

Mastère Spécialisé

Design de Produits





Mastère Spécialisé Design de Produits

- » 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-produits

Sommaire

01

Présentation

page 4

02

Objectifs

page 8

03

Compétences

page 14

04

Structure et contenu

page 18

05

Méthodologie

page 30

06

Diplôme

page 38

01

Présentation

La conception d'un produit est la clé de sa commercialisation et de sa fonctionnalité. Sans une conception appropriée, son apparence, sa facilité d'utilisation et même sa fabrication peuvent être affectées, entraînant des pertes et des retards pour l'entreprise productrice. Pour cette raison, le profil du professionnel spécialisé dans ce domaine est de plus en plus recherché, et les grandes entreprises industrielles recherchent des experts capables de répondre aux défis contemporains de la discipline. Grâce à ce programme, le designer pourra se familiariser avec toutes les avancées dans ce domaine, se préparant ainsi à répondre aux attentes d'un marché du travail exigeant. Et vous le ferez grâce à la meilleure méthodologie d'apprentissage en ligne qui s'adaptera à votre situation personnelle, vous permettant de choisir le moment et le lieu où étudier.



“

Ce programme vous préparera à répondre aux défis actuels et futurs du Design de Produits, sur la base d'une méthodologie 100% en ligne qui s'adaptera complètement à votre situation professionnelle et personnelle"

Derrière les outils et les dispositifs que des millions de personnes utilisent chaque jour se cache un travail de planification et de conception considérable. Chaque aspect des éléments physiques et tangibles utilisés dans tous les domaines de la vie, des véhicules aux meubles d'intérieur et au mobilier urbain en passant par les stylos, les smartphones et, en bref, tous les objets d'usage quotidien, a été soigneusement élaboré.

Ce souci du détail s'appuie sur plusieurs arguments de poids: une bonne conception permet de réduire les coûts, de rendre la production plus efficace et de rendre le résultat plus attrayant d'un point de vue commercial. C'est pourquoi ce domaine professionnel revêt une importance croissante et est essentiel pour de nombreuses entreprises des secteurs industriel, textile et connexes.

Ainsi, de nos jours, les designers qui se concentrent sur ce domaine peuvent aspirer à bénéficier de grandes opportunités d'emploi, mais pour y parvenir, ils doivent posséder les meilleures connaissances et compétences dans cette discipline. Ce Mastère Spécialisé en Design de Produits leur permet d'acquérir ces compétences en intégrant les développements les plus récents dans ce domaine au travers de 10 modules spécialisés et en approfondissant des questions pertinentes telles que la technologie numérique, les principes fondamentaux du marketing, la conception pour la fabrication et la conception durable.

Tout cela, grâce à un système d'enseignement en ligne spécialement créé pour les professionnels en activité, car il s'adapte à eux, leur permettant d'étudier d'où ils veulent et quand ils veulent, sans déplacements inconfortables ni horaires rigides.

Ce **Mastère Spécialisé en Design de Produits** le programme éducatif le plus complet et le plus actuel du marché. Ses principales caractéristiques sont:

- ◆ Le développement d'études de cas présentées par des experts en Design de Produits
- ◆ Les contenus graphiques, schématiques et éminemment pratiques avec lesquels ils sont conçus fournissent des informations scientifiques et sanitaires essentielles à la pratique professionnelle
- ◆ Des exercices pratiques afin d'effectuer un processus d'auto-évaluation pour améliorer l'apprentissage
- ◆ Il met l'accent sur les méthodologies innovantes
- ◆ Des cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ◆ La possibilité d'accéder aux contenus depuis n'importe quel appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet



Grâce à ce Mastère Spécialisé, vous pourrez approfondir les clés du design durable, en optimisant le travail de production de vos créations"

“

Ce programme dispose des meilleures ressources pédagogiques: activités théoriques et pratiques, vidéos, résumés interactifs, cours magistraux, etc. Tout ce dont vous avez besoin pour devenir un grand expert en Design de Produits"

Le programme comprend, dans son corps enseignant, des professionnels du secteur qui apportent à cette formation l'expérience de leur travail, ainsi que des spécialistes reconnus de grandes sociétés et d'universités prestigieuses.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, les spécialistes bénéficieront d'un apprentissage situé et contextuel. Ainsi, ils se formeront dans un environnement simulé qui leur permettra d'apprendre en immersion et de s'entraîner dans des situations réelles.

La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par Problèmes. Ainsi l'étudiant devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du Mastère Spécialisé. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus.

Vous découvrirez les derniers matériaux de conception et leurs applications possibles, ce qui améliorera immédiatement vos perspectives de carrière.

Le système d'apprentissage en ligne de TECH vous permet d'étudier quand, comment et où vous voulez, sans être soumis à des horaires rigides ou à des trajets inconfortables.



02 Objectifs

L'objectif principal de ce programme est de faire de l'étudiant un professionnel très recherché par les grands cabinets de design et les grandes entreprises industrielles. Ainsi, le Mastère Spécialisé en Design de Produits possède le contenu le plus complet et le plus approfondi dans ce domaine et fournira à l'étudiant tous les éléments suivants étudiants tous les outils dont ils ont besoin pour se démarquer sur le lieu de travail.





“

Réaliser, grâce à ce programme, une grande progression professionnelle dans le domaine du Design de Produits”



Objectifs généraux

- ◆ Comprendre le processus de création, d'analyse et d'étude pour la création de toute œuvre d'art
- ◆ Approfondir les techniques d'analyse de marché et les appliquer aux processus de communication et de marketing dans le cadre du développement de projets
- ◆ 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
- ◆ Connaître les bases du design, ainsi que les références, styles et mouvements qui l'ont façonné depuis ses débuts jusqu'à aujourd'hui





Objectifs spécifiques

Module 1. Principes fondamentaux du Design

- ◆ Relier et corrélérer les différents domaines de design, champs d'application et branches professionnelles
- ◆ Connaître les processus d'idéation, de créativité et d'expérimentation et savoir les appliquer aux projets
- ◆ Intégrer le langage et la sémantique dans les processus d'idéation d'un projet en les reliant à leurs objectifs et valeurs d'usage

Module 2. Principes fondamentaux de la Créativité

- ◆ Savoir synthétiser ses propres intérêts, par l'observation et l'esprit critique, en les traduisant en Créations Artistiques
- ◆ Perdre la peur du blocage artistique et utiliser des techniques pour le combattre
- ◆ S'interroger sur soi-même, sur son propre espace émotionnel et sur son environnement de manière à analyser ces éléments afin de les utiliser en faveur de sa propre créativité

Module 3. Technologie numérique

- ◆ Maîtriser le vocabulaire, les méthodologies et le contenu théorique et pratique sur l'image numérique
- ◆ Maîtriser le vocabulaire, les méthodologies et le contenu théorique et pratique sur l'image vectorielle



Module 4. Les fondements du Marketing

- ◆ Comprendre le rôle central de la communication dans une époque historique définie par les paradigmes de la société de l'information et de la connaissance
- ◆ Comprendre les processus de communication dans toutes ses manifestations sociales (interpersonnelles, de groupe et médiatiques)
- ◆ Analyser les différentes approches et démarches disciplinaires et théoriques de la communication
- ◆ Développer une compréhension du vocabulaire adapté au langage de base du marketing et de la communication
- ◆ Connaître les caractéristiques des médias sociaux et leur différence avec les *Mass Media*, ainsi que leurs implications et les changements qu'ils ont générés dans le marketing et la gestion du design

Module 5. Image de l'entreprise

- ◆ Comprendre quels sont les domaines stratégiques qu'un manager graphique doit gérer dans le processus de communication de l'identité graphique et visuelle des marques

Module 6. Design pour la fabrication

- ◆ Atteindre un niveau suffisant de connaissances relatives aux objectifs et aux techniques spécifiques liés au domaine de production
- ◆ Analyser la production d'un point de vue stratégique

Module 7. Matériaux

- ◆ Analyser et évaluer les matériaux utilisés en ingénierie en fonction de leurs propriétés
- ◆ Comprendre, analyser et évaluer les processus de corrosion et de dégradation des matériaux
- ◆ Évaluer et analyser les différentes techniques de contrôle non destructif des matériaux

Module 8. Design durable

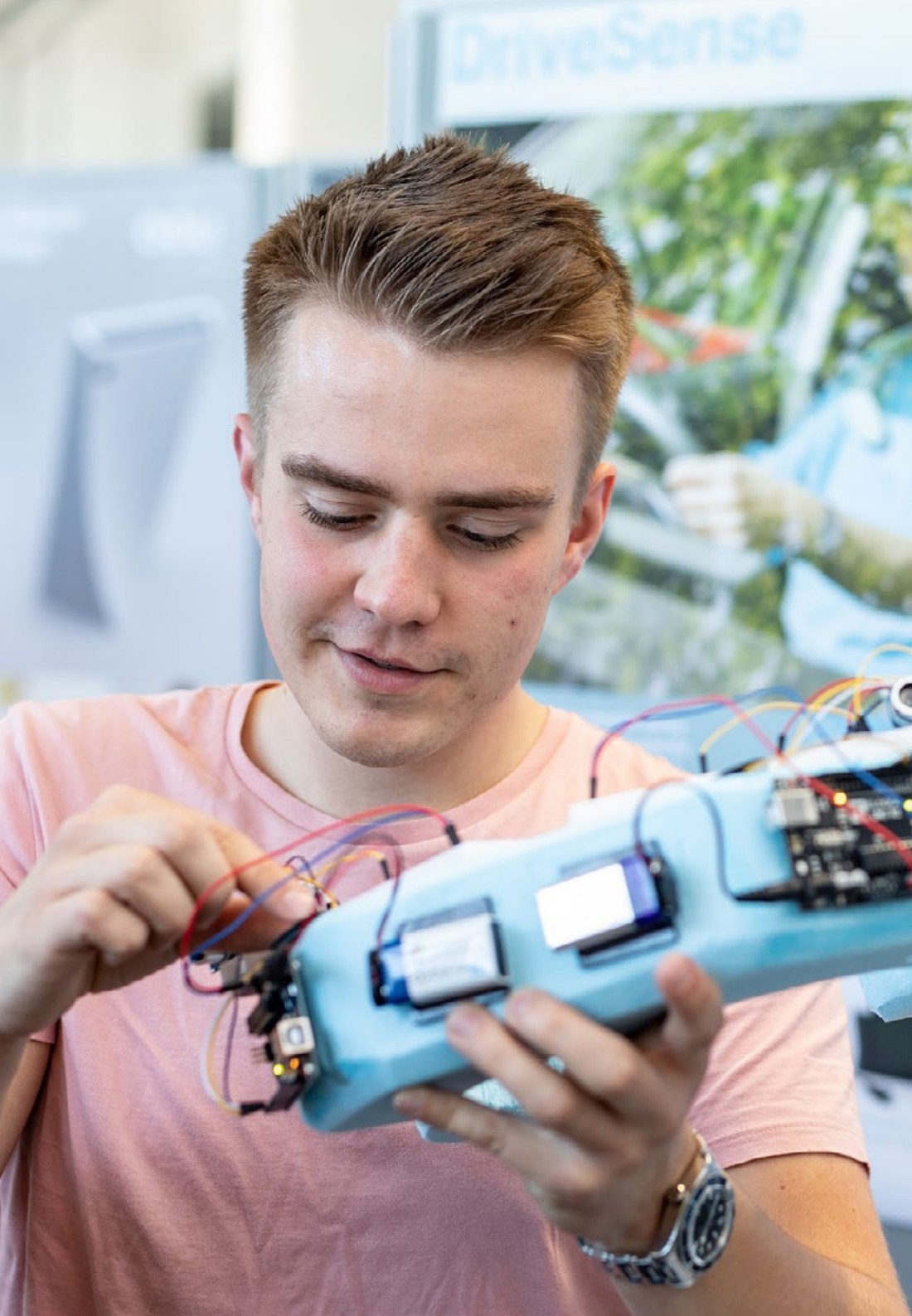
- ◆ Reconnaître l'environnement de la durabilité et le contexte environnemental
- ◆ Comprendre les principaux outils d'évaluation des incidences sur l'environnement
- ◆ Reconnaître l'importance de la durabilité dans le design
- ◆ Connaître les réglementations environnementales pertinentes lors du design
- ◆ Être capable d'Élaborer une stratégie de Design Durable de Produits

Module 9. Matériel de Design

- ◆ Travailler avec les matériaux les plus appropriés dans chaque cas, dans le domaine du Design de Produits
- ◆ Expliquer et décrire les grandes familles de matériaux: leur fabrication, leurs typologies, leurs propriétés, etc.
- ◆ Disposer des critères nécessaires pour pouvoir identifier et sélectionner, sur la base d'un *Briefing*, les différentes gammes de matériaux

Module 10. Design de *packaging*

- ◆ Promouvoir chez les étudiants la vision globale de la conception des conteneurs, des emballages et des étiquettes, en la comprenant comme une activité dans laquelle de nombreux facteurs doivent être pris en compte, du produit qu'elle accompagne à son contexte physique et socio-économique
- ◆ Former les étudiants, par la pratique, à la compétence pour le développement professionnel de projets de conception d'emballages et d'étiquettes



“

TECH vous accompagnera sur le chemin de la réussite professionnelle”

03

Compétences

Ce Mastère Spécialisé permettra à l'étudiant de développer une série de compétences professionnelles orientées vers ce domaine du design. Ainsi, ce programme a été conçu pour faire de l'étudiant un grand expert en Design de Produits, car il fournit des connaissances et des compétences dans des domaines tels que les matériaux, la conception durable, le marketing ou le design du *Packaging*.



“

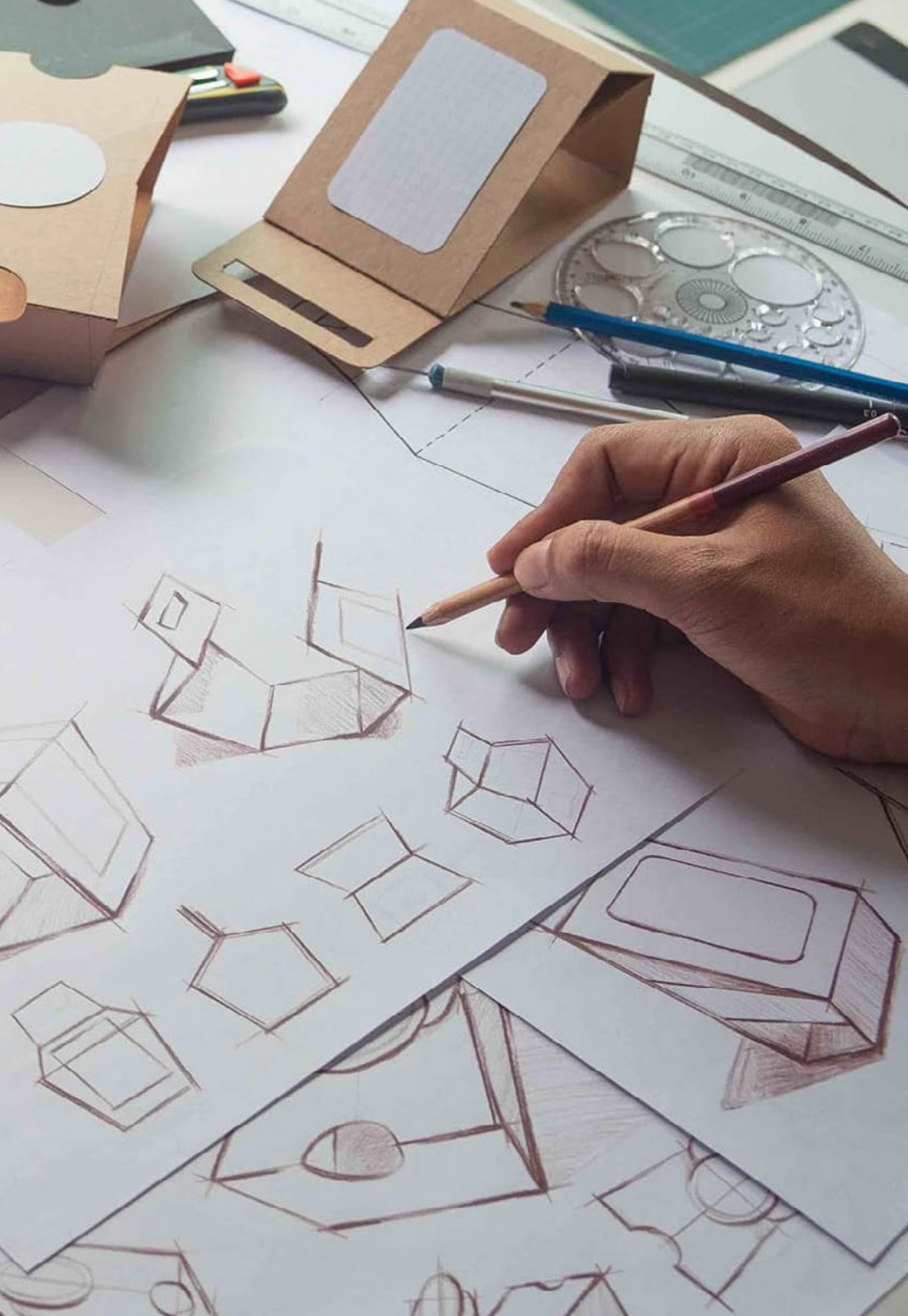
Vous intégrerez les meilleures compétences en matière de conception d'emballages et de conception durable dans votre pratique professionnelle grâce à ce Mastère Spécialisé"



Compétences générales

- ◆ Planifier, développer et présenter des productions artistiques de manière pratique, en utilisant des stratégies de production efficaces et avec ses propres contributions créatives
- ◆ Maîtriser les logiciels de retouche et de manipulation d'images et développer les compétences requises pour les utiliser
- ◆ Connaître les outils théoriques-pratiques et les stratégies qui facilitent la gestion de la communication corporative et institutionnelle dans les organisations de tout type
- ◆ 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 de communication et de messages
- ◆ Identifier les étapes et les phases de production d'un projet
- ◆ Comprendre les principes des nanomatériaux
- ◆ Acquérir une connaissance et une maîtrise des techniques, des formes, des processus et des tendances en matière de conception d'emballages et d'étiquettes et de leurs applications industrielles





Compétences spécifiques

- ◆ Manipuler le logiciel de dessin vectoriel et développer les compétences requises pour l'utiliser
- ◆ Utiliser le logiciel de design éditorial et développer les compétences nécessaires pour créer votre propre œuvre finale
- ◆ Maîtriser les stratégies de coordination entre les aspects de création de produits, de production et les fonctions de marketing, de commercialisation et de communication
- ◆ Analyser et évaluer les matériaux métalliques, tant ferreux que non ferreux
- ◆ Analyser et évaluer les matériaux polymères, céramiques et composites
- ◆ Analyser et évaluer les matériaux utilisés dans la fabrication additive
- ◆ Élaborer un système réglementé de normes graphiques de base fondées sur des éléments d'identité visuelle/de marque
- ◆ Faites un choix judicieux parmi un large éventail lors de l'élaboration d'une proposition de conception pour la production en série
- ◆ Décider des matériaux les plus appropriés pour la réalisation de maquettes ou de prototypes

“

Ce programme vous offre les meilleures techniques de Design de Produits, répondant aux besoins actuels du marché professionnel”

04

Structure et contenu

Ce Mastère Spécialisé en Design de Produits a été structuré en 10 modules spécialisés, grâce auxquels le professionnel pourra se familiariser avec les dernières avancées dans les domaines suivants : les fondements du design, les matériaux de conception, le design durable, les fondements du marketing et l'image de l'entreprise, afin d'obtenir une vision plus globale du Design de Produits et de fabrication, grâce à laquelle l'étudiant aura une perspective plus industrielle pour mener à bien ses projets.





“

Les contenus les plus récents en matière de Design de Produits sont désormais à votre portée. Inscrivez-vous maintenant et obtenez une amélioration professionnelle immédiate”

Module 1. Principes fondamentaux du Design

- 1.1. Histoire du design
 - 1.1.1. La révolution industrielle
 - 1.1.2. Les étapes du design
 - 1.1.3. Architecture
 - 1.1.4. L'école de Chicago
- 1.2. Styles et mouvements de design
 - 1.2.1. Design décoratif
 - 1.2.2. Mouvement moderniste
 - 1.2.3. *Art déco*
 - 1.2.4. Design Industriel
 - 1.2.5. La Bauhaus
 - 1.2.6. La deuxième guerre mondiale
 - 1.2.7. Trans-avant-garde
 - 1.2.8. design contemporaine
- 1.3. Designers et tendances
 - 1.3.1. Architectes d'intérieur
 - 1.3.2. Graphistes
 - 1.3.3. Concepteurs industriels ou de produits
 - 1.3.4. Créateurs de mode
- 1.4. Méthodologie de design
 - 1.4.1. Bruno Munari
 - 1.4.2. Gui Bonsiepe
 - 1.4.3. J. Christopher Jones
 - 1.4.4. L. Bruce Archer
 - 1.4.5. Guillermo González Ruiz
 - 1.4.6. Jorge Frascara
 - 1.4.7. Bernd Löbach
 - 1.4.8. Joan Costa
 - 1.4.9. Norberto Cháves
- 1.5. Le langage dans le design
 - 1.5.1. Les objets et le sujet
 - 1.5.2. Sémiotique des objets
 - 1.5.3. La disposition objectale et sa connotation
 - 1.5.4. La Globalisation des signes
 - 1.5.5. Proposition
- 1.6. Le design et sa dimension esthétique et formelle
 - 1.6.1. Éléments visuels
 - 1.6.1.1. La forme
 - 1.6.1.2. La mesure
 - 1.6.1.3. Couleur
 - 1.6.1.4. Texture
 - 1.6.2. Éléments relationnels
 - 1.6.2.1. Direction
 - 1.6.2.2. Position
 - 1.6.2.3. Espace
 - 1.6.2.4. Gravité
 - 1.6.3. Éléments pratiques
 - 1.6.3.1. Représentation
 - 1.6.3.2. Signification
 - 1.6.3.3. Fonction
 - 1.6.4. Cadre de référence
- 1.7. Méthodes analytiques du Design
 - 1.7.1. Design pragmatique
 - 1.7.2. Design analogique
 - 1.7.3. Un design iconique
 - 1.7.4. Design canonique
 - 1.7.5. Principaux auteurs et leur méthodologie
- 1.8. Design et sémantique
 - 1.8.1. La sémantique
 - 1.8.2. La signification
 - 1.8.3. Sens dénotatif et sens connotatif
 - 1.8.4. Le lexique
 - 1.8.5. Champ lexical et famille lexicale
 - 1.8.6. Relations sémantiques
 - 1.8.7. Changement sémantique
 - 1.8.8. Causes du changement sémantique

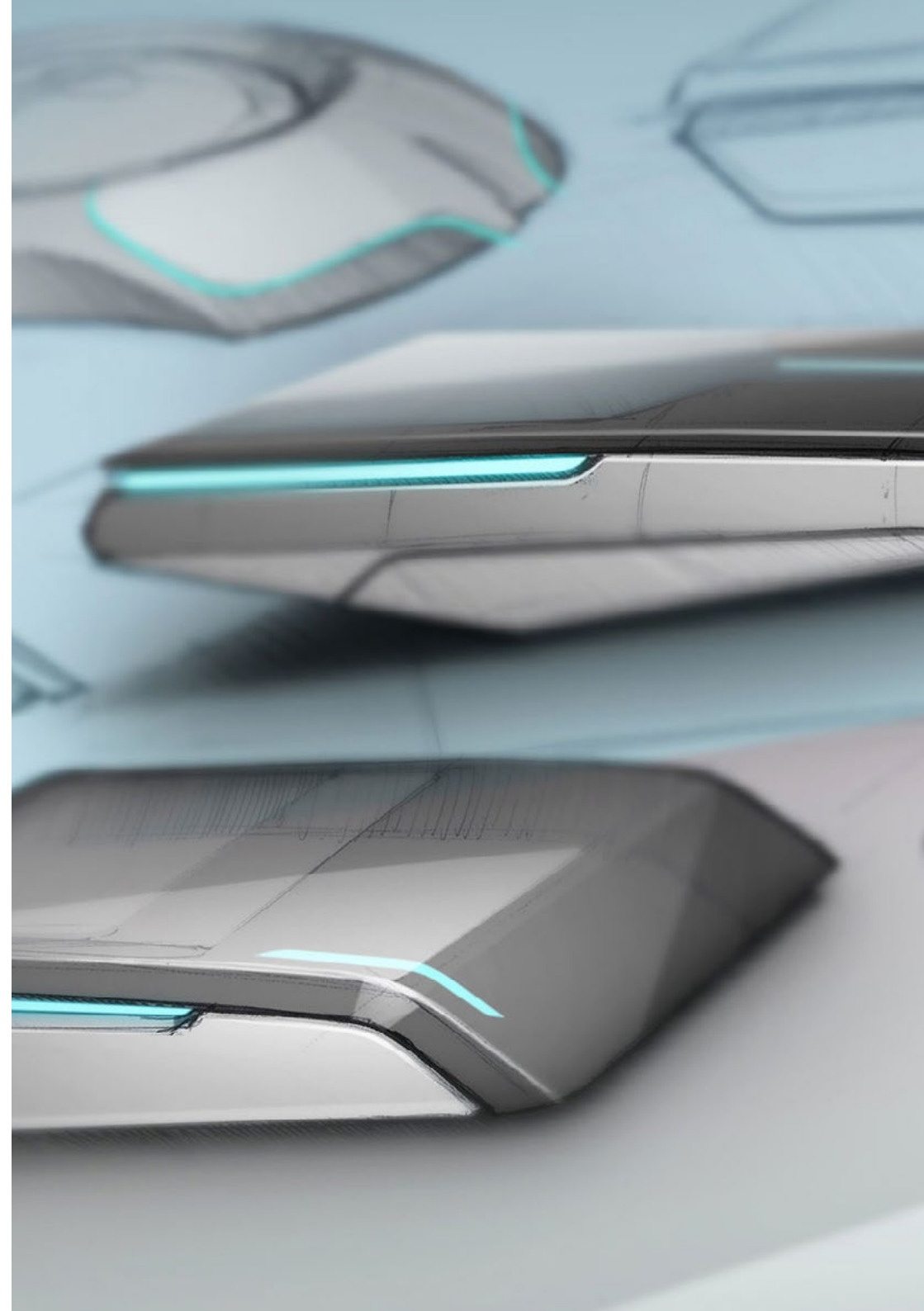
- 1.9. Design et pragmatique
 - 1.9.1. Conséquences pratiques, abduction et sémiotique
 - 1.9.2. Médiation, corps et émotions
 - 1.9.3. Apprentissage, expérience et clôture
 - 1.9.4. Identité, relations sociales et objets
- 1.10. Contexte actuel du design
 - 1.10.1. Problèmes de design actuels
 - 1.10.2. Problèmes de design actuels
 - 1.10.3. Contributions sur la méthodologie

Module 2. Principes fondamentaux de la Créativité

- 2.1. Introduction créative
 - 2.1.1. Le style dans l'art
 - 2.1.2. Éduquez votre regard
 - 2.1.3. Peut-on être créatif?
 - 2.1.4. Langues picturales
 - 2.1.5. De quoi ai-je besoin? Matériaux
- 2.2. La perception comme premier acte créatif
 - 2.2.1. Que voyez-vous? Qu'entendez-vous? Que ressentez-vous?
 - 2.2.2. Percevoir, observer, examiner attentivement
 - 2.2.3. Le portrait et l'autportrait: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Cas pratiques: Photodialogue. Plonger en soi-même
- 2.3. Face à la feuille blanche
 - 2.3.1. Dessiner sans crainte
 - 2.3.2. Le carnet de notes comme outil
 - 2.3.3. Le livre de l'artiste, qu'est-ce que c'est?
 - 2.3.4. Références
- 2.4. Création de notre livre d'artiste
 - 2.4.1. Analyse et jeu: crayons et marqueurs
 - 2.4.2. Trucs pour desserrer la main
 - 2.4.3. Premières lignes
 - 2.4.4. La plume
- 2.5. Création de notre livre d'artiste II
 - 2.5.1. La tache
 - 2.5.2. Les cires Expérimentation
 - 2.7.3. Pigments naturels
- 2.6. Création de notre livre d'artiste III
 - 2.6.1. Collage et photomontage
 - 2.6.2. Outils traditionnels
 - 2.6.3. Outils en ligne: *Pinterest*
 - 2.6.4. Expérimentation de la composition des images
- 2.7. Agir sans réfléchir
 - 2.7.1. Qu'obtenons-nous en faisant sans réfléchir?
 - 2.7.2. L'improvisation: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Action Painting*
- 2.8. Le critique en tant qu'artiste
 - 2.8.1. Critique constructive
 - 2.8.2. Manifeste sur la critique créative
- 2.9. Blocage créatif
 - 2.9.1. Qu'est-ce que le blocage?
 - 2.9.2. Repoussez vos limites
 - 2.9.3. Cas pratiques: Se salir les mains
- 2.10. Étude de notre livre d'artiste
 - 2.10.1. Les émotions et leur gestion dans le domaine de la création
 - 2.10.2. Votre propre monde dans un carnet
 - 2.10.3. Qu'est-ce que j'ai ressenti? Auto-analyse
 - 2.10.4. Étude de cas: l'autocritique

Module 3. Technologie numérique

- 3.1. Introduction à l'imagerie numérique
 - 3.1.1. Les TIC
 - 3.1.2. Description des technologies
 - 3.1.3. Commandes
- 3.2. Image vectorielle. Travailler avec des objets
 - 3.2.1. Outils de sélection
 - 3.2.2. Regroupement
 - 3.2.3. Aligner et distribuer
 - 3.2.4. Guides intelligents
 - 3.2.5. Symboles
 - 3.2.6. Transformer
 - 3.2.7. Distorsion
 - 3.2.8. Enveloppes
 - 3.2.9. Pathfinder
 - 3.2.10. Formes composées
 - 3.2.11. Chemins composés
 - 3.2.12. Couper, diviser et séparer
- 3.3. Image vectorielle. Couleur
 - 3.3.1. Modes de couleur
 - 3.3.2. Outil pipette
 - 3.3.3. Échantillons
 - 3.3.4. Dégradés
 - 3.3.5. Remplissage de motifs
 - 3.3.6. Panneau d'apparence
 - 3.3.7. Attributs
- 3.4. Image vectorielle. Edition avancée
 - 3.4.1. Maillage en dégradé
 - 3.4.2. Panneau de transparence
 - 3.4.3. Modes de mélange
 - 3.4.4. Traçage interactif
 - 3.4.5. Masques d'écrêtage
 - 3.4.6. Texte



- 3.5. Image bitmap. Couches
 - 3.5.1. Création
 - 3.5.2. Lien
 - 3.5.3. Transformation
 - 3.5.4. Regroupement
 - 3.5.5. Couches de réglage
- 3.6. Image bitmap. Sélections, masques et canaux
 - 3.6.1. Outil de sélection des cadres
 - 3.6.2. Outil de sélection Lasso
 - 3.6.3. Outil de la baguette magique
 - 3.6.4. Menu Sélections. Gamme de couleurs
 - 3.6.5. Chaînes
 - 3.6.6. Retouche du masque
 - 3.6.7. Masques d'écrêtage
 - 3.6.8. Masques vectoriels
- 3.7. Image bitmap. Modes de mélange et styles de calque
 - 3.7.1. Styles de couches
 - 3.7.2. Opacité
 - 3.7.3. Options de style de calque
 - 3.7.4. Modes de mélange
 - 3.7.5. Exemples de modes de mélange
- 3.8. Le projet éditorial. Types et formes
 - 3.8.1. Le projet éditorial
 - 3.8.2. Typologies du projet éditorial
 - 3.8.3. Création et configuration du document
- 3.9. Éléments de composition du projet éditorial
 - 3.9.1. Pages principales
 - 3.9.2. Réticulation
 - 3.9.3. Intégration et composition de textes
 - 3.9.4. Intégration d'images

- 3.10. Mise en page, exportation et impression
 - 3.10.1. Mise en page
 - 3.10.1.1. Sélection et édition de photos
 - 3.10.1.2. Vérification préliminaire
 - 3.10.1.3. Emballage
 - 3.10.2. Exportation
 - 3.10.2.1. Exportation pour les médias numériques
 - 3.10.2.2. Exportation pour le support physique
 - 3.10.3. Impression
 - 3.10.3.1. Impression traditionnelle
 - 3.10.3.1.1. Reliure
 - 3.10.3.2. Impression numérique

Module 4. Les fondements du Marketing

- 4.1. Introduction au compositing
 - 4.1.1. Concept de marketing
 - 4.1.1.1. Définition du marketing
 - 4.1.1.2. Evolution et actualité du marketing
 - 4.1.2. Différentes approches du marketing
- 4.2. Le marketing dans l'entreprise: stratégique et opérationnel. Le plan de marketing
 - 4.2.1. La gestion du marketing
 - 4.2.2. Importance de la gestion commerciale
 - 4.2.3. Diversité des formes de gestion
 - 4.2.4. Marketing stratégique
 - 4.2.5. Stratégie commerciale
 - 4.2.6. Domaines d'application
 - 4.2.7. Planification commerciale
 - 4.2.8. Le plan de marketing
 - 4.2.9. Concept et définitions
 - 4.2.10. Les étapes du plan de marketing
 - 4.2.11. Types de plan de marketing

- 4.3. L'environnement des affaires et le marché des organisations
 - 4.3.1. Environnement
 - 4.3.2. Concepts et limites de l'environnement
 - 4.3.3. Macro-environnement
 - 4.3.4. Micro-environnement
 - 4.3.5. Le marché
 - 4.3.6. Concepts et limites du marché
 - 4.3.7. Évolution du marché
 - 4.3.8. Types de marchés
 - 4.3.9. L'importance de la concurrence
- 4.4. Comportement des consommateurs
 - 4.4.1. L'importance du comportement dans la stratégie
 - 4.4.2. Facteurs d'influence
 - 4.4.3. Avantages pour l'entreprise
 - 4.4.4. Avantages pour le consommateur
 - 4.4.5. Approches du comportement du consommateur
 - 4.4.6. Caractéristiques et complexité
 - 4.4.7. Variables impliquées
 - 4.4.8. Différents types d'approches
- 4.5. Les étapes du processus d'achat du consommateur
 - 4.5.1. Focus
 - 4.5.2. Approche selon les différents auteurs
 - 4.5.3. L'évolution du processus dans l'histoire
 - 4.5.4. Étapes
 - 4.5.5. Reconnaissance du problème
 - 4.5.6. Recherche d'informations
 - 4.5.7. Évaluation des alternatives
 - 4.5.8. Décision d'achat
 - 4.5.9. Après l'achat
 - 4.5.10. Modèles de prise de décision
 - 4.5.11. Modèle économique
 - 4.5.12. Modèle Psychologique
 - 4.5.13. Modèles comportementaux mixtes
 - 4.5.14. La segmentation du marché dans la stratégie organisationnelle
 - 4.5.15. Segmentation du marché
 - 4.5.16. Concept
 - 4.5.17. Types de segmentation
 - 4.5.18. L'influence de la segmentation sur les stratégies
 - 4.5.19. L'importance de la segmentation dans l'entreprise
 - 4.5.20. Planification stratégique basée sur la segmentation
- 4.6. Les critères de segmentation des marchés de consommation et industriels
- 4.7. Procédure de segmentation
 - 4.7.1. Délimitation des segments
 - 4.7.2. Identification des profils
 - 4.7.3. Évaluation de la procédure
- 4.8. Critères de segmentation
 - 4.8.1. Caractéristiques géographiques
 - 4.8.2. Caractéristiques sociales et économiques
 - 4.8.3. Autres critères
 - 4.8.4. Réponse des consommateurs à la segmentation
- 4.9. L'offre et la demande du marché. Évaluation de la segmentation
 - 4.9.1. Analyse de l'offre
 - 4.9.1.1. Classifications de l'offre
 - 4.9.1.2. Détermination de l'offre
 - 4.9.1.3. Facteurs affectant l'offre
 - 4.9.2. Analyse de la demande
 - 4.9.2.1. Classification de la demande
 - 4.9.2.2. Zones de marché
 - 4.9.2.3. Estimation de la demande
 - 4.9.3. Évaluation de la segmentation
 - 4.9.3.1. Systèmes d'évaluation
 - 4.9.3.2. Méthodes de suivi
 - 4.9.3.3. Commentaires
- 4.10. Le marketing mix
 - 4.10.1. Définition du marketing mix
 - 4.10.1.1. Concept et définition
 - 4.10.1.2. Histoire et évolution

- 4.10.2. Éléments du marketing mix
 - 4.10.2.1. Produit
 - 4.10.2.2. Prix
 - 4.10.2.3. Distribution
 - 4.10.2.4. Promotion
- 4.10.3. Les nouveaux 4p du marketing
 - 4.10.3.1. Personnalisation
 - 4.10.3.2. Participation
 - 4.10.3.3. *Peer To Peer*
 - 4.10.3.4. Prédiction modélisées
- 4.10.4. Stratégies actuelles de gestion de portefeuille de produits. Stratégies de croissance et de marketing concurrentiel
- 4.10.5. Stratégies de portefeuille
 - 4.10.5.1. La matrice BCG
 - 4.10.5.2. La matrice d'Ansoff
 - 4.10.5.3. La matrice de la position concurrentielle
- 4.10.6. Stratégies
 - 4.10.6.1. Stratégie de segmentation
 - 4.10.6.2. Stratégie de positionnement
 - 4.10.6.3. Stratégie de fidélisation
 - 4.10.6.4. Stratégie fonctionnelle

Module 5. Image de l'entreprise

- 5.1. Identité
 - 5.1.1. Idée d'identité
 - 5.1.2. Pourquoi cherche-t-on l'identité?
 - 5.1.3. Types d'identité
 - 5.1.4. Identité numérique
- 5.2. Identité d'entreprise
 - 5.2.1. Définition. Pourquoi avoir une identité d'entreprise?
 - 5.2.2. Facteurs influençant l'identité d'entreprise
 - 5.2.3. Composants de l'identité d'entreprise
 - 5.2.4. Communication de l'identité
 - 5.2.5. Identité de l'entreprise *Branding* et image de l'entreprise

- 5.3. Image de l'entreprise
 - 5.3.1. Caractéristiques de l'image de l'entreprise
 - 5.3.2. A quoi sert l'image de marque?
 - 5.3.3. Types d'image de marque
 - 5.3.4. Exemples
- 5.4. Les signes d'identification de base
 - 5.4.1. Le nom ou le *Naming*
 - 5.4.2. Les Logos
 - 5.4.3. Les monogrammes
 - 5.4.4. Isotypes
- 5.5. Facteurs de mémorisation de l'identité
 - 5.5.1. Originalité
 - 5.5.2. Valeur symbolique
 - 5.5.3. Grossesse
 - 5.5.4. Répétition
- 5.6. Méthodologie pour le processus de création de la marque
 - 5.6.1. Étude du secteur et de la concurrence
 - 5.6.2. *Briefing*, modèle
 - 5.6.3. Définir la stratégie et la personnalité de la marque. Valeurs
 - 5.6.4. Public cible
- 5.7. Le client
 - 5.7.1. Déterminer les caractéristiques du client
 - 5.7.2. Typologies de clients
 - 5.7.3. Le déroulement de la réunion
 - 5.7.4. L'importance de connaître le client
 - 5.7.5. Fixer le budget
- 5.8. Manuel d'identité d'entreprise
 - 5.8.1. Règles de construction et d'application des marques
 - 5.8.2. Typographie d'entreprise
 - 5.8.3. Couleurs de l'entreprise
 - 5.8.4. Autres éléments graphiques
 - 5.8.5. Exemples de manuels d'entreprise

- 5.9. Refonte des identités
 - 5.9.1. Raisons pour lesquelles on choisit de redessiner une identité
 - 5.9.2. Gérer un changement d'identité d'entreprise
 - 5.9.3. Bonne pratique. Références visuelles
 - 5.9.4. Faute professionnelle Références visuelles
- 5.10. Projet d'identité de marque
 - 5.10.1. Présentation et explication du projet. Références
 - 5.10.2. *Brainstorming*. Analyse du Marché
 - 5.10.3. Public cible, valeur de la marque
 - 5.10.4. Premières idées et esquisses. Techniques de création
 - 5.10.5. Établir le projet. Typographies et couleurs
 - 5.10.6. Livraison et correction des projets

Module 6. Design pour la fabrication

- 6.1. Design pour la fabrication et assemblage
- 6.2. Formage par moulage
 - 6.2.1. Casting
 - 6.2.2. Injection
- 6.3. Formage par déformation
 - 6.3.1. Déformation plastique
 - 6.3.2. Estampage
 - 6.3.3. Forgeage
 - 6.3.4. Extrusion
- 6.4. Mise en forme par perte de matière
 - 6.4.1. Par abrasion
 - 6.4.2. Par enlèvement des copeaux
- 6.5. Traitement thermique
 - 6.5.1. Durcissement
 - 6.5.2. Trempe
 - 6.5.3. Recuit
 - 6.5.4. Normalisation
 - 6.5.5. Traitements thermochimiques

- 6.6. Application de peintures et de revêtements
 - 6.6.1. Traitements électrochimiques
 - 6.6.2. Traitements électrolytiques
 - 6.6.3. Peintures, laques et vernis
- 6.7. Mise en forme des polymères et des matériaux céramiques
- 6.8. Fabrication de pièces composites
- 6.9. Fabrication additive
 - 6.9.1. *Powder bed fusion*
 - 6.9.2. *Direct energy deposition*
 - 6.9.3. *Binder jetting*
 - 6.9.4. *Bound pouvoir extrusion*
- 6.10. Une ingénierie robuste
 - 6.10.1. Méthode *Taguchi*
 - 6.10.2. Design d'expériences
 - 6.10.3. Contrôle Statistiques des processus

Module 7. Matériaux

- 7.1. Propriétés des matériaux
 - 7.1.1. Propriétés mécaniques
 - 7.1.2. Propriétés électriques
 - 7.1.3. Propriétés optiques
 - 7.1.4. Propriétés magnétiques
- 7.2. Matériaux métalliques I. Ferreux
- 7.3. Matériaux métalliques II. Non ferreux
- 7.4. Matériaux polymères
 - 7.4.1. Thermoplastiques
 - 7.4.2. Plastiques thermodurcissables
- 7.5. Matériaux céramiques
- 7.6. Matériaux composites
- 7.7. Biomatériaux
- 7.8. Nanomatériaux
- 7.9. Corrosion et dégradation des matériaux
 - 7.9.1. Types de corrosion
 - 7.9.2. Oxydation des métaux
 - 7.9.3. Contrôle de la corrosion

- 7.10. Essais non destructifs
 - 7.10.1. Inspections visuelles et endoscopie
 - 7.10.2. Ultrasons
 - 7.10.3. Rayons X
 - 7.10.4. Courants de Foucault (Eddy)
 - 7.10.5. Particules magnétiques
 - 7.10.6. Liquides de ressuage
 - 7.10.7. Thermographie infrarouge

Module 8. Design durable

- 8.1. Statut environnemental
 - 8.1.1. Contexte environnemental
 - 8.1.2. Perception de l'environnement
 - 8.1.3. Consommation et consumérisme
- 8.2. Production durable
 - 8.2.1. Empreinte écologique
 - 8.2.2. Biocapacité
 - 8.2.3. Déficit écologique
- 8.3. Durabilité et innovation
 - 8.3.1. Processus de production
 - 8.3.2. Gestion des processus
 - 8.3.3. Démarrage de la production
 - 8.3.4. La productivité par le Design
- 8.4. Introduction Éco-conception
 - 8.4.1. Développement durable
 - 8.4.2. Écologie industrielle
 - 8.4.3. Éco-efficacité
 - 8.4.4. Introduction au concept d'éco-conception
- 8.5. Méthodologies d'éco-conception
 - 8.5.1. Propositions méthodologiques pour la mise en œuvre de l'éco-conception
 - 8.5.2. Préparation du projet (forces motrices, législation)
 - 8.5.3. Aspects environnementaux

- 8.6. Analyse du cycle de vie (ACV)
 - 8.6.1. Unité fonctionnelle
 - 8.6.2. Inventaire
 - 8.6.3. Liste des impacts
 - 8.6.4. Génération des conclusions et de la stratégie
- 8.7. Idées d'amélioration (stratégies d'écoconception)
 - 8.7.1. Réduire l'impact
 - 8.7.2. Augmenter l'unité fonctionnelle
 - 8.7.3. Impact positif
- 8.8. Économie circulaire
 - 8.8.1. Définition
 - 8.8.2. Évolution
 - 8.8.3. Les Success Stories
- 8.9. *Cradle to Cradle*
 - 8.9.1. Définition
 - 8.9.2. Évolution
 - 8.9.3. Les Success Stories
- 8.10. Réglementations environnementales
 - 8.10.1. Pourquoi avons-nous besoin d'une réglementation?
 - 8.10.2. Qui établit les règlements?
 - 8.10.3. Cadre environnemental de l'Union européenne
 - 8.10.4. La réglementation dans le processus de développement

Module 9. Matériel de Design

- 9.1. Le matériau comme source d'inspiration
 - 9.1.1. Recherche de matériel
 - 9.1.2. Classification
 - 9.1.3. Le matériau et son contexte
- 9.2. Matériel de Design
 - 9.2.1. Utilisations courantes
 - 9.2.2. Contre-indications
 - 9.2.3. Combinaison de matériaux

- 9.3. Art + Innovation
 - 9.3.1. Les matériaux dans l'art
 - 9.3.2. Nouveaux matériaux
 - 9.3.3. Matériaux composites
- 9.4. Physique
 - 9.4.1. Concepts de base
 - 9.4.2. Composition des matériaux
 - 9.4.3. Essais mécaniques
- 9.5. Technologie
 - 9.5.1. Matériaux intelligents
 - 9.5.2. Matériaux dynamiques
 - 9.5.3. L'avenir des matériaux
- 9.6. Durabilité
 - 9.6.1. Approvisionnement
 - 9.6.2. Utilisation
 - 9.6.3. Gestion finale
- 9.7. Biomimétisme
 - 9.7.1. Réflexion
 - 9.7.2. Transparence
 - 9.7.3. Autres techniques
- 9.8. Innovation
 - 9.8.1. Les Success Stories
 - 9.8.2. Recherche sur les matériaux
 - 9.8.3. Sources de recherche
- 9.9. Prévention des risques
 - 9.9.1. Facteur de sécurité
 - 9.9.2. Feu
 - 9.9.3. Rupture
 - 9.9.4. Autres risques
- 9.10. Règlements et législation
 - 9.10.1. Réglementation selon l'application
 - 9.10.2. Réglementation selon le secteur
 - 9.10.3. Réglementation en fonction du lieu

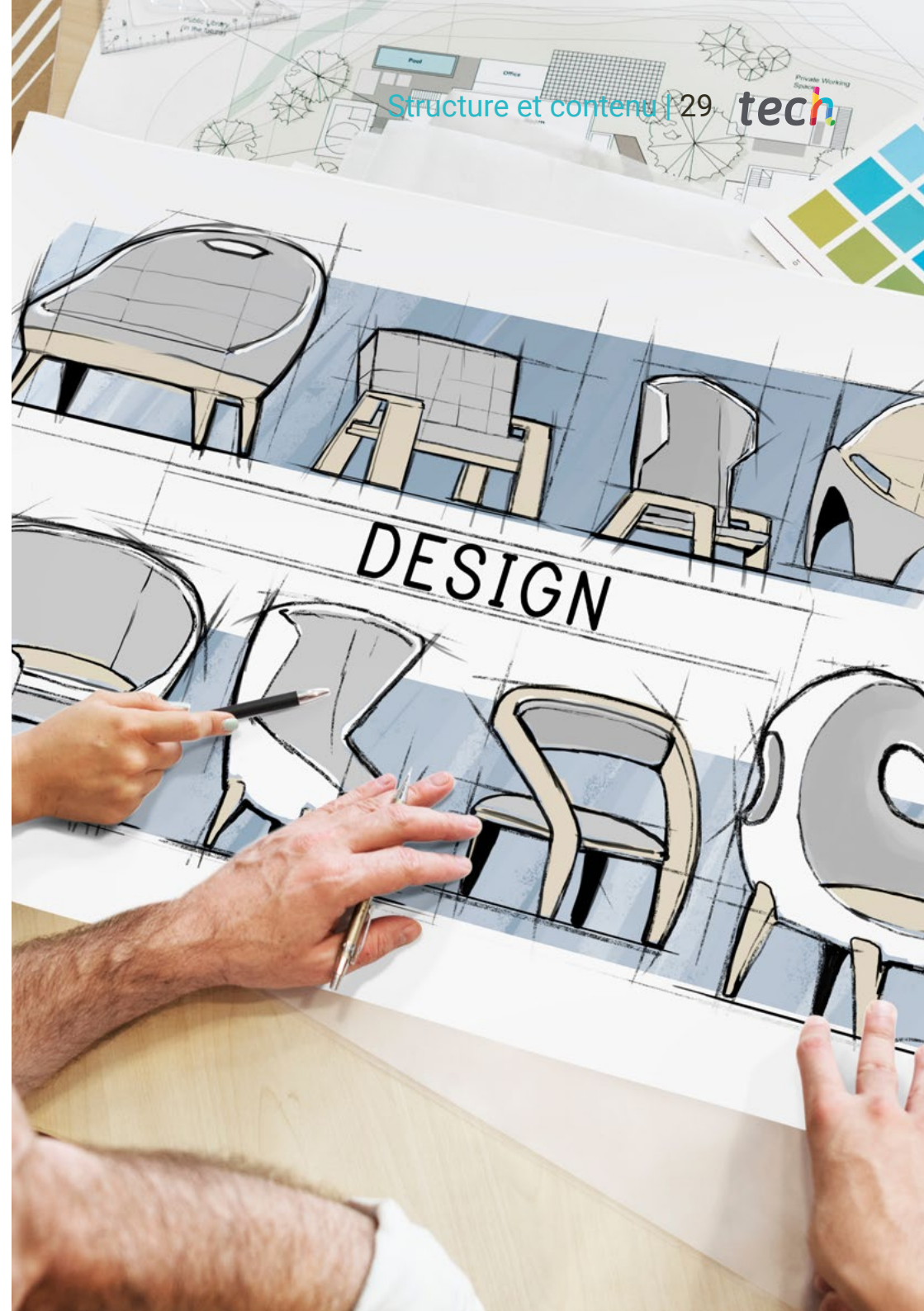
Module 10. Design de *Packaging*

- 10.1. Introduction au *Packaging*
 - 10.1.1. Perspective historique
 - 10.1.2. Caractéristiques fonctionnelles
 - 10.1.3. Description du système-produit et du cycle de vie
- 10.2. Recherche sur le *Packaging*
 - 10.2.1. Sources d'information
 - 10.2.2. Travail de terrain
 - 10.2.3. Comparaisons et stratégies
- 10.3. *Packaging* structurel
 - 10.3.1. Analyse des besoins spécifiques
 - 10.3.2. Forme, couleur, odeur, volume et textures
 - 10.3.3. Ergonomie de l'emballage
- 10.4. *Marketing* du *Packaging*
 - 10.4.1. Relation du *pack* avec la marque et le produit
 - 10.4.2. Application d'image de marque
 - 10.4.3. Exemples
- 10.5. Communication sur le *Packaging*
 - 10.5.1. Relation du *pack* avec le produit, le client et l'utilisateur
 - 10.5.2. Conception des sens
 - 10.5.3. Design d'expérience
- 10.6. Matériaux et processus de production
 - 10.6.1. Verre
 - 10.6.2. Papier et carton
 - 10.6.3. Métal
 - 10.6.4. Plastiques
 - 10.6.5. Composites de matériaux naturels
- 10.7. La durabilité appliquée au *Packaging*
 - 10.7.1. Stratégies d'éco-conception
 - 10.7.2. Analyse du cycle de vie
 - 10.7.3. Le *Pack* comme déchet

- 10.8. Législation
 - 10.8.1. Réglementation spécifique: identification et codification
 - 10.8.2. Réglementation des matières plastiques
 - 10.8.3. Tendances réglementaires
- 10.9. L'innovation du *Packaging*
 - 10.9.1. Différenciation par *Packaging*
 - 10.9.2. Dernières tendances
 - 10.9.3. *Design For All*
- 10.10. Projet de *Packaging*
 - 10.10.1. Étude de cas
 - 10.10.2. Stratégie de *Packaging*
 - 10.10.3. Exercice pratique

“

Le système d'enseignement innovant de TECH est associé à un programme complet et actualisé, ce qui en fait la meilleure option éducative pour les professionnels qui souhaitent orienter leur carrière vers le Design de Produits”



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.



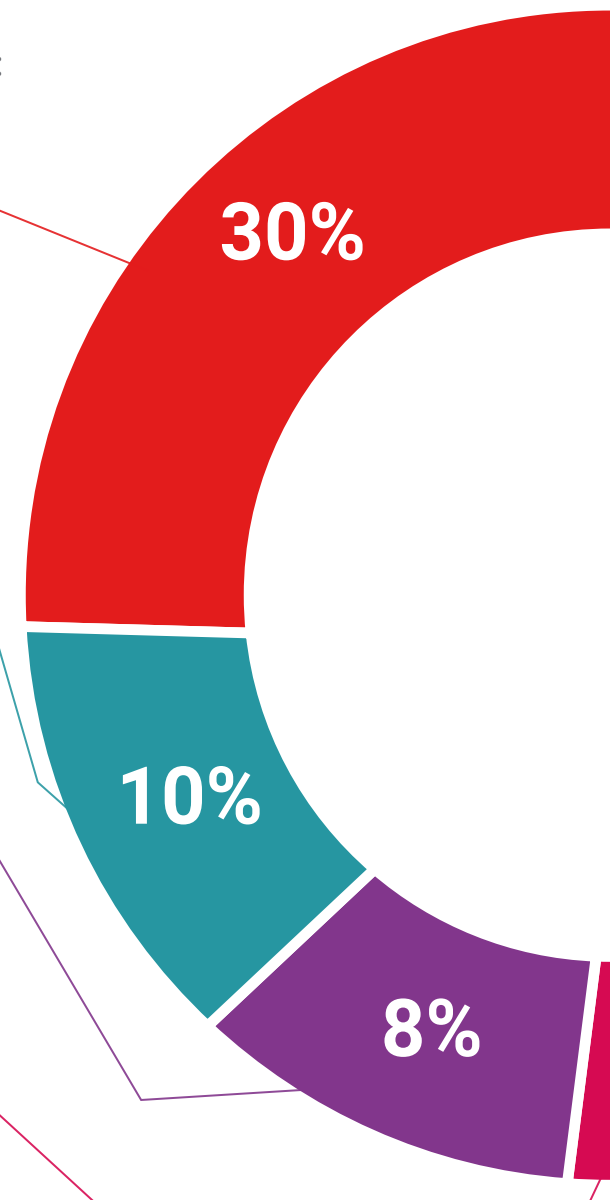
Pratiques en compétences et aptitudes

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 de Produits 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.



“

Finalisez cette formation avec succès et recevez votre Mastère Spécialisé sans avoir à vous soucier des déplacements ou des démarches administratives”

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

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

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

Diplôme: **Mastère Spécialisé en Design de Produits**

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 de Produits

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

Mastère Spécialisé

Design de Produits

