

Mastère Spécialisé Design Graphique



Mastère Spécialisé Design Graphique

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

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/design/master/master-design-graphique

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 32

06

Diplôme

page 40

01

Présentation

Le Design Graphique exige du professionnel qu'il soit constamment à jour. L'offre permanente de nouvelles technologies, de logiciels ou d'apps détermine non seulement la manière de procéder, mais aussi de nouvelles attentes dans les produits graphiques créés, la maîtrise des aspects techniques et de développement. Dans ce programme complet, nous avons rassemblé toutes les connaissances dont vous avez besoin pour être à la pointe de cette profession. Un parcours de formation qui vous amènera à développer des projets de conception graphique compétitifs et de qualité.



“

Une formation complète qui vous permettra d'acquérir les connaissances les plus avancées en matière de Design Graphique, avec l'apprentissage des nouveaux outils et des tendances esthétiques du panorama professionnel actuel"

Le professionnel du Design Graphique doit connaître les phénomènes changeants de 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 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 sur des possibilités très intéressantes et des voies explorables.

Cette formation aborde donc les aspects qu'un designer doit connaître pour planifier, développer et finaliser tout projet graphique. Il s'agit d'un parcours qui augmentera progressivement les compétences de l'étudiant pour l'aider à relever les défis d'un professionnel de premier ordre.

Le Design Graphique est présenté comme une option viable pour un professionnel qui décide de travailler de manière indépendante mais aussi de faire partie d'une organisation ou d'une entreprise. Un parcours intéressant de développement professionnel qui bénéficiera des connaissances spécifiques que nous vous proposons maintenant dans cette formation.

Ce **Mastère Spécialisé en Design Graphique** contient le programme le plus complet et le plus actuel sur la scène universitaire. Les principales caractéristiques sont les suivantes:

- ◆ Développement d'un grand nombre de cas pratiques présentés par des experts
- ◆ Un contenu graphique, schématique et éminemment pratique
- ◆ Développements et avancées nouveaux et de pointe dans ce domaine
- ◆ Des exercices pratiques où le processus d'auto-évaluation peut être réalisé pour améliorer l'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
- ◆ Contenu disponible depuis n'importe quel appareil, fixe ou portable, doté d'une connexion internet



Un Mastère Spécialisé qui ne vous apprendra pas seulement à utiliser les outils du Design Graphique, mais vous donnera aussi les critères nécessaires pour prendre les bonnes décisions créatives dans votre travail"

“

Toutes les connaissances dont vous avez besoin pour travailler dans le domaine du Design Graphique compilées dans un Mastère Spécialisé très efficace, qui optimisera votre effort avec les meilleurs résultats”

Le développement de ce programme est axé sur la mise en pratique de l'apprentissage théorique proposé Grâce aux systèmes d'enseignement les plus efficaces, aux méthodes contrastées importées des universités les plus prestigieuses du monde, pourrez acquérir les nouvelles connaissances de manière éminemment pratique. De cette façon, TECH s'efforce de convertir l'effort en compétences réelles et immédiates.

Le système en ligne est un autre des points forts de la proposition. Avec une plateforme interactive bénéficiant des avantages des dernières évolutions technologiques, les outils numériques les plus interactifs nous vous à disposition. Il est ainsi possible d'offrir une forme d'apprentissage totalement adaptable à vos besoins, afin que parfaitement combiner cette formation avec votre vie personnelle ou professionnelle.

Tous les domaines nécessaires à la création de pièces graphiques parfaites seront développés de manière claire et précise afin que l'étudiant puisse les assimiler rapidement et durablement.

Ce programme vous permettra d'améliorer vos compétences et d'actualiser vos connaissances en Design Graphique.



02

Objectifs

L'objectif de ce Mastère Spécialisé en Design Graphique est d'offrir aux professionnels un moyen complet d'acquérir des connaissances et des compétences actualisées pour travailler dans le domaine du Design Graphique, à travers une forme d'apprentissage basée sur la pratique, ce programme vous permettra de terminer votre formation avec les connaissances nécessaires pour mener à bien votre travail en toute sécurité et compétence.



“

Notre objectif est simple: vous aider à obtenir la mise à jour la plus complète dans le domaine du Design Graphique dans un programme totalement compatible avec vos obligations professionnelles et personnelles”



Objectifs généraux

- ◆ Développer un projet complet de Design 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 des pièces, en les adaptant à différents formats

“

Une opportunité créée pour les professionnels qui recherchent un programme intensif et efficace pour faire un pas en avant significatif dans la pratique de leur profession”





Objectifs spécifiques

Module 1. Histoire du design

- ◆ Avoir des connaissances de base en Sciences Humaines et Sociales afin de pouvoir proposer des recherches futures, en fonction des besoins de chaque projet de conception
- ◆ Comprendre de manière critique l'histoire des pratiques artistiques et du design contemporain, les arguments et les hypothèses théoriques qui les soutiennent et les stratégies et 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 en Conception Numérique, Linguistique-Sémiotique
- ◆ Développer un esprit évaluatif et critique afin d'acquérir une capacité d'analyse et de synthèse dans la pratique et l'exécution des fonctions de designer
- ◆ Agir en tant que médiateurs entre la technologie et l'art, les idées et les fins, 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 l'aptitude à observer, organiser, discriminer et 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 les médias physiques et virtuels
- ◆ Acquérir la capacité de formuler des jugements indépendants au moyen d'arguments
- ◆ Savoir se documenter, analyser et interpréter les sources documentaires et littéraires avec ses propres critères

Module 3. Introduction à la typographie

- ◆ Comprendre la nature de l'image et du graphisme animé, ainsi que les principes de base de la composition et de la structure qui articulent l'image, le graphisme et le son dans le temps
- ◆ Appliquer des transformations et des effets spatio-temporels avec des intentions narratives pour projeter et réaliser des communications visuelles avec un objectif clair et spécifique
- ◆ Développer les compétences spatiales, en analysant les formes qui sont construites dans l'environnement
- ◆ Comprendre l'importance de la communication dans le Développement de plus complexes
- ◆ Identifier visuellement les types de formes afin d'en créer de nouvelles
- ◆ Comprendre et analyser la composante émotionnelle attribuée à certaines formes

Module 4. 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 éditorial
- ◆ Connaître la terminologie, les techniques et les langages spécifiques appliqués aux processus de conception: systèmes de pré-impression et d'impression, techniques et supports numériques et multimédia
- ◆ Concevoir des publications éditoriales en tenant compte de l'ensemble graphique et de ses éléments
- ◆ Capturer, manipuler et préparer le texte l'image pour son utilisation dans différents médias
- ◆ Concevoir des communications visuelles accrocheuses qui répondent aux normes graphiques actuelles
- ◆ Commencer à utiliser Adobe InDesign et se familiariser avec les éléments disponibles dans le programme de manière adéquate pour projeter ses propres idées graphiques

Module 5. Méthodologie de conception

- ◆ 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 de synthèse critique, formulation ordonnée des conclusions
- ◆ Comprendre le fonctionnement de l'innovation en tant que moteur de la conception
- ◆ Identifier les problèmes liés à la conception, collecter 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
- ◆ Avoir une connaissance approfondie de 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 6. Design Graphique

- ◆ Connaître les principes fondamentaux de la conception Graphique, ainsi que son interrelation avec d'autres domaines: Conception Graphique publicitaire; conception éditoriale; conception d'identité d'entreprise; conception web; conception d'emballages; conception typographique, affiches, signalisation; conception multimédia; conception de nouveaux médias, etc
- ◆ Connaître 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 fondamentaux et formels du Design Graphique
- ◆ Apprendre quels sont les outils numériques les plus utilisés dans le domaine du Design Graphique
- ◆ Connaître et appliquer les éléments de base de l'organisation et de la gestion de projet

Module 7. Image de l'entreprise

- ◆ Comprendre les concepts de base qui font partie de la politique de communication d'une organisation: son identité, sa culture, sa façon de communiquer, son image, sa marque, sa réputation et sa responsabilité sociale
- ◆ Comprendre les domaines stratégiques qu'un responsable graphique doit gérer dans le processus de communication de l'identité graphique et visuelle des marques
- ◆ Connaître les outils et les stratégies théoriques et pratiques qui facilitent la gestion de la communication institutionnelle et d'entreprise dans les organisations de tous types
- ◆ Savoir choisir correctement un mode d'organisation de l'information et de la communication pour la bonne utilisation d'une marque
- ◆ Rechercher et identifier les éléments les plus significatifs de l'entreprise-client, ainsi que leurs besoins pour la création de stratégies et de messages communicatifs
- ◆ Développer un système réglementé de normes graphiques de base basé sur des éléments d'identité visuelle/de marque

Module 8. Création de portefeuille

- ◆ Créer des récits audiovisuels en appliquant correctement les critères de convivialité et d'interactivité
- ◆ Identifier la figure du designer dans le panorama du travail
- ◆ Connaître les techniques, méthodes, outils et réseaux pour promouvoir le travail personnel
- ◆ Comprendre le protocole éthique à suivre dans la pratique professionnelle
- ◆ Être capable d'identifier les forces et les faiblesses en soi
- ◆ Savoir valoriser économiquement son propre travail

Module 9. Éthique, législation et déontologie

- ◆ Acquérir la capacité de recueillir et d'interpréter des données pertinentes afin de porter des jugements qui incluent une réflexion sur les questions éthiques, environnementales et sociales
- ◆ Exercer sa pratique professionnelle de manière éthique, dans le respect de la loi et des 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 que les problèmes peuvent être résolus par l'argumentation et la critique constructive
- ◆ Développer la capacité de décider à l'avance de ce qui doit être fait, de qui doit le faire et de la manière de le faire

Module 10. 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 d'effectuer un travail professionnel basé sur la composition typographique



03 Compétences

Ce programme est un outil hautement qualifié pour le professionnel du Design Graphique. Votre formation intensive vous permettra de travailler dans tous les domaines liés à ce secteur en bénéficiant de la sécurité d'un diplôme d'études supérieures.

Build your own
beautiful website

Browse our 1000s of templates and choose one

Start Now



Fully responsive and
mobile optimized

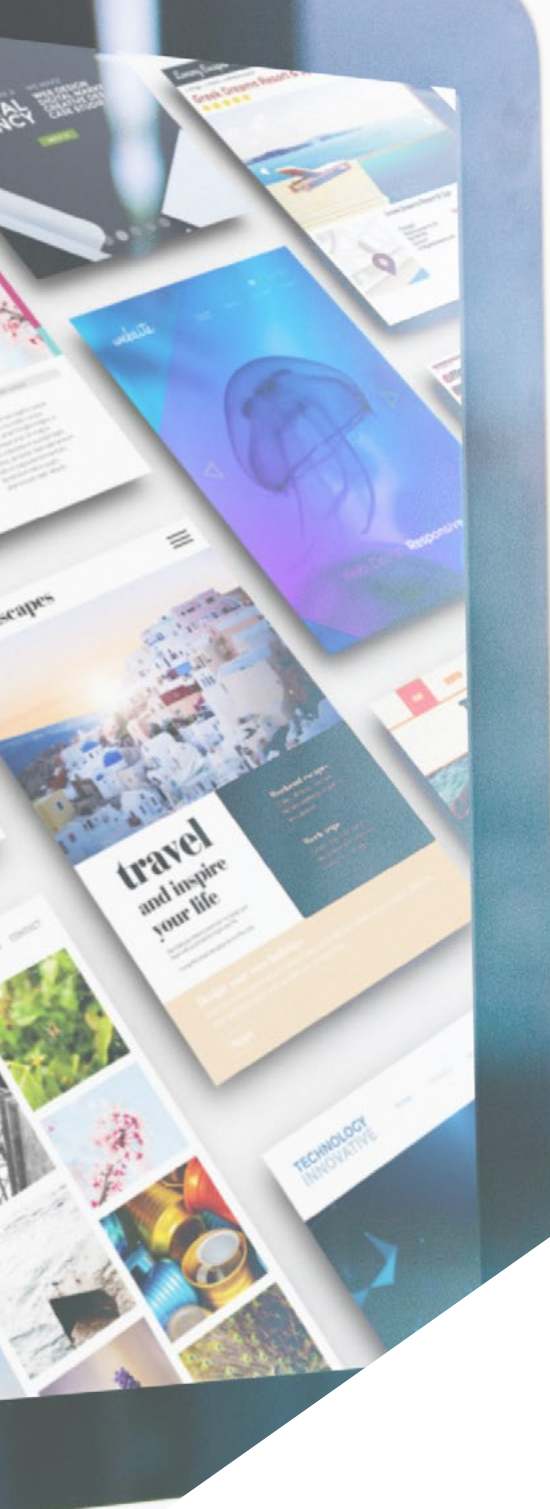


Design directly on
the cloud from
anywhere



Very easy to set up





“

Apprenez à créer des projets graphiques de haute qualité, en incluant dans vos conceptions les critères les plus avant-gardistes en termes de réalisation des objectifs proposés”



Compétences générales

- ◆ Créer des projets graphiques dans tout contexte de communication
- ◆ Analyser la pertinence des différentes approches
- ◆ 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 Mastère Spécialisé en conception Design Graphique sur la scène universitaire actuelle”





Compétences spécifiques

- ◆ Décrivez les différents moments historiques du Design Graphique
- ◆ Manipuler les couleurs dans leur application graphique
- ◆ Connaître l'utilisation de la forme dans le Design Graphique
- ◆ Travailler dans le domaine de la conception éditoriale
- ◆ Connaître la méthodologie utilisée dans la Design Graphique
- ◆ Développer une image de marque
- ◆ Créer un portefeuille
- ◆ Connaître l'éthique professionnelle et le code de déontologie
- ◆ Utiliser efficacement différentes typographies

04

Structure et contenu

Le programme de cette formation vous mènera du plus élémentaire au plus spécialisé dans le processus d'idéation, de développement et de réalisation d'un projet de Design Graphique. Avec les approches les plus récentes et l'étude des tendances actuelles et des exigences esthétiques du secteur.



“

Tous les aspects que le graphiste doit connaître pour l'exercice solvable et réussi de sa profession, réunis pour vous dans un syllabus complet et efficace qui renforcera votre capacité à travailler au plus haut niveau"

Module 1. Histoire du design

- 1.1. Quel est l'intérêt de connaître l'histoire?
 - 1.1.1. Valoriser l'histoire
 - 1.1.2. Anticiper l'avenir
 - 1.1.3. Le passé nous libère
 - 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. Un contexte réfléchi
 - 1.2.3. Le développement de la discipline: 70's, 80's et 90's
 - 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 and Crafts*. William Morris
 - 1.3.4. Esthétisme
 - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4. Parcours 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. 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. Parcours historique II
 - 1.6.1. Art déco
 - 1.6.2. Style international
 - 1.6.3. Design d'après-guerre
 - 1.6.4. L'école d'Ulm
 - 1.6.5. École Suisse
- 1.7. Le fonctionnel et le fonctionnaliste
 - 1.7.1. La vision 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. Parcours 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. 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. Conception assistée par ordinateur
 - 1.10.3. *Biodesign*, néobiomorphisme, design *eco-friendly*
 - 1.10.4. Image 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: la synesthésie chromatique
 - 2.1.3. Attributs de la couleur
 - 2.1.4. Pigments et teintures
- 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
 - 2.2.4. Relations chromatiques: harmonie et contraste
- 2.3. Psychologie des couleurs
 - 2.3.1. Construction de la signification d'une couleur
 - 2.3.2. Charge émotionnelle
 - 2.3.3. Valeur dénotative et connotative
 - 2.3.4. Le marketing émotionnel. Charge des couleurs
- 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 Guillermo Ostwald
 - 2.5.2. Le solide d'Albert Munsell
 - 2.5.3. Le cube d'Alfredo Hicethier
 - 2.5.4. Le triangle de la CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)
- 2.6. L'étude individuelle des couleurs
 - 2.6.1. Noir et Blanc
 - 2.6.2. Couleurs neutres. Les niveaux 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. La 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. Interaction des couleurs
 - 2.8.4. Murakami, les connotations de l'absence de couleur
- 2.9. La couleur dans le projet de design
 - 2.9.1. Pop art. La couleur des cultures
 - 2.9.2. Créativité et couleur
 - 2.9.3. Artistes contemporains
 - 2.9.4. Analyse des différentes optiques et perspectives
- 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 qu'il faut rechercher

Module 3. Introduction à la typographie

- 3.1. La forme
 - 3.1.1. Définition, qu'est-ce que c'est?
 - 3.1.2. Qualités et caractéristiques
 - 3.1.3. Contour, silhouette, figure et profil, aspects d'une même réalité
 - 3.1.4. Représentation essentielle
- 3.2. Typologie de la forme. Esthétique de la forme fonctionnelle
 - 3.2.1. Types de formules selon leur origine
 - 3.2.2. Types de formules en fonction de leur configuration
 - 3.2.3. Types de formes en fonction de leur signification
 - 3.2.4. Les types de formes en fonction de leur relation à l'espace
 - 3.2.5. Types de formes en fonction de leur relation entre le fond et la forme
- 3.3. Les premières formes graphiques
 - 3.3.1. Le gribouillage
 - 3.3.2. La forme blob
 - 3.3.3. Le point et la ligne
 - 3.3.4. Eveiller la créativité grâce au Hirameki
 - 3.3.5. La forme du Haiku
- 3.4. Composition du formulaire
 - 3.4.1. Forme ouverte et forme fermée
 - 3.4.2. Composition formelle, semi-formelle et informelle
 - 3.4.3. Symétrie
 - 3.4.4. Axes. Symétrie axiale et radiale
- 3.5. L'importance de la proportion dans la forme
 - 3.5.1. Proportion
 - 3.5.2. Le rectangle d'or
 - 3.5.3. Échelle
 - 3.5.4. Types d'échelle
- 3.6. Les ismes: une application pratique
 - 3.6.1. Cubisme
 - 3.6.2. Suprématisme
 - 3.6.3. Constructivisme
 - 3.6.4. Le dadaïsme
- 3.7. L'être humain comme mesure
 - 3.7.1. Le canon
 - 3.7.2. Les différents canons de la figure humaine
 - 3.7.3. La représentation de la figure humaine dans l'art
 - 3.7.4. Ergonomie
- 3.8. Perception visuelle et forme
 - 3.8.1. Perception visuelle
 - 3.8.2. Gestalt
 - 3.8.3. La pensée visuelle
 - 3.8.4. Interrelation des formes
- 3.9. Psychologie des formes
 - 3.9.1. Le cercle
 - 3.9.2. Le carré
 - 3.9.3. Le triangle
 - 3.9.4. Autres formes
- 3.10. Introduction à la forme numérique
 - 3.10.1. De l'analogique au numérique
 - 3.10.2. Forme positive et négative
 - 3.10.3. Répétition et réflexion
 - 3.10.4. Combinaison de techniques

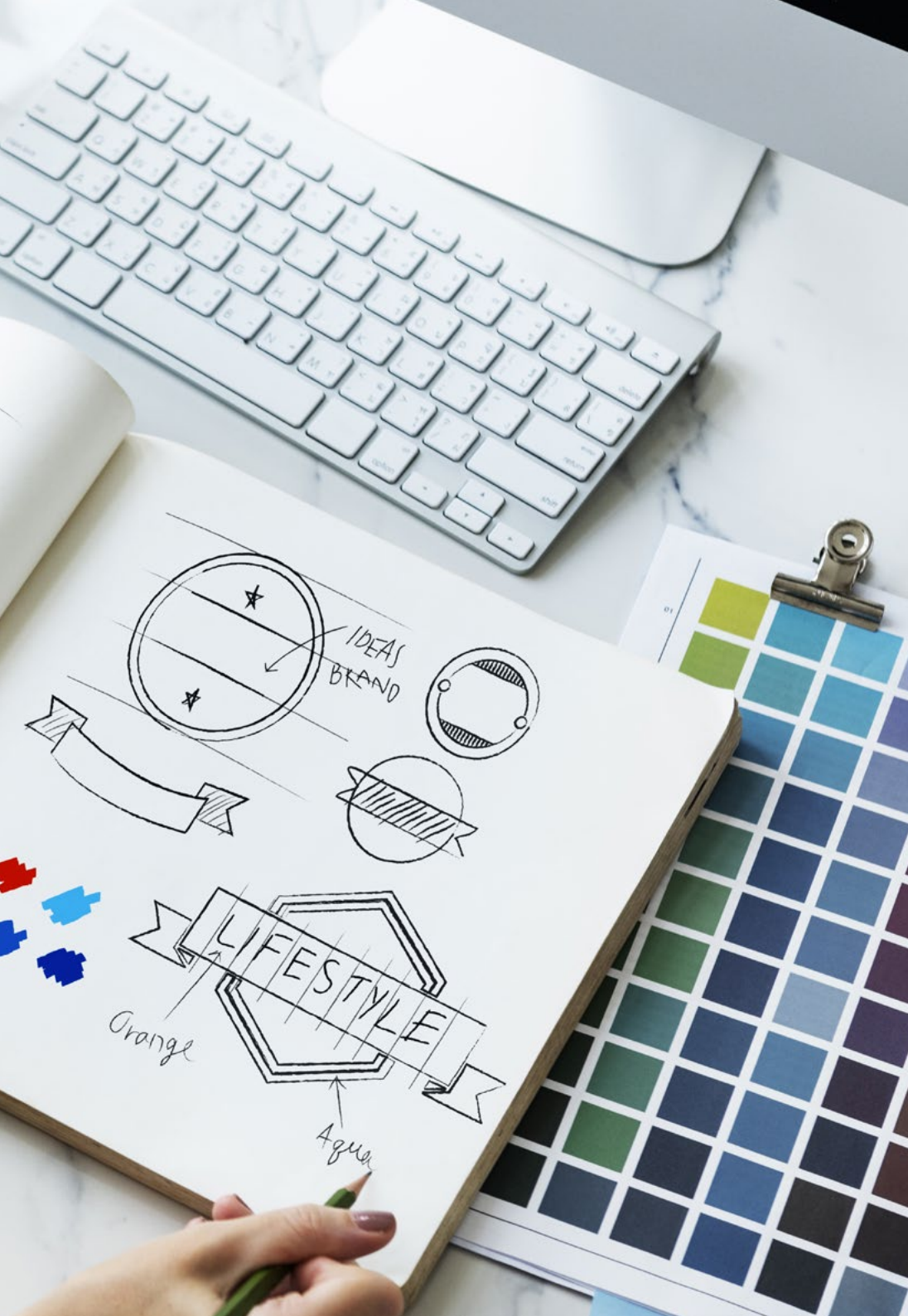
Module 4. Conception éditoriale

- 4.1. Introduction au design éditorial
 - 4.1.1. Qu'est-ce que le design éditorial?
 - 4.1.2. Types de publications dans le domaine de la conception éditoriale
 - 4.1.3. Le concepteur éditorial et ses compétences
 - 4.1.4. Facteurs de la conception éditoriale
- 4.2. Histoire du design éditorial
 - 4.2.1. La recherche de l'écriture. Le livre dans l'antiquité
 - 4.2.2. La révolution Gutenberg
 - 4.2.3. La librairie de l'Ancien Régime (1520-1760)
 - 4.2.4. La deuxième révolution du livre (1760 -1914)
 - 4.2.5. Du XIXe siècle à nos jours
- 4.3. Principes fondamentaux de la conception éditoriale imprimée et numérique
 - 4.3.1. Format
 - 4.3.2. La grille
 - 4.3.3. Typographie
 - 4.3.4. Couleur
 - 4.3.5. Éléments graphiques
- 4.4. Médias éditoriaux imprimés
 - 4.4.1. Domaines de travail et formats
 - 4.4.2. Le livre et ses éléments: titres, rubriques, sections d'introduction, corps du texte
 - 4.4.3. Manipulations: pliage et reliure
 - 4.4.4. Impression
- 4.5. Médias d'édition numérique
 - 4.5.1. Publication numérique
 - 4.5.2. Aspects de la forme dans les publications numériques
 - 4.5.3. Publications numériques les plus utilisées
 - 4.5.4. Plateformes d'édition numérique
- 4.6. Introduction à InDesign I: premiers pas
 - 4.6.1. L'interface et la personnalisation de l'espace de travail
 - 4.6.2. Panneaux, préférences et menus
 - 4.6.3. Le plan gras
 - 4.6.4. Options de création de nouveaux documents et d'enregistrement
- 4.7. Initiation à InDesign II: approfondissement de l'outil
 - 4.7.1. Le format de la publication
 - 4.7.2. La grille dans l'espace de travail
 - 4.7.3. La lumière naturelle et son importance
 - 4.7.4. Utilisation de règles et création de guides. Mode d'affichage
 - 4.7.5. Le panneau et l'outil de page. Les pages maîtres
 - 4.7.6. Travailler avec des couches
- 4.8. Gestion des couleurs et des images dans InDesign
 - 4.8.1. La palette d'échantillons. Créer des couleurs et des nuances
 - 4.8.2. L'outil pipette
 - 4.8.3. Les gradients
 - 4.8.4. Organisation des images et gestion des couleurs
 - 4.8.5. Utilisation de vignettes et d'objets ancrés
 - 4.8.6. Création et configuration d'une table
- 4.9. Texte dans InDesign
 - 4.9.1. Texte: choix de polices
 - 4.9.2. Les cadres de texte et leurs options
 - 4.9.3. Panneau des caractères et panneau des paragraphes
 - 4.9.4. Insertion de notes de bas de page Onglets
- 4.10. Projet éditorial
 - 4.10.1. Liste des concepteurs éditoriaux: projets
 - 4.10.2. Création d'un premier projet dans InDesign
 - 4.10.3. Quels éléments doivent être inclus?
 - 4.10.4. Penser l'idée

Module 5. Méthodologie de conception

- 5.1. Sur la méthodologie et la conception
 - 5.1.1. Qu'est-ce que la méthodologie de conception?
 - 5.1.2. Différences entre méthode, méthodologie et technique
 - 5.1.3. Types de techniques méthodologie
 - 5.1.4. Déduction, Induction et Abduction
- 5.2. Introduction à la recherche en design
 - 5.2.1. L'héritage de la méthode scientifique
 - 5.2.2. Concepts généraux des processus de recherche
 - 5.2.3. Principales phases du processus de recherche
 - 5.2.4. Programme
- 5.3. Quelques propositions méthodologiques
 - 5.3.1. Propositions pour une nouvelle méthodologie par Bürdek Bernhard
 - 5.3.2. Méthode systématique pour les concepteurs par Bruce Archer
 - 5.3.3. Conception de la généralisation intégrée par Victor Papanek
 - 5.3.4. La méthode de conception de Bruno Munari
 - 5.3.5. Processus créatif de résolution de problèmes par Bernd Löbach
 - 5.3.6. Autres auteurs et aperçu d'autres méthodes
- 5.4. Définition du problème
 - 5.4.1. Identification et analyse du besoin
 - 5.4.2. Le *Briefing*, c'est quoi?
 - 5.4.3. Que doit contenir un bon *Briefing*?
 - 5.4.4. Conseils pour préparer un *Briefing*
- 5.5. Recherche pour le projet
 - 5.5.1. Recherche de base
 - 5.5.2. Implication du projet
 - 5.5.3. Étude du public cible
 - 5.5.4. Outils pour l'étude de la cible





- 5.6. L'environnement concurrentiel
 - 5.6.1. En ce qui concerne le marché
 - 5.6.2. Analyse de concurrence
 - 5.6.3. Proposition de valeur
- 5.7. Étude de faisabilité
 - 5.7.1. La viabilité sociale. Analyse SWOT
 - 5.7.2. Faisabilité technique
 - 5.7.3. Viabilité économique
- 5.8. Solutions possibles pour le *Briefing*
 - 5.8.1. L'émotivité dans les processus créatifs
 - 5.8.2. Divergence, transformation et convergence
 - 5.8.3. Pluie d'idées, *Brainstorming*
 - 5.8.4. Comparaison des idées
- 5.9. Fixation des objectifs
 - 5.9.1. Objectif général
 - 5.9.2. Objectifs spécifiques
 - 5.9.3. Objectifs techniques
 - 5.9.4. Objectifs esthétiques et communicationnels
 - 5.9.5. Objectifs du marché
- 5.10. Développement des idées
 - 5.10.1. Retour d'information dans la phase d'idéation
 - 5.10.2. Sketches
 - 5.10.3. Présentation des idées
 - 5.10.4. Méthodes de contrôle et évaluation critique

Module 6. Design Graphique

- 6.1. Introduction au Design Graphique
 - 6.1.1. Qu'est-ce que le Design Graphique?
 - 6.1.2. Fonctions du Design Graphique
 - 6.1.3. Domaines d'action en matière de design graphique
 - 6.1.4. La valeur du Design Graphique
- 6.2. Le Design Graphique en tant qu'activité professionnelle
 - 6.2.1. Influence de la technologie sur le développement de la force
 - 6.2.2. Quel est le rôle du graphiste?
 - 6.2.3. Domaines professionnels
 - 6.2.4. Le designer en tant que citoyen
- 6.3. Éléments de base
 - 6.3.1. Le point
 - 6.3.2. La ligne
 - 6.3.3. La forme
 - 6.3.4. Texture
 - 6.3.5. Espace
- 6.4. Éléments formels
 - 6.4.1. Contraste
 - 6.4.2. Balance
 - 6.4.3. Proportion
 - 6.4.4. Rythme
 - 6.4.5. L'harmonie
 - 6.4.6. Le mouvement
 - 6.4.7. L'unité
- 6.5. Références en matière de Design Graphique aux 20e et 21e siècles
 - 6.5.1. Les graphistes qui ont marqué l'histoire
 - 6.5.2. Les designers les plus influents
 - 6.5.3. Les graphistes aujourd'hui
 - 6.5.4. Références visuelles
- 6.6. Signalisation
 - 6.6.1. L'affiche publicitaire
 - 6.6.2. Fonctions
 - 6.6.3. Affiches au 19e siècle
 - 6.6.4. Références visuelles
- 6.7. Style graphique
 - 6.7.1. Langue iconique et culture de masse
 - 6.7.2. Le design graphique et sa relation avec l'art
 - 6.7.3. Le style graphique propre à l'individu
 - 6.7.4. Le design n'est pas une profession, c'est un mode de vie
- 6.8. De la rue à l'agence
 - 6.8.1. Le design comme ultime avant-garde
 - 6.8.2. Art de la rue ou *Street Art*
 - 6.8.3. L'art urbain appliqué à la publicité
 - 6.8.4. Art urbain et image de marque
- 6.9. Outils numériques les plus utilisés
 - 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. Initiation au projet de conception
 - 6.10.1. Le *Briefing*
 - 6.10.1. Définition
 - 6.10.3. Justification
 - 6.10.4. Implications
 - 6.10.5. Objectifs
 - 6.10.6. Méthodologie

Module 7. Image de l'entreprise

- 7.1. L'identité
 - 7.1.1. Idée d'identité
 - 7.1.2. Pourquoi cherche-t-on l'identité?
 - 7.1.3. Types d'identité
 - 7.1.4. Identité numérique
- 7.2. Identité d'entreprise
 - 7.2.1. Définition. Pourquoi avoir une identité d'entreprise?
 - 7.2.2. Facteurs influençant l'identité d'entreprise
 - 7.2.3. Composants de l'identité d'entreprise
 - 7.2.4. Communication de l'identité
 - 7.2.5. Identité et image de, *Branding* marque de l'entreprise
- 7.3. Image de l'entreprise
 - 7.3.1. Caractéristiques image de l'entreprise
 - 7.3.2. Quel est le but de l'image de l'entreprise?
 - 7.3.3. Types d'image de marque
 - 7.3.4. Exemples
- 7.4. Signes d'identification de base
 - 7.4.1. Le nom ou *Naming*
 - 7.4.2. Logos
 - 7.4.3. Monogrammes
 - 7.4.4. Imagotypes
- 7.5. Facteurs de mémorisation de l'identité
 - 7.5.1. Originalité
 - 7.5.2. Valeur symbolique
 - 7.5.3. Grossesse
 - 7.5.4. Répétition
- 7.6. Méthodologie pour le processus de branding
 - 7.6.1. Étude du secteur et de la concurrence
 - 7.6.2. *Briefing*, modèle
 - 7.6.3. Définir la stratégie et la personnalité de la marque. Valeurs
 - 7.6.4. Public cible
- 7.7. Le client
 - 7.7.1. Sentir ce qu'est le client
 - 7.7.2. Typologies de clients
 - 7.7.3. Le déroulement de la réunion
 - 7.7.4. L'importance de connaître le client
 - 7.7.5. Fixer un budget
- 7.8. Manuel d'identité d'entreprise
 - 7.8.1. Normes de construction et d'application des marques
 - 7.8.2. Typographie d'entreprise
 - 7.8.3. Couleurs de l'entreprise
 - 7.8.4. Autres éléments graphiques
 - 7.8.5. Exemples de manuels d'entreprise
- 7.9. Refonte des identités
 - 7.9.1. Raisons pour lesquelles on choisit de redessiner une identité
 - 7.9.2. Gérer un changement d'identité d'entreprise
 - 7.9.3. Bonne pratique. Références visuelles
 - 7.9.4. Faute professionnelle Références visuelles
- 7.10. Projet d'identité de marque
 - 7.10.1. Présentation et explication du projet. Référents
 - 7.10.2. *Brainstorming*. Análisis del mercado
 - 7.10.3. Public cible, valeur de la marque
 - 7.10.4. Premières idées et esquisses. Techniques créatives
 - 7.10.5. Établir le projet. Typographies et couleurs
 - 7.10.6. Livraison et correction des projets

Module 8. Création de portefeuille

- 8.1. Le portefeuille
 - 8.1.1. Le portfolio comme lettre de présentation
 - 8.1.2. L'importance d'un bon portefeuille
 - 8.1.3. Orientation et motivation
 - 8.1.4. Conseils pratiques
- 8.2. Caractéristiques et éléments
 - 8.2.1. Le format physique
 - 8.2.2. Le format numérique
 - 8.2.3. L'utilisation de maquettes
 - 8.2.4. Erreurs courantes
- 8.3. Plateformes numériques
 - 8.3.1. Communautés d'apprentissage continu
 - 8.3.2. Réseaux Sociaux: Twitter, Facebook, Instagram
 - 8.3.3. Réseaux Professionnels: LinkedIn, InfoJobs
 - 8.3.4. Portefeuilles cloud: Behance
- 8.4. Le concepteur dans le schéma de travail
 - 8.4.1. Possibilités d'emploi pour un designer
 - 8.4.2. Agences de design
 - 8.4.3. Graphisme d'entreprise
 - 8.4.4. Les Success Stories
- 8.5. Comment puis-je me présenter professionnellement?
 - 8.5.1. Rester à jour et recycler en permanence
 - 8.5.2. Le curriculum vitae et son importance
 - 8.5.3. Erreurs courantes dans un curriculum vitae
 - 8.5.4. Comment créer un bon CV?
- 8.6. Les nouveaux consommateurs
 - 8.6.1. La perception de la valeur
 - 8.6.2. Définir votre public cible
 - 8.6.3. Carte de l'empathie
 - 8.6.4. Relations personnelles
- 8.7. Ma marque personnelle
 - 8.7.1. L'esprit d'entreprise: la quête de sens
 - 8.7.2. Faites de votre passion un métier
 - 8.7.3. L'écosystème autour de votre activité
 - 8.7.4. Le modèle Canvas
- 8.8. L'identité Visuelle
 - 8.8.1. Le *Naming*
 - 8.8.2. Les valeurs d'une marque
 - 8.8.3. Les grands thèmes
 - 8.8.4. Moodboard. L'utilisation de Pinterest
 - 8.8.5. Analyse des facteurs visuels
 - 8.8.6. Analyse des facteurs temporels
- 8.9. Éthique et responsabilité
 - 8.9.1. Décalogue éthique pour la pratique du design
 - 8.9.2. Droits d'auteur
 - 8.9.3. Conception et objection de conscience
 - 8.9.4. Conception "bonne"
- 8.10. Le prix de mon travail
 - 8.10.1. Avez-vous besoin d'argent pour vivre?
 - 8.10.1. Comptabilité de base pour les entrepreneurs
 - 8.10.2. Types de dépenses
 - 8.10.3. Votre prix/heure. Prix de détail

Module 9. Éthique, législation et déontologie

- 9.1. Éthique, moralité, droit et déontologie professionnelle
 - 9.1.1. Questions éthiques de base. Quelques dilemmes moraux
 - 9.1.2. Analyse conceptuelle et origine étymologique
 - 9.1.3. Différences entre la moralité et l'éthique
 - 9.1.4. Le lien entre l'éthique, la morale, le droit et la déontologie
- 9.2. Propriété Intellectuelle
 - 9.2.1. Qu'est-ce que la propriété intellectuelle?
 - 9.2.2. Types de propriété intellectuelle
 - 9.2.3. Plagiat et violation des droits d'auteur
 - 9.2.4. Anticopyright
- 9.3. Aspects pratiques de l'éthique actuelle
 - 9.3.1. Utilitarisme, conséquentialisme et déontologie
 - 9.3.2. Agir de manière cohérente ou par principe
 - 9.3.3. Efficacité dynamique de l'action sur le principe
- 9.4. Législation et moralité
 - 9.4.1. Concept de législation
 - 9.4.2. Concept de moralité
 - 9.4.3. Lien entre le droit et la moralité
 - 9.4.4. Du juste à l'injuste sur la base d'un raisonnement logique
- 9.5. Conduite professionnelle
 - 9.5.1. Traiter avec le client
 - 9.5.2. L'importance de convenir des termes et conditions
 - 9.5.3. Les clients n'achètent pas le design
 - 9.5.4. Conduite professionnelle
- 9.6. Responsabilités envers les autres concepteurs
 - 9.6.1. Compétitivité
 - 9.6.2. Prestige de la profession
 - 9.6.3. Impact sur les autres professions
 - 9.6.4. La relation avec les autres collègues de la profession. Critique
- 9.7. Responsabilités sociales
 - 9.7.1. Le design inclusif et son importance
 - 9.7.2. Caractéristiques à prendre en compte
 - 9.7.3. Un changement d'état d'esprit
 - 9.7.4. Exemples et références
- 9.8. Responsabilités à l'égard de l'environnement
 - 9.8.1. Éco-conception. Pourquoi est-ce si important?
 - 9.8.2. Caractéristiques de la conception durable
 - 9.8.3. Implications environnementales
 - 9.8.4. Exemples et références
- 9.9. Conflits éthiques et prise de décision pratique
 - 9.9.1. Conduite et pratiques responsables sur le lieu de travail
 - 9.9.2. Les bonnes pratiques du designer numérique
 - 9.9.3. Comment résoudre les conflits d'intérêts?
 - 9.9.4. Comment gérer les cadeaux?
- 9.10. La connaissance libre: Licences Creative Commons
 - 9.10.1. Qu'est-ce que c'est?
 - 9.10.2. Types de licences
 - 9.10.3. Symbologie
 - 9.10.4. Utilisations spécifiques

Module 10. Typographie

- 10.1. Introduction à la typographie
 - 10.1.1. Qu'est-ce que la typographie?
 - 10.1.2. Le rôle de la typographie dans la conception graphique
 - 10.1.3. Séquence, contraste, forme et contre-forme
 - 10.1.4. Relations et différences entre la typographie, la calligraphie et le lettering
- 10.2. Les origines multiples de l'écriture
 - 10.2.1. Écriture idéographique
 - 10.2.2. L'alphabet phénicien
 - 10.2.3. L'alphabet romain
 - 10.2.4. La Réforme carolingienne
 - 10.2.5. L'alphabet latin moderne
- 10.3. Les débuts de la typographie
 - 10.3.1. La presse à imprimer, une nouvelle ère. Les premiers typographes
 - 10.3.2. La révolution industrielle: la lithographie
 - 10.3.3. Modernisme: les débuts de la typographie commerciale
 - 10.3.4. L'avant-garde
 - 10.3.5. L'entre-deux-guerres
- 10.4. Le rôle des écoles de design dans la typographie
 - 10.4.1. Bauhaus
 - 10.4.2. Herbert Bayer
 - 10.4.3. Psychologie de la Gestalt
 - 10.4.4. École Suisse
- 10.5. Typographie actuelle
 - 10.5.1. Années 1960--1970, précurseurs de la révolte
 - 10.5.2. Postmodernisme, déconstructivisme et technologie
 - 10.5.3. Où va la typographie?
 - 10.5.4. Des polices de caractères à la pointe de la mode





- 10.6. Forme typographique I
 - 10.6.1. Anatomie de la lettre
 - 10.6.2. Mesures et attributs du type
 - 10.6.3. Familles de caractères
 - 10.6.4. High case, low case et small caps
 - 10.6.5. Différence entre typographie, police et famille de caractères
 - 10.6.6. Filets, lignes et éléments géométriques
- 10.7. Forme typographique II
 - 10.7.1. Forme typographique II
 - 10.7.2. Formats de caractères (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 10.7.3. Licences de caractères
 - 10.7.4. Qui doit acheter la licence, le client ou le concepteur?
- 10.8. Correction d'épreuves. Composition texte
 - 10.8.1. Espacement des lettres. Tracking et kerning
 - 10.8.2. Espacement des mots. Le quadratin
 - 10.8.3. Espacement des lignes
 - 10.8.4. Police du corps
 - 10.8.5. Attributs du texte
- 10.9. Le dessin des lettres
 - 10.9.1. Le processus créativité
 - 10.9.2. Matériaux traditionnels et numériques
 - 10.9.3. L'utilisation de la tablette graphique et de l'ipad
 - 10.9.4. Typographie numérique: contours et bitmaps
- 10.10. Affiches typographiques
 - 10.10.1. La calligraphie comme base pour le dessin des lettres
 - 10.10.2. Comment créer une composition typographique qui ait un impact?
 - 10.10.3. Références visuelles
 - 10.10.4. La phase d'esquisse
 - 10.10.5. Projet

05

Méthodologie

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

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



“

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

Étude de Cas pour mettre en contexte tout le contenu

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

“

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



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



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

Une méthode d'apprentissage innovante et différente

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

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

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

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

Relearning Methodology

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

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

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

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

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



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

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

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

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



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



Support d'étude

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

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



Cours magistraux

Il existe de nombreux faits scientifiques prouvant l'utilité de l'observation par un tiers expert.

La méthode "Learning from an Expert" permet au professionnel de renforcer ses connaissances ainsi que sa mémoire, puis lui permet d'avoir davantage confiance en lui concernant la prise de décisions difficiles.



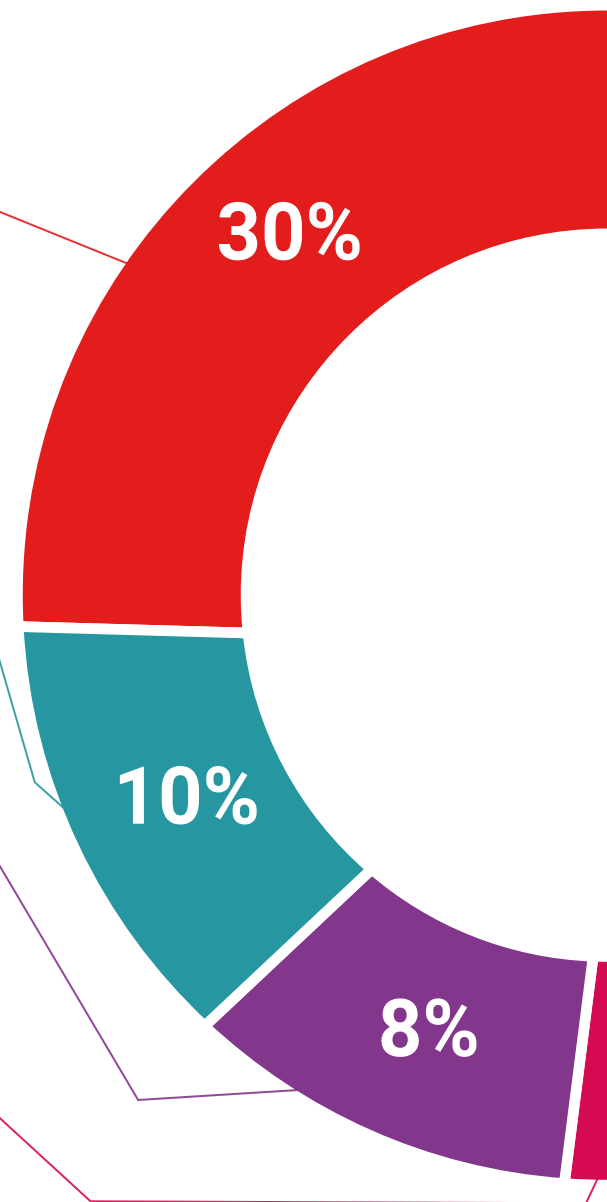
Pratiques en compétences et aptitudes

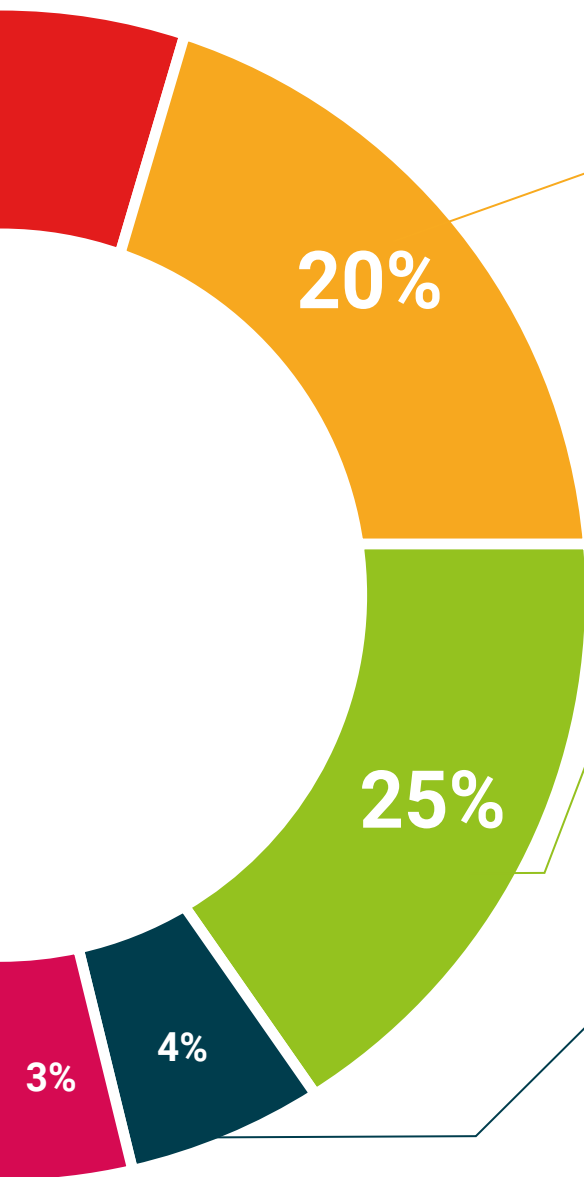
Les étudiants réaliseront des activités visant à développer des compétences et des aptitudes spécifiques dans chaque domaine. Des activités pratiques et dynamiques pour acquérir et développer les compétences et aptitudes qu'un spécialiste doit développer dans le cadre de la mondialisation dans laquelle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



Lectures complémentaires

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





Case studies

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



Résumés interactifs

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



Testing & Retesting

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



06 Diplôme

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



“

*Réussissez ce programme et recevez votre
Mastère Spécialisé sans déplacements ni
formalités administratives”*

Ce **Mastère Spécialisé en Design Graphique** contient le programme le plus complet et le plus actuel du marché.

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

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Design Graphique**

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



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

future
santé confiance personnes
éducation information tuteurs
garantie accréditation enseignement
institutions technologie apprentissage
communauté engagement
service personnalisé innovation
connaissance présent qualité
en ligne formation
développement institutions
classe virtuelle langues

tech université
technologique

Mastère Spécialisé Design Graphique

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

Mastère Spécialisé Design Graphique



Design