Tipi di pubblicazioni nel design editoriale
 - 4.1.3. Il designer editoriale e le sue competenze
 - 4.1.4. Fattori del design editoriale
- 4.2. Storia del design editoriale
 - 4.2.1. La ricerca sulla scrittura. Il libro nell'antichità
 - 4.2.2. La rivoluzione di Gutenberg
 - 4.2.3. La libreria dell'Ancien Régime (1520-1760)
 - 4.2.4. La seconda rivoluzione del libro (1760-1914)
 - 4.2.5. Dal XIX secolo a oggi
- 4.3. Fondamenti del design editoriale per la stampa e per il digitale
 - 4.3.1. Il formato
 - 4.3.2. La reticola
 - 4.3.3. La tipografia
 - 4.3.4. Il colore
 - 4.3.5. Gli elementi grafici
- 4.4. Mezzi editoriali di stampa
 - 4.4.1. Campi di lavoro e formati
 - 4.4.2. Il libro e i suoi elementi: titoli, intestazioni, testo introduttivo, corpo del testo
 - 4.4.3. Manipolazione: piegatura e rilegatura
 - 4.4.4. La stampa
- 4.5. Mezzi editoriali digitali
 - 4.5.1. Pubblicazioni digitali
 - 4.5.2. Aspetti della forma nelle pubblicazioni digitali
 - 4.5.3. Le pubblicazioni digitali più comuni
 - 4.5.4. Piattaforme per l'editoria digitale
- 4.6. Introduzione a InDesign I: primi passi
 - 4.6.1. L'interfaccia e la personalizzazione dell'area di lavoro
 - 4.6.2. Pannelli, preferenze e menù
 - 4.6.3. Il Fat-Plan
 - 4.6.4. Opzioni per la creazione di nuovi documenti e per il salvataggio
- 4.7. Iniziazione a InDesign II: uno sguardo più approfondito sullo strumento
 - 4.7.1. Il formato della pubblicazione
 - 4.7.2. La reticola nello spazio di lavoro
 - 4.7.3. La griglia di riferimento e la sua importanza
 - 4.7.4. Uso di regole e creazione di linee guida. Modo di visualizzazione
 - 4.7.5. Il pannello e lo strumento di pagina. Le pagine principali
 - 4.7.6. Lavorare con i layer
- 4.8. Gestione del colore e delle immagini in InDesign
 - 4.8.1. La palette di campioni. Creazione di colori e sfumature
 - 4.8.2. Strumento contagocce
 - 4.8.3. Le sfumature
 - 4.8.4. Organizzazione di immagini e gestione del colore
 - 4.8.5. Uso di vignette e oggetti ancorati
 - 4.8.6. Creazione e configurazione di una tabella
- 4.9. Testo in InDesign
 - 4.9.1. Il testo: scelta dei font
 - 4.9.2. Cornici di testo e relative opzioni
 - 4.9.3. Pannello dei font e pannello dei paragrafi
 - 4.9.4. Inserire le note a piè di pagina. Tabulazioni
- 4.10. Il progetto editoriale
 - 4.10.1. Rapporto dei designer editoriali: progetti
 - 4.10.2. Creazione di un primo progetto in InDesign
 - 4.10.3. Quali sono gli elementi da includere?
 - 4.10.4. Pensando l'idea

Modulo 5. Metodologia del design

- 5.1. Sulla metodologia e sulla progettazione
 - 5.1.1. Cos'è la metodologia del design?
 - 5.1.2. Differenze tra metodo, metodologia e tecnica
 - 5.1.3. Tipi di tecniche metodologiche
 - 5.1.4. Deduzione, induzione e abduzione
- 5.2. Introduzione alla ricerca nel design
 - 5.2.1. Ereditare il metodo scientifico
 - 5.2.2. Concetti generali dei processi di ricerca
 - 5.2.3. Principali fasi del processo di ricerca
 - 5.2.4. Calendario
- 5.3. Alcune proposte metodologiche
 - 5.3.1. Proposte per una nuova metodologia di Bürdek Bernhard
 - 5.3.2. L'approccio sistematico di Bruce Archer per i designer
 - 5.3.3. Design integrato generalizzante di Victor Papanek
 - 5.3.4. Il metodo progettuale di Bruno Munari
 - 5.3.5. Il processo di risoluzione creativa dei problemi di Bernd Löbach
 - 5.3.6. Altri autori e schemi di altri metodi
- 5.4. Definizione del problema
 - 5.4.1. Identificazione e analisi delle necessità
 - 5.4.2. Il *Briefing*, cos'è?
 - 5.4.3. Cosa deve avere un buon *Briefing*?
 - 5.4.4. Consigli per preparare un *Briefing*
- 5.5. Ricerca per il progetto
 - 5.5.1. Studio dei precedenti
 - 5.5.2. Implicazioni del progetto
 - 5.5.3. Studio del pubblico di riferimento o target
 - 5.5.4. Strumento dello studio del target





- 5.6. Contesto competitivo
 - 5.6.1. In rapporto al mercato
 - 5.6.2. Analisi della competenza
 - 5.6.3. Proposte di valore
- 5.7. Studio di fattibilità
 - 5.7.1. Viabilità sociale. Analisi DAFO
 - 5.7.2. Possibilità tecnica
 - 5.7.3. Viabilità economica
- 5.8. Possibili soluzioni per il *Briefing*
 - 5.8.1. L'emotività nei processi creativi
 - 5.8.2. Divergenza, trasformazione e convergenza
 - 5.8.3. *Brainstorming*
 - 5.8.4. Confronto di idee
- 5.9. Decisione degli obiettivi
 - 5.9.1. Obiettivo generale
 - 5.9.2. Obiettivi specifici
 - 5.9.3. Obiettivi tecnici
 - 5.9.4. Obiettivi estetici e comunicativi
 - 5.9.5. Obiettivi di mercato
- 5.10. Sviluppo di idee
 - 5.10.1. Il feedback nella fase di ideazione
 - 5.10.2. Le bozze
 - 5.10.3. Presentazione delle idee
 - 5.10.4. Metodi di controllo e di valutazione critica

Modulo 6. Design Grafico

- 6.1. Introduzione al Design Grafico
 - 6.1.1. Cos'è il Design Grafico?
 - 6.1.2. Funzioni del Design Grafico
 - 6.1.3. Aree di intervento del Design Grafico
 - 6.1.4. Il valore del Design Grafico
- 6.2. Il Design Grafico come attività professionale
 - 6.2.1. Influenza della tecnologia nello sviluppo della professione
 - 6.2.2. Qual è il ruolo del designer grafico?
 - 6.2.3. Campi professionali
 - 6.2.4. Il designer come cittadino
- 6.3. Elementi di base
 - 6.3.1. Il punto
 - 6.3.2. la linea
 - 6.3.3. La forma
 - 6.3.4. La texture
 - 6.3.5. Lo spazio
- 6.4. Elementi formali
 - 6.4.1. Il contratto
 - 6.4.2. L'equilibrio
 - 6.4.3. La proporzione
 - 6.4.4. Il ritmo
 - 6.4.5. L'armonia
 - 6.4.6. Il movimento
 - 6.4.7. L'unità
- 6.5. Esponenti del design grafico nel XX e XXI secolo
 - 6.5.1. I designer grafici che hanno fatto storia
 - 6.5.2. I designer più influenti
 - 6.5.3. Disegno grafico oggi
 - 6.5.4. Riferimenti visivi
- 6.6. Cartellonistica
 - 6.6.1. Il poster pubblicitario
 - 6.6.2. Funzioni
 - 6.6.3. I poster del XXI secolo
 - 6.6.4. Riferimenti visivi
- 6.7. Lo stile grafico
 - 6.7.1. Il linguaggio iconico e la cultura di massa
 - 6.7.2. Il Design Grafico e la sua relazione con l'arte
 - 6.7.3. Lo stile grafico personale
 - 6.7.4. Il design non è una professione, è uno stile di vita
- 6.8. Dalla strada all'agenzia
 - 6.8.1. Il design come ultima avanguardia
 - 6.8.2. L'arte urbana o *Street Art*
 - 6.8.3. Arte urbana applicata alla pubblicità
 - 6.8.4. Arte urbana e immagine del marchio
- 6.9. Gli strumenti digitali più comuni
 - 6.9.1. Adobe Lightroom
 - 6.9.2. Adobe Photoshop
 - 6.9.3. Adobe Illustrator
 - 6.9.4. Adobe InDesign
 - 6.9.5. CorelDRAW
- 6.10. Introduzione al progetto di design
 - 6.10.1. Il *Briefing*
 - 6.10.2. Definizione
 - 6.10.3. Giustificazione
 - 6.10.4. Implicazioni
 - 6.10.5. Obiettivi
 - 6.10.6. Metodologia

Modulo 7. Immagine aziendale

- 7.1. L'identità
 - 7.1.1. Idea di identità
 - 7.1.2. Perché cercare l'identità?
 - 7.1.3. Tipi di identità
 - 7.1.4. L'identità digitale
- 7.2. Identità aziendale
 - 7.2.1. Definizione. Perché avere un'identità aziendale?
 - 7.2.2. Fattori che influiscono nell'identità aziendale
 - 7.2.3. Componenti dell'identità aziendale
 - 7.2.4. Comunicazione dell'identità
 - 7.2.5. Identità aziendale, *Branding* e immagine aziendale
- 7.3. Immagine aziendale
 - 7.3.1. Caratteristiche dell'immagine aziendale
 - 7.3.2. A cosa serve l'immagine aziendale?
 - 7.3.3. Tipi di immagine aziendale
 - 7.3.4. Esempi
- 7.4. I segni distintivi basilici
 - 7.4.1. Il nome o *Naming*
 - 7.4.2. I logotipi
 - 7.4.3. I monogrammi
 - 7.4.4. Gli immaginotipi
- 7.5. Fattori di memorizzazione dell'identità
 - 7.5.1. L'originalità
 - 7.5.2. Il valore simbolico
 - 7.5.3. La pregnanza
 - 7.5.4. La ripetizione
- 7.6. Metodologia per il processo di creazione di una marca
 - 7.6.1. Studio del settore e della concorrenza
 - 7.6.2. *Briefing*, modello
 - 7.6.3. Definire strategia e personalità del marchio. I valori
 - 7.6.4. Pubblico di riferimento
- 7.7. Il cliente
 - 7.7.1. Intuire com'è il cliente
 - 7.7.2. Tipi di clienti
 - 7.7.3. Il processo delle riunioni
 - 7.7.4. L'importanza di conoscere il cliente
 - 7.7.5. Stabilire il budget
- 7.8. Manuale di identità aziendale
 - 7.8.1. Norme di costruzione e applicazione del marchio
 - 7.8.2. La tipografia aziendale
 - 7.8.3. Colori aziendali
 - 7.8.4. Altri elementi grafici
 - 7.8.5. Esempi di manuali aziendali
- 7.9. Riprogettare le identità
 - 7.9.1. Motivi per optare per una riprogettazione dell'identità
 - 7.9.2. Gestione del cambiamento nell'identità aziendale
 - 7.9.3. Buona prassi. Riferimenti visivi
 - 7.9.4. Pratica sbagliata Riferimenti visivi
- 7.10. Progetto di identità del marchio
 - 7.10.1. Presentazione e spiegazione del progetto. Riferimenti
 - 7.10.2. *Brainstorming*. Analisi del mercato
 - 7.10.3. Pubblico target, valore del marchio
 - 7.10.4. Prime idee e bozza. Tecniche di creatività
 - 7.10.5. Esecuzione del progetto. Tipografie e colori
 - 7.10.6. Consegna e correzione del progetto

Modulo 8. Creazione del portfolio

- 8.1. Il portfolio
 - 8.1.1. Il portfolio come lettera di presentazione
 - 8.1.2. L'importanza di un buon portfolio
 - 8.1.3. Orientamento e motivazione
 - 8.1.4. Consigli pratici
- 8.2. Caratteristiche ed Elementi
 - 8.2.1. Il formato fisico
 - 8.2.2. Il formato digitale
 - 8.2.3. L'uso di mockups
 - 8.2.4. Errori più comuni
- 8.3. Piattaforme digitali
 - 8.3.1. Comunità di apprendimento continuo
 - 8.3.2. Reti Sociali Twitter, Facebook, Instagram
 - 8.3.3. Reti Professionali: LinkedIn, InfoJobs
 - 8.3.4. Portfolio nel cloud: Behance
- 8.4. Il designer nel mondo del lavoro
 - 8.4.1. Sbocchi professionali di un designer
 - 8.4.2. Le agenzie di design
 - 8.4.3. Design Grafico aziendale
 - 8.4.4. Casi di successo
- 8.5. Come mostrarsi professionalmente?
 - 8.5.1. Tenersi aggiornati e rinnovarsi costantemente
 - 8.5.2. Il curriculum vitae e la sua importanza
 - 8.5.3. Errori comuni in un curriculum vitae
 - 8.5.4. Come creare un buon curriculum vitae?
- 8.6. Il nuovo consumatore
 - 8.6.1. La percezione del valore
 - 8.6.2. Definizione di un pubblico target
 - 8.6.3. Mappa di empatia
 - 8.6.4. Le relazioni personali
- 8.7. La mia marca personale
 - 8.7.1. Imprenditorialità: la ricerca di significato
 - 8.7.2. Trasforma la tua passione in un lavoro
 - 8.7.3. L'ecosistema intorno alla tua attività
 - 8.7.4. Modello Canvas
- 8.8. Identità visiva
 - 8.8.1. Il *Naming*
 - 8.8.2. I valori di una marca
 - 8.8.3. I grandi temi
 - 8.8.4. Moodboard. L'uso di Pinterest
 - 8.8.5. Analisi dei fattori visivi
 - 8.8.6. Analisi dei fattori temporali
- 8.9. L'etica e la responsabilità
 - 8.9.1. Decalogo etico per la pratica del design
 - 8.9.2. Diritti d'autore
 - 8.9.3. Design e obiezione di coscienza
 - 8.9.4. Il "buon" design
- 8.10. Il prezzo del mio lavoro
 - 8.10.1. Hai bisogno di denaro per vivere?
 - 8.10.2. Contabilità di base per gli imprenditori
 - 8.10.3. Tipologie di spese
 - 8.10.4. Il tuo prezzo/ora Prezzo di vendita al pubblico

Modulo 9. Etica, legislazione e deontologia professionale

- 9.1. Etica, morale, diritto e deontologia professionale
 - 9.1.1. Domande di fondo sull'etica. Alcuni dilemmi morali
 - 9.1.2. Analisi concettuale e origine etimologico
 - 9.1.3. Differenze tra morale e etica
 - 9.1.4. Il legame tra etica, morale, diritto e deontologia
- 9.2. Proprietà intellettuale
 - 9.2.1. Cos'è la proprietà intellettuale?
 - 9.2.2. Tipi di proprietà intellettuale
 - 9.2.3. Plagio e violazione del copyright
 - 9.2.4. Anticopyright
- 9.3. Aspetti pratici del codice etico
 - 9.3.1. Utilitarismo, consequenzialismo e deontologia
 - 9.3.2. Agire in modo coerente vs. agire per principio
 - 9.3.3. Efficienza dinamica dell'azione sui principi
- 9.4. Legislazione e moralità
 - 9.4.1. Concetto di legislazione
 - 9.4.2. Concetto di moralità
 - 9.4.3. Legame tra diritto e morale
 - 9.4.4. Da giusto a ingiusto sulla base di un ragionamento logico
- 9.5. Condotta professionale
 - 9.5.1. Trattare con il cliente
 - 9.5.2. L'importanza di concordare le condizioni
 - 9.5.3. I clienti non comprano il design
 - 9.5.4. Condotta professionale
- 9.6. Responsabilità verso gli altri designer
 - 9.6.1. La competitività
 - 9.6.2. Il prestigio professionale
 - 9.6.3. L'impatto sulle altre professioni
 - 9.6.4. Il rapporto con gli altri colleghi. La critica
- 9.7. Responsabilità sociali
 - 9.7.1. Il design inclusivo e la sua importanza
 - 9.7.2. Caratteristiche da tenere presente
 - 9.7.3. Un cambio di mentalità
 - 9.7.4. Esempi e punti di riferimento
- 9.8. Responsabilità nell'ambiente
 - 9.8.1. Eco-design. Perché è così importante?
 - 9.8.2. Caratteristiche del design sostenibile
 - 9.8.3. Implicazioni per l'ambiente
 - 9.8.4. Esempi e punti di riferimento
- 9.9. Conflitti etici e decisioni pratiche
 - 9.9.1. Comportamenti e pratiche responsabili nell'ambito professionale
 - 9.9.2. Buone pratiche del designer digitale
 - 9.9.3. Come risolvere un conflitto di interesse?
 - 9.9.4. Come comportarsi in caso di ricevere regali?
- 9.10. La conoscenza libera: Licenze Creative Commons
 - 9.10.1. Cosa sono?
 - 9.10.2. Tipi di licenze
 - 9.10.3. Simbologia
 - 9.10.4. Usi specifici

Modulo 10. Tipografia

- 10.1. Introduzione alla tipografia
 - 10.1.1. Cos'è la tipografia?
 - 10.1.2. Il ruolo della tipografia nel Design Grafico
 - 10.1.3. Sequenza, contrasto, forma e controforma
 - 10.1.4. Relazione e differenze tra tipografia, calligrafia e lettering
- 10.2. Le molteplici origini della scrittura
 - 10.2.1. La scrittura ideografica
 - 10.2.2. L'alfabeto fenicio
 - 10.2.3. L'alfabeto romano
 - 10.2.4. La riforma carolingia
 - 10.2.5. L'alfabeto latino moderno
- 10.3. Gli inizi della tipografia
 - 10.3.1. La stampa, una nuova era. Primi tipografi
 - 10.3.2. La rivoluzione industriale: la litografia
 - 10.3.3. Il modernismo: gli inizi della tipografia commerciale
 - 10.3.4. Le avanguardie
 - 10.3.5. Il periodo tra le due guerre
- 10.4. Il ruolo delle scuole di design nella tipografia
 - 10.4.1. La Bauhaus
 - 10.4.2. Herbert Bayer
 - 10.4.3. Psicologia della Gestalt
 - 10.4.4. La Scuola svizzera
- 10.5. Tipografia odierna
 - 10.5.1. 1960-1970, precursori della rivolta
 - 10.5.2. Postmodernismo, decostruttivismo e tecnologia
 - 10.5.3. Dove si dirige la tipografia?
 - 10.5.4. Tipografie che fanno tendenza





- 10.6. La forma tipografica I
 - 10.6.1. Anatomia della lettera
 - 10.6.2. Misure e caratteristiche del tipo
 - 10.6.3. Le famiglie tipografiche
 - 10.6.4. Maiuscole, minuscole e maiuscoletto
 - 10.6.5. Differenza tra tipografia, font e famiglia di caratteri
 - 10.6.6. Filetti, linee ed elementi geometrici
- 10.7. La forma tipografica II
 - 10.7.1. La combinazione tipografica
 - 10.7.2. Formati di fonti tipografiche (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 10.7.3. Licenze tipografiche
 - 10.7.4. Chi dovrebbe acquistare la licenza, il cliente o il progettista?
- 10.8. La correzione tipografica. Composizione dei testi
 - 10.8.1. La spaziatura tra le lettere. Tracking e Kerning
 - 10.8.2. Lo spazio tra le parole. Il quadratino
 - 10.8.3. Interlinea
 - 10.8.4. Il corpo della lettera
 - 10.8.5. Caratteristiche del testo
- 10.9. Il disegno della lettera
 - 10.9.1. Il processo creativo
 - 10.9.2. Materiali tradizionali e digitali
 - 10.9.3. L'uso della tavoletta grafica e dell'ipad
 - 10.9.4. Tipografia digitale: contorni e bitmap
- 10.10. Poster tipografici
 - 10.10.1. La calligrafia come base per il disegno delle lettere
 - 10.10.2. Come realizzare un'impaginazione d'impatto?
 - 10.10.3. Riferimenti visivi
 - 10.10.4. La fase del bozzetto
 - 10.10.5. Progetto

05

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“ *Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera* ”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



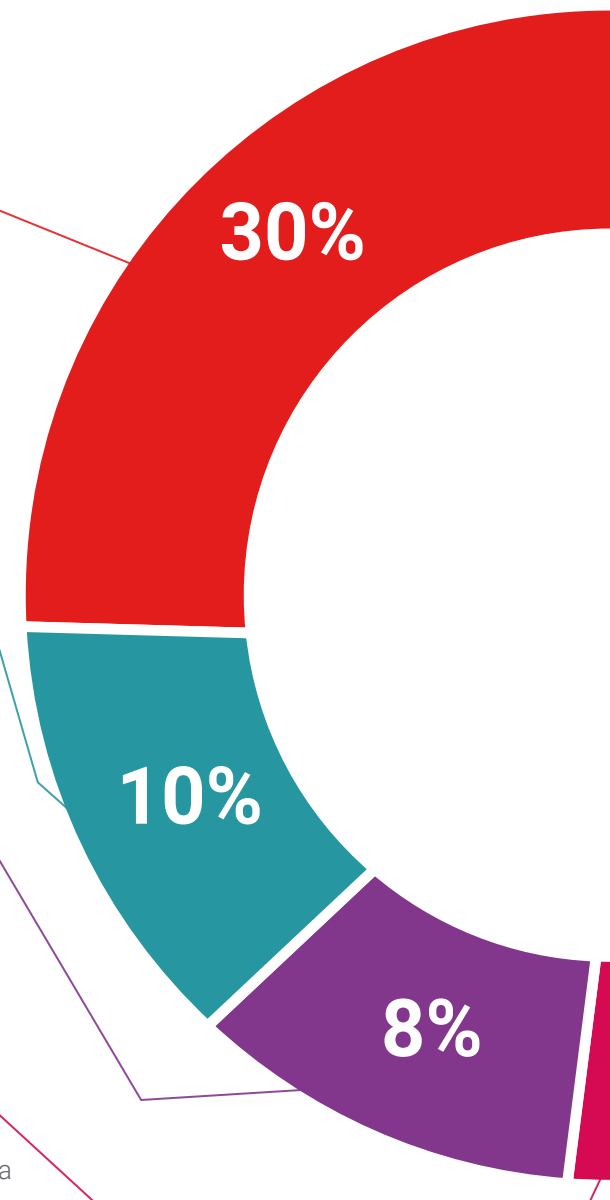
Pratiche di competenze e competenze

Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



06 Titolo

Il Master Privato in Design Grafico ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master Privato rilasciata da TECH Università Tecnologica.



“

*Completa con successo questa specializzazione
e ricevi la tua qualifica universitaria senza
spostamenti o fastidiose formalità”*

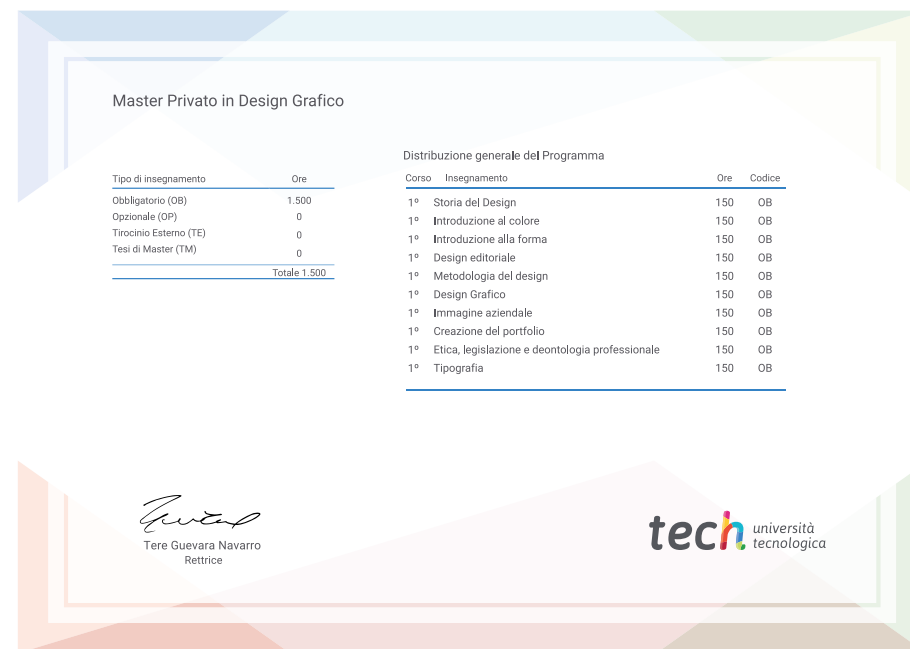
Questo **Master Privato in Design Grafico** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato.

Dopo aver superato la valutazione, lo studente riceverà mediante lettera certificata* con ricevuta di ritorno, la sua corrispondente qualifica di **Master Privato** rilasciata da **TECH Università Tecnologica**.

Il titolo rilasciato da **TECH Università Tecnologica** esprime la qualifica ottenuta nel Master Privato, e riunisce tutti i requisiti comunemente richiesti da borse di lavoro, concorsi e commissioni di valutazione di carriere professionali.

Titolo: **Master Privato in Design Grafico**

N. Ore Ufficiali: **1.500 O.**



*Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue

tech universidad
tecnológica

Master Privato Design Grafico

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Università Tecnológica
- » Dedizione: 16 ore/settimana
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master Privato
Design Grafico

ReSign