

Mastère Hybride

Design de Packaging



tech université
technologique

Mastère Hybride Design de Packaging

Modalité: Hybride (En ligne + Pratiques Cliniques)

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.620 h.

Accès au site web: www.techtitute.com/fr/design/mastere-hybride/mastere-hybride-design-packaging

Sommaire

01

Présentation

Page 4

02

Pourquoi suivre ce Mastère Hybride ?

Page 8

03

Objectifs

Page 12

04

Compétences

Page 18

05

Direction de la formation

Page 22

06

Plan d'étude

Page 30

07

Stage Pratique

Page 40

08

Où puis-je effectuer mon Stage Pratique?

Page 46

09

Méthodologie

Page 50

10

Diplôme

Page 58

01

Présentation

La concurrence commerciale oblige les entreprises à faire la différence pour attirer l'attention du client et être définitivement celle qui sera choisie au moment de l'achat ou de la conclusion d'un contrat. L'une des techniques les plus efficaces est le design d'emballages attrayants, raison pour laquelle les entreprises exigent de plus en plus la présence de professionnels qui maîtrisent cette technique. Sur cette base, TECH a estimé nécessaire de créer ce programme très complet qui combine, en une seule formation, le contenu théorique le meilleur et le plus moderne et un séjour pratique de 3 semaines dans un centre prestigieux dans le domaine du design et du Marketing. Sans aucun doute, une opportunité qui permettra à l'étudiant de faire un saut qualitatif dans sa carrière en seulement 12 mois.



“

Le packaging est devenu une stratégie fondamentale pour garantir le succès de toute campagne. Spécialisez-vous dans cette technique et réussissez dans le secteur du design”

Une bonne image est devenue, de nos jours, une condition fondamentale pour garantir le succès de toute entreprise. Actuellement, la concurrence sur le marché est féroce, c'est pourquoi les équipes créatives doivent travailler dur pour créer des campagnes qui se distinguent des autres et qui les font sortir du lot. En effet, attirer l'attention du client est devenu l'un des principaux objectifs des entreprises car, de nos jours, la fonctionnalité ou la qualité ne suffisent pas si elles n'ont pas une image différente et distinctive.

C'est pourquoi le packaging a pris une importance considérable ces dernières années, car il permet d'exprimer l'identité de l'entreprise à travers les couleurs et les formes d'une manière diverse et variée. Afin que le spécialiste du design puisse acquérir une connaissance large et spécialisée de cette technique si demandée dans l'industrie, TECH et son équipe ont mis au point ce master mixte très complet en Design de Packaging.

Il s'agit d'un programme qui combine, de manière intensive, le meilleur contenu théorique, développé par l'équipe enseignante, des experts dans le domaine avec une expérience professionnelle large et étendue, le matériel supplémentaire le plus varié et le plus complet et la possibilité d'un séjour pratique de 3 semaines dans une entreprise leader du secteur.

Pendant les 12 mois du diplôme, l'étudiant approfondira les clés du design, de la structuration et de l'illustration du *Packaging*, à travers l'utilisation des outils et des logiciels les plus récents. En outre, il se penchera sur les stratégies actuelles les plus efficaces en matière de Marketing et *Branding*.

Il s'agit donc d'une occasion unique d'étudier un programme qui vous fournira les compétences nécessaires pour devenir un professionnel du design exceptionnel et avec lequel vous pourrez perfectionner vos compétences créatives d'une manière hautement capacitante.

Ce **Mastère Hybride en Design de Packaging** contient le programme le plus complet et le plus à jour du marché. Ses caractéristiques sont les suivantes:

- ♦ Le développement de plus de 100 études de cas présentées par des professionnels du design et des professeurs d'université ayant une grande expérience dans l'industrie créative
- ♦ Le contenu graphique, schématique et éminemment pratique qui fournit des informations scientifiques et pratiques sur les disciplines essentielles à la pratique professionnelle
- ♦ L'utilisation des outils les plus sophistiqués du secteur, avec un accent particulier sur la maîtrise des stratégies les plus avant-gardistes et des techniques les plus performantes
- ♦ Les stratégies de marketing, le design de marques et des récits expressifs qui confèrent une plus grande valeur symbolique et commerciale au produit et à son emballage
- ♦ La discussion de cas réels et réussis dans l'industrie de l'emballage, à travers lesquels l'étudiant sera mis à jour et développera une vision complète du marché
- ♦ Les plans intégraux pour l'incorporation d'accessoires intelligents au produit et à son emballage qui garantissent une information et une utilisation personnalisées
- ♦ Les cours théoriques, des questions à l'expert, des forums de discussion sur des sujets controversés et un travail de réflexion individuel
- ♦ Les contenus sont disponibles à partir de tout appareil fixe ou portable doté d'une connexion internet
- ♦ La possibilité de effectuer un stage dans une entreprise de premier plan



Un programme qui donnera à votre CV un plus distinctif et professionnalisant, un aspect qui se distinguera dans tout processus de recrutement"

“

Vous disposerez de matériel supplémentaire que comprenant des vidéos détaillées et des tutoriels Adobe Illustrator, de sorte que la maîtrise du design vectoriel sera une tâche simple et dynamique à réaliser”

Dans ce Mastère, de nature professionnalisante et de modalité d'apprentissage hybride, le programme vise à mettre à jour les professionnels du design qui ont besoin d'un haut niveau de qualification. Les contenus sont basés sur les dernières preuves scientifiques et sont orientés de manière didactique pour intégrer les connaissances théoriques dans la pratique créative, et les éléments théoriques-pratiques faciliteront la mise à jour des connaissances et permettront la prise de décision dans la création, la gestion, la participation et la direction de projets.

Grâce à son contenu multimédia développé avec les dernières technologies éducatives, ils permettront au professionnel du design un apprentissage situé et contextuel, c'est-à-dire, un environnement simulé qui fournira un apprentissage immersif programmé pour s'entraîner dans des situations réelles. La conception de ce programme est axée sur l'Apprentissage Basé sur les Problèmes, grâce auquel vous devrez essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives, créé par des experts reconnus pour s'entraîner dans des situations réelles. La conception de ce programme est basée sur l'Apprentissage par les Problèmes. Ainsi le professionnel devra essayer de résoudre les différentes situations de pratique professionnelle qui se présentent à lui tout au long du programme. Pour ce faire, l'étudiant sera assisté d'un innovant système de vidéos interactives créé par des experts reconnus.

Vous disposerez d'un programme d'études optimal et moderne, qui comprend des stratégies efficaces pour développer des emballages attrayants adaptés à la demande actuelle du marché.

Vous apprendrez en détail les matériaux recommandés dans les processus d'éco-design et de recyclage, et vous vous définirez ainsi comme un concepteur engagé dans la protection de l'environnement à travers votre travail.



02

Pourquoi suivre ce Mastère Hybride?

Ce Mastère Hybride est d'une importance vitale pour tous les spécialistes qui souhaitent mettre à jour leurs connaissances en matière de Design de Packaging. Grâce à ce programme innovant, conçu par TECH, les étudiants maîtriseront les tendances opérationnelles telles que l'inclusion de matériaux biodégradables, compostables ou comestibles pour la création d'emballages plus respectueux de l'environnement. Ce programme comprend également un stage pratique, unique sur le marché de l'éducation en raison de sa portée internationale, qui permet aux étudiants d'assimiler rapidement et avec souplesse les outils numériques et les techniques opérationnelles qui sont essentiels dans ce domaine professionnel.



“

Le Design de Packaging est devenu une spécialité très recherchée par les entreprises qui souhaitent personnaliser leurs marques. Ce programme d'études est idéal pour vous permettre de maîtriser ses normes internationales"

1. S'actualiser sur les technologies les plus récentes

Afin de développer des emballages plus sophistiqués et personnalisés, les nouvelles technologies numériques ont commencé à jouer un rôle important. C'est pourquoi, grâce à ce programme, les étudiants TECH pourront se familiariser avec l'utilisation de l'intelligence artificielle, le traitement des données des consommateurs et d'autres techniques complexes pour le Design de Packaging. Ces connaissances théoriques et pratiques leur offriront des opportunités d'emploi compétitives et exigeantes où ils se distingueront des autres experts sur le marché du travail.

2. Exploiter l'expertise des meilleurs spécialistes

Grâce à cette formation, l'étudiant pourra compter sur une équipe d'excellents enseignants qui lui offriront un accompagnement personnalisé en tout temps. Ces enseignants ont choisi le contenu du programme en fonction de leur expérience pratique quotidienne, ce qui signifie que les étudiants disposent d'une analyse approfondie des problèmes les plus fréquents dans la pratique quotidienne du travail.

3. Accéder à des milieux prestigieux du secteur du design de Packaging

Pour la deuxième étape de ce programme, TECH a prévu les besoins de ses étudiants en termes de manipulation des outils technologiques les plus complexes dans le domaine du design de Packaging. C'est pourquoi TECH a planifié un stage pratique sur place où ils travailleront avec des experts de premier plan dans ce domaine professionnel et dans des entreprises de grande importance internationale.





4. Combiner la meilleure théorie avec la pratique la plus avancée

Au niveau académique, peu de programmes d'études parviennent à unifier le contenu théorique et l'activité pratique avec plus d'excellence en comparaison avec TECH. À partir de son modèle de Mastère Hybride, les étudiants atteignent une maîtrise holistique des tendances et des techniques incarnées dans son contenu éducatif. Ils ont également 3 semaines d'activité intensive dans un centre prestigieux pour appliquer tout ce qu'ils ont appris dans la dynamique productive.

5. Élargir les frontières de la connaissance

Cette formation vise à permettre à tous les étudiants d'élargir leurs horizons professionnels dans une perspective internationale. Cela est possible grâce au large éventail de contacts et de collaborateurs disponibles à TECH, la plus grande université numérique du monde. Ils auront ainsi l'occasion d'interagir avec des experts de différentes latitudes et de se familiariser avec les normes mondiales de production du Packaging.



Vous bénéficierez d'une immersion pratique totale dans le centre de votre choix"

03

Objectifs

La demande actuelle de professionnels du design qui maîtrisent les dernières stratégies et techniques créatives en matière d'emballage est ce qui a motivé TECH et son équipe à concevoir ce programme complet. Par conséquent, l'objectif de la formation est de fournir aux étudiants les outils académiques les plus récents et le programme d'études le plus complet qui leur permettra non seulement de connaître en détail les tenants et les aboutissants du design de Packaging, mais aussi de gérer parfaitement ses outils. Ils seront ainsi en mesure de créer, de participer et de diriger des projets de Marketing et de Branding avec une garantie totale de succès et en fonction des besoins et des exigences du marché actuel.



“

L'objectif de TECH avec ce programme est que vous soyez en mesure de réussir professionnellement dans l'industrie du design grâce à l'obtention du programme le plus complet du marché académique"



Objectif général

- Offrir aux étudiants la possibilité de suivre un programme qui leur permettra de maîtriser les outils du design de Packaging et de l'illustration numérique à l'aide des programmes les plus sophistiqués et les plus innovants du secteur. En outre, ils acquerront les compétences nécessaires à la création d'une identité visuelle conceptuelle réussie, adaptée à tous les types de produits, ainsi qu'à la gestion de projets et de portefeuilles personnalisés
- Être en mesure d'assimiler la chaîne de valeur de l'objet de manière intégrale, depuis son design jusqu'à l'ouverture de l'emballage à la maison ou la vente dans le magasin





Objectifs spécifiques

Module 1. Design et Illustration avec Adobe Illustrator

- ♦ Intégrer les outils d'Adobe Illustrator dans le design de Packaging d'un produit
- ♦ Gérer la typographie pour le design de l'étiquetage
- ♦ Maîtriser l'utilisation de la palette de couleurs pour une impression correcte
- ♦ Générer une harmonie dans le design et exécuter les outils avec une personnalité intégrant les valeurs de la marque
- ♦ Incorporer le flux de travail du design numérique dans les projets de *Packaging*

Module 2. Illustration vectorielle de *Packaging* avec Adobe Illustrator

- ♦ Incorporer l'utilisation de graphiques vectoriels pour le design numérique avec Adobe Illustrator
- ♦ Appliquer et sélectionner les outils nécessaires à la production d'un projet de *Packaging*
- ♦ Maîtriser la typographie et le *Lettering* pour la design d'étiquettes et de logos
- ♦ Créer des photomontages qui montrent le produit final en 3D et recréent le scénario final
- ♦ Gérer le design de Packaging dans toutes ses étapes: de la création d'un volume sur un espace vierge à son impression avec toutes les couches

Module 3. Ecodesign: matériaux pour le design de Packaging

- ♦ Approfondir le fonctionnement de l'économie circulaire en relation avec le design de Packaging
- ♦ Maîtriser les matériaux biodégradables et le processus de recyclage
- ♦ Gérer les décisions de design en mettant l'accent sur la seconde vie de l'emballage
- ♦ Sensibiliser à l'utilisation du plastique et à la nécessité de réduire l'empreinte carbone afin de préserver l'environnement
- ♦ Optimiser le processus de design de Packaging en devenant des designers conscients

Module 4. La Structure du *Packaging*

- ♦ Maîtriser les techniques de créativité et de composition structurelle basées sur la culture de *Packaging*
- ♦ Générer un concept spécifique qui répond à une identité universelle basée sur la cohérence avec l'objectif de la marque
- ♦ Appliquer les techniques de recherche dans l'environnement physique et numérique en établissant des directives de design
- ♦ Utiliser le *Lettering* et la typographie pour la création d'étiquettes d'emballage
- ♦ Plongez dans l'expérience sensorielle et transcendez la nouvelle réalité virtuelle de *Packaging*

Module 5. *Packaging* de bijoux et de cosmétique

- ♦ Intégrer les besoins des consommateurs de cosmétiques des publics traditionnels et émergents, en comprenant que *Packaging* des cosmétiques fait la différence entre l'achat d'un produit dans la plupart des occasions
- ♦ Maîtriser les techniques de *Packaging* tout au long du processus d'emballage en alignant les emballages extérieurs, intérieurs et de produits
- ♦ Élargir les critères d'application des styles dans le domaine des cosmétiques, car le design de *Packaging* est très défini et polarisé
- ♦ Gérer des techniques de *Packaging* expérimentales et créatives pour accroître l'exclusivité grâce à la valeur de l'emballage
- ♦ Générer de nouveaux designs basés sur le design de *Packaging* de bijoux, en tenant compte des grandes lignes du design dans le secteur du luxe

Module 6. *Packaging* gourmet et vins

- ♦ Incorporer les traditions familiales et la reconstitution des bons moments dans un produit conçu comme une partie intangible du patrimoine culturel
- ♦ Gérer les aspects casuistiques et techniques de l'emballage des vins et des produits gastronomiques, en trouvant un équilibre entre le design fonctionnel et l'esthétique
- ♦ Maîtriser les matériaux qui composent le *Packaging* des produits tels que les bouchons, le verre et les emballages secondaires
- ♦ Élaborer le label selon une architecture d'information qui tient compte des labels de qualité et reflète la personnalité de la marque
- ♦ Gérez l'expérience utilisateur en comprenant qu'il s'agit d'une expérience sensorielle dans laquelle le sens du goût doit également entrer par les yeux

Module 7. *Packaging* et design dans la Consommation de Masse

- ♦ Générer de la transparence et de l'efficacité dans le conditionnement des aliments, facteurs déterminants pour le bon développement de notre santé physique
- ♦ Intégrer les nanotechnologies et les techniques de *Packaging* interactives au marché des produits de grande consommation dans le cadre d'une stratégie d'innovation constante
- ♦ Assimiler les besoins du produit alimentaire et ses conditions de conservation, de transport et de stockage
- ♦ Analyser les résultats du design d'emballages d'un point de vue fonctionnel et esthétique
- ♦ Gérer les tendances en matière de personnalisation dans le domaine du design pour les marques et les publics des produits de Grande Consommation

Module 8. Marketing et *Branding* pour le *Packaging*

- ♦ Intégrer l'utilisation des données dans la stratégie créative *Packaging*
- ♦ Maîtriser la communication stratégique et la communication de la valeur pour un *Briefing* réussi sur le design de l'emballage
- ♦ Créer de la valeur par la projection d'une identité de marque qui peut évoluer dans le temps grâce à sa flexibilité et sa polyvalence
- ♦ Ajoutez l'expérience utilisateur de l'environnement numérique à *Packaging* traditionnel des magasins physiques
- ♦ Assimiler l'utilisation de l'intelligence artificielle pour soutenir et évaluer et analyser les comportements afin de développer l'esprit critique

Module 9. Direction créative

- ♦ Encourager le développement de compétences artistiques en comprenant l'utilisation de codes visuels et leur message
- ♦ Appliquer ce qui a été appris jusqu'ici à l'élaboration d'un portfolio personnel et d'un *Briefing* de design
- ♦ Adapter la narration visuelle à la stratégie de la marque
- ♦ Incorporer les techniques artistiques les plus avancées telles que le cadavre exquis ou l'hypergraphie
- ♦ Gérer l'espace, les structures et les volumes, ainsi que la gamme chromatique comme un tout et non séparément

Module 10. Développement de *Packaging* opérationnel

- ♦ Identifier le rôle du design dans la chaîne d'approvisionnement des marchandises
- ♦ Gérer les techniques de développement, de prototypage et d'essai des produits à appliquer au design de *Packaging*
- ♦ Accroître la vision de l'étudiant en matière de design grâce à une perspective globale du "voyage du colis"
- ♦ Intégrer toutes les connaissances juridiques et réglementaires sur l'utilisation et l'exploitation de la propriété intellectuelle
- ♦ Maîtrisez votre rôle de designer améliorez vos relations de travail

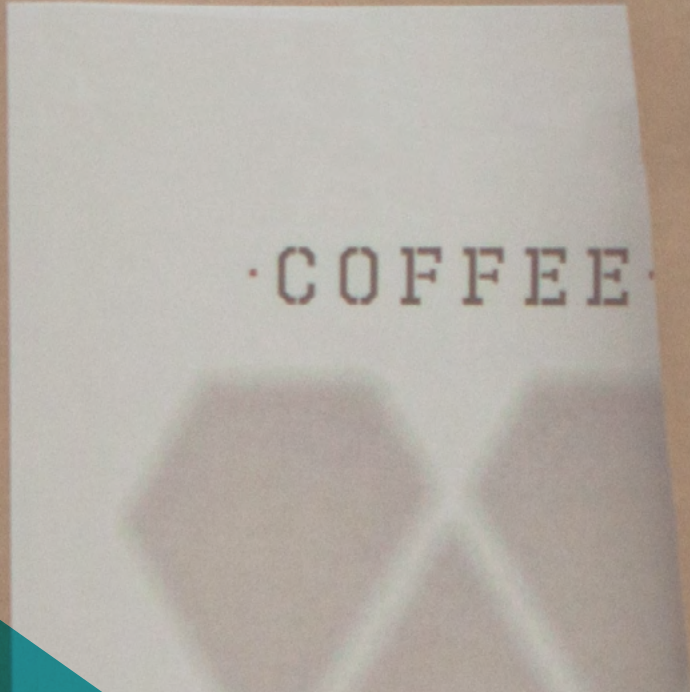


*Vous aurez plusieurs modules spécifiquement dédiés au design de *Packaging* de produits tels que les bijoux, les cosmétiques, les vins ou les produits gastronomiques, afin d'acquérir une connaissance spécialisée de chacun d'entre eux"*

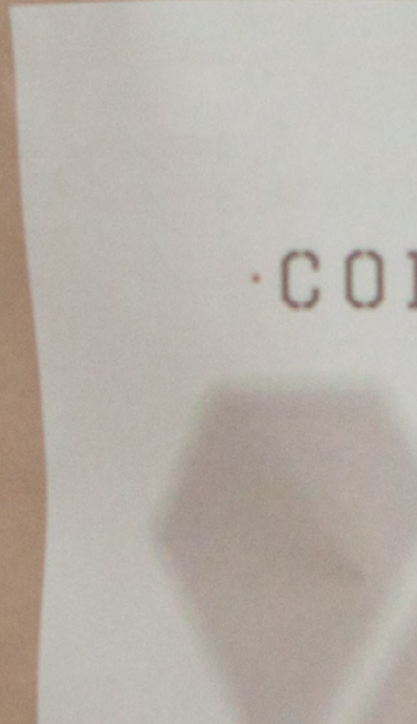
04

Compétences

L'approche de ce Mastère Hybride en Design de Packaging a été conçue pour permettre aux étudiants de perfectionner leurs aptitudes et compétences professionnelles grâce à l'acquisition de connaissances complètes, spécialisées et actualisées de ce secteur de l'industrie du design. Ils pourront ainsi développer leurs compétences et démontrer leur qualité créative en réalisant des projets attrayants et remarquables basés sur leur maîtrise du domaine.



· COFFEE ·



· CO ·

“

Vous étudierez en profondeur l'emballage destiné au marché de masse, en mettant l'accent sur le Packaging interactif et la relation produit-client"



Compétences générales

- ◆ Développer la communication verbale et visuelle par la maîtrise du *Briefing* et des tendances en matière de design de Packaging
- ◆ Accroître la créativité par l'utilisation de techniques de direction artistique et conceptuelle appliquées à l'emballage des produits
- ◆ Générer des compétences analytiques dans l'observation, l'intégration et l'évaluation des stratégies de *Branding* générées dans l'environnement de l'emballage
- ◆ Acquérir des connaissances sur le marché de *Packaging* cosmétique et de la bijouterie, ainsi que sur les marchés du vin, de la gastronomie et des produits de grande consommation
- ◆ Développer des compétences en illustration et en techniques de design assisté par ordinateur avec le logiciel Adobe Illustrator
- ◆ Acquérir une connaissance approfondie de la chaîne de valeur de *Packaging* et de son intégration au produit afin d'augmenter sa valeur sur le marché





Compétences spécifiques

- ♦ Exprimer vos idées de manière créative et fonctionnelle à l'aide de l'outil Adobe Illustrator
- ♦ Développer des concepts créatifs selon vos propres critères et adaptés aux besoins du produit et du marché
- ♦ Avoir une connaissance avancée des styles de design appropriés pour chaque type de produit dans des secteurs tels que la gastronomie, les cosmétiques, la bijouterie et les biens de consommation
- ♦ Développer un design de Packaging durable et plus respectueux de l'environnement
- ♦ Transcendez vers la mise en œuvre de la réalité virtuelle comme nouvel élément pour la réalisation de concepts innovants
- ♦ Maîtriser les styles de design dans chacun des secteurs à appliquer : luxe, gastronomie ou grande consommation
- ♦ Se développer dans le domaine des études de marché des produits, afin de tirer parti des données dans le développement du design
- ♦ Intégrer les nouvelles technologies pour offrir une meilleure expérience à l'utilisateur final grâce au Packaging
- ♦ Générer une performance opérationnelle correcte dans votre rôle de concepteur en harmonie avec l'environnement

05

Direction de la formation

Tant pour la direction que pour l'enseignement de ce Mastère Hybride, TECH a réuni un corps enseignant spécialisé dans le design et le Marketing. Il s'agit d'une équipe de professionnels possédant une vaste expérience professionnelle dans la participation à des projets créatifs à différents niveaux. Mais s'il y a une chose qui caractérise cette équipe, c'est sans aucun doute sa qualité humaine, qui se reflétera dans l'exhaustivité avec laquelle le programme a été développé et dans le caractère critique et avant-gardiste qu'elle lui a apporté.





“

Vous aurez la possibilité de demander des tutorats individuels avec l'équipe enseignante afin de résoudre les doutes qui pourraient surgir au cours de l'expérience académique".

Directeur invité international

Laura Moffitt est une **Designer** de renom, hautement spécialisée dans la **stratégie d'emballage et le développement de marques à l'échelle mondiale**. Forte d'une solide expérience dans la direction créative **d'emballages innovants**, elle a travaillé avec des équipes transversales pour donner vie à des marques grâce à une vision créative et cohérente. Son intérêt pour les **tendances des projets** et sa passion pour l'excellence l'ont amenée à repousser les limites des conventions, apportant une vision novatrice à l'industrie.

Tout au long de sa carrière, elle a occupé des postes clés dans des entreprises renommées, notamment en tant que **Responsable de la Conception de l'Emballage** chez *Youth to the People* chez L'Oréal. À ce titre, elle a été chargée de diriger la conceptualisation et l'exécution des emballages, en collaborant avec les **équipes de Marketing**, de développement de produits et de fournisseurs afin de garantir une expérience de Branding cohérente et efficace.

Elle a été reconnue internationalement pour sa capacité à rehausser le profil des institutions avec lesquelles elle a travaillé. À cet égard, elle a joué un rôle important dans l'élaboration de **stratégies globales en matière d'emballage** et dans la proposition de **collections visuellement attrayantes** qui touchent le **consommateur**. Outre ses antécédents dans le secteur, elle a été récompensée pour son approche innovante et a piloté de nombreuses initiatives d'amélioration continue qui ont posé des jalons dans le secteur.

Elle a également contribué au développement de la recherche et de l'analyse des **tendances du marché**, ce qui lui a permis de **rester à la pointe de l'Industrie du Design**. Elle a développé des maquettes haute fidélité, des **rendus 3D d'emballages** et d'articles promotionnels, et conçu des actifs numériques. Son approche investigatrice lui a permis de collaborer au lancement de nouveaux produits qui se distinguent par leur fonctionnalité et leur esthétique.



Mme Moffitt, Laura

- Directrice de la Conception d'Emballages, L'Oréal, Los Angeles, États-Unis
 - Designer Senior (» Jeunesse pour les gens ») chez L'Oréal
 - Designer de Packaging chez L'Oréal
 - Designer d'emballage chez Youth To The People
 - Designer visuel senior Beats by Dr Dre (Apple)
 - Designer Graphique chez FAM Brands
 - Stagiaire en Conception Graphique chez Drawing from Memory
 - Stagiaire en Marketing chez Bonhams
- Spécialiste en Conception Graphique à l'Institut Pratt
Diplôme en Design de Communication, spécialisation
en Design Graphique à l'Institut Pratt

“

*Grâce à TECH, vous pourrez
apprendre avec les meilleurs
professionnels du monde”*

Direction



Dr García Barriga, María

- ♦ Doctorat en Design et Données de Marketing
- ♦ Communicatrice à RTVE
- ♦ Communicatrice à Telemadrid
- ♦ Professeure Universitaire
- ♦ Auteure de « Le modèle de l'éternité, création d'une identité en Spirale pour l'Automatisation des Tendances de la Mode »
- ♦ Communication, Marketing et Campagnes Sociales, Patrimoine Artistique et Marketing Numérique
- ♦ Rédactrice en chef de Chroma Press
- ♦ Chargée de comptes Marketing et Réseaux sociaux pour Servicecom
- ♦ Rédactrice de Contenu Web à Premium Difusión, Diario Siglo XXI et Managers Magazine
- ♦ Doctorat en Design et Données de Marketing de l'Université Polytechnique de Madrid
- ♦ Licence en Sciences de l'Information, Communication, Marketing et Publicité de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Diplôme d'études supérieures en Marketing et Communication dans les Entreprises de Mode et de Luxe de l'Université Complutense de Madrid
- ♦ Certificat en Analyse de Données et Créativité avec Python en Chine
- ♦ MBA Fashion Business School à l'École de Commerce de la Mode de l'Université de Navarre

Professeurs

Dr Gárgoles Saes, Paula

- ◆ Docteur, Chercheuse et Consultante, Spécialiste de la Mode, de la Communication et du Développement Durable
- ◆ Professeure de recherche à l'École de Communication et Responsable de l'Académie de Communication d'Entreprise à l'Université Panaméricaine de Mexico
- ◆ Consultante en Communication et Durabilité à l'Ethical Fashion Space, Mexico
- ◆ Journaliste de Mode à l'agence Europa Press et au magazine numérique Asmoda.
- ◆ Spécialiste de la Mode au Fashion Institute of Technology de New York et au Future Concept Lab de Milan
- ◆ Département de Communication du Diplôme de Communication et de Gestion de la Mode du Centre Universitaire Villanueva et de l'ISEM Fashion Business School
- ◆ Doctorat Cum Laude en Créativité Appliquée de l'Université de Navarre avec la thèse "Modèle de réputation pour l'industrie de la mode"
- ◆ Licence en Journalisme de l'Université Complutense de Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA de l'ISEM Fashion Business School

Mme Sigüenza, Eva

- ◆ Consultante en Communication et Relations Publiques à Lifestyle
- ◆ Coordinatrice des Relations Publiques à Penair
- ◆ Consultante en Marketing et Relations Publiques à OmnicomPRGroup
- ◆ Directrice de Compte à l'Agence TTPR
- ◆ Chargée de compte à l'Ogilvy Public Relations Worldwide
- ◆ Spécialiste des Campagnes pour le secteur du luxe et de la haute horlogerie, avec des clients tels que Panerai
- ◆ Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université Européenne de Madrid
- ◆ Master en Marketing Numérique et Commerce Électronique de l'EAE Business School

Dr Macías, Lola

- ◆ Consultante en Internationalisation des Entreprises à Thinking Out
- ◆ Consultante en Internationalisation agréé par l'Institut Valencien de la Compétitivité des Entreprises
- ◆ Coordinatrice de l'Observatoire du Marché Textile AITEX
- ◆ Professeure de Commerce International et de Marketing et Publicité à l'Université Européenne de Valence
- ◆ Professeure d'Internationalisation et de Gestion Stratégique des Entreprises à l'Université CEU Cardenal Herrera
- ◆ Doctorat en Marketing de l'Université de Valence
- ◆ Licence en Administration et Direction des Entreprises de l'Université de Valence
- ◆ Master en Gestion et Administration des Sociétés Commerciales de l'Université de Paris
- ◆ Master en Formation des Enseignants du Secondaire, du Baccalauréat et de la Formation Professionnelle de l'Université Catholique de Valence
- ◆ Master en Mode, Gestion et Opérations de design par AITEX

Mme Miñana Grau, Mari Carmen

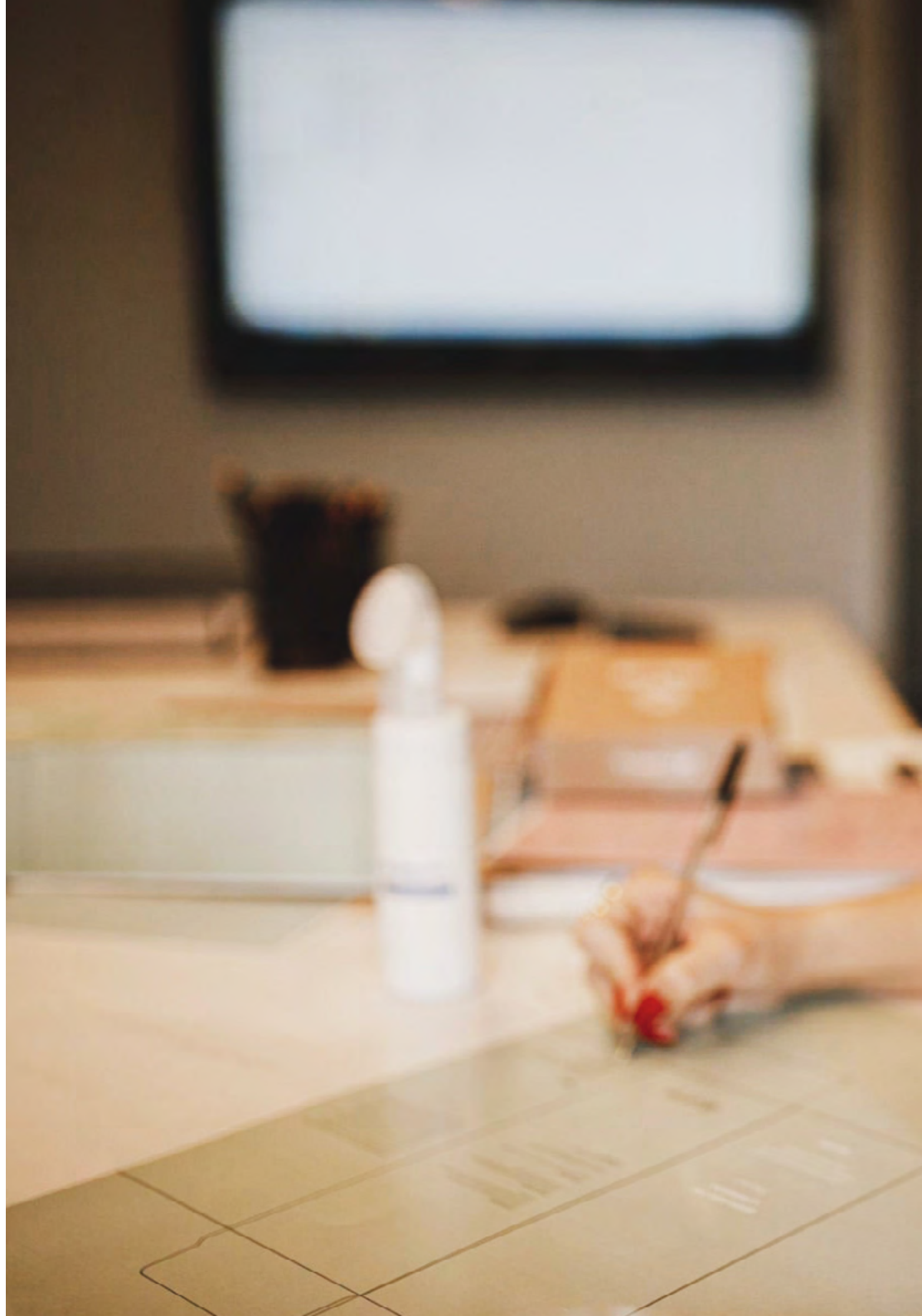
- ◆ Designer textile chez Petite Antoinette
- ◆ Designer chez Donzis Estudios
- ◆ Designer chez Summon Press
- ◆ Patroniste chez Valentín Herraiz
- ◆ Diplôme en design de mode chez Barreira Arte y Diseño
- ◆ Experte en design numérique avec Adobe Illustrator
- ◆ Spécialisée dans le modélisme, la coupe et la confection de vêtements valenciens par Aitex Paterna

Mme Romero Monente, Begoña

- ◆ Directrice générale de l'agence Young Promotion
- ◆ Conseillère personnelle et *Coach* pour les entrepreneurs
- ◆ Conférencière et formatrice pour divers cours de gestion du *retail management*, marketing numérique et de gestion des personnes
- ◆ Coordinatrice à l'Airport Promotion Agencies Association
- ◆ Animatrice, rédactrice et responsable de la communication dans divers médias *on/off*
- ◆ Licence en Journalisme de l'Université de Malaga
- ◆ Licence en Publicité et Relations Publiques de l'Université Oberta de Catalogne
- ◆ Master en Marketing de l'Université Oberta de Catalogne
- ◆ MBA en ISEM Fashion Business School de l'Université de Navarre
- ◆ *Coach* certifiée à l'École Européenne de Coaching

M. Holgueras, Javier

- ◆ Planificateur de gestion de la chaîne d'approvisionnement de Zalando
- ◆ Analyste commercial pour Apple au siège de la société en Irlande
- ◆ Chef de Marché pour Kellogg's
- ◆ Planificateur des ventes et du développement pour Mondelēz International
- ◆ Responsable de l'exécution pour Colgate-Palmolive
- ◆ Master en Big Data et Business et Analyse d'Entreprise pour l'École d'Organisation Industrielle
- ◆ Master en Ingénierie Industrielle de l'Université de Valladolid
- ◆ Diplôme en Économie de l'Université Nationale d'Education à Distance





Mme Merinero Gómez, Esther

- ◆ Artiste
- ◆ Directrice Artistique de la Foire Internationale d'Art Arco
- ◆ Directrice Artistique de Projets tels que The Koppel Project Gallery et Costa del Sol
- ◆ Licence en Beaux-Arts, Chelsea College of Art and Design
- ◆ Master en Sculpture, Royal College of Arts, Londres

“

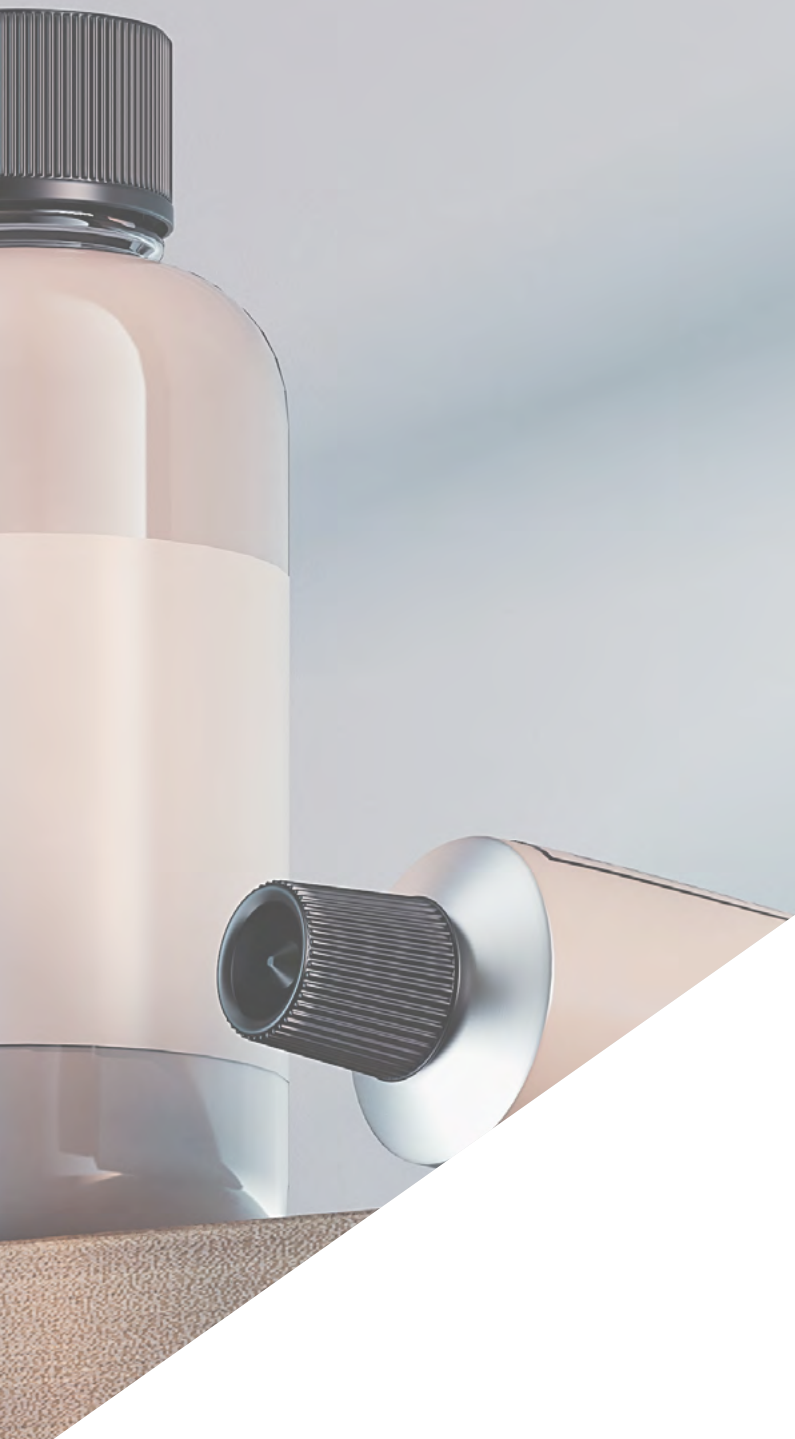
*Les principaux formateurs de
TECH vous offriront un guide
personnalisé pour maîtriser les
compétences les plus complexes
en matière de design de Packaging”*

06

Plan d'étude

Pour l'élaboration du programme d'études de ce Mastère Hybride, TECH a pris en compte les critères de l'équipe enseignante, qui a été chargée de sélectionner les informations qui ont ensuite été incluses dans le programme. Tout le contenu a été adapté à la prestigieuse et efficace méthodologie de *Relearning*, dans le but que l'étudiant puisse profiter d'une expérience académique dynamique et dans laquelle il n'a pas besoin d'investir des heures supplémentaires dans la mémorisation. Enfin, une variété de matériel supplémentaire a également été incluse, afin qu'il puisse contextualiser chaque section et étudier en profondeur les concepts qui l'intéressent le plus.





“

Vous aurez accès à la Classe Virtuelle 24h/24 et à partir de n'importe quel dispositif doté d'une connexion Internet, de sorte que vous pourrez vous connecter quand vous le voudrez et de n'importe où"

Module 1. Design et Illustration avec Adobe Illustrator

- 1.1. Préparation de l'espace de travail
 - 1.1.1. Qu'est-ce qu'un graphique vectoriel ?
 - 1.1.2. Nouveau Document. Espace de travail
 - 1.1.3. Interface
- 1.2. Domaines de Travail
 - 1.2.1. Outils disponibles
 - 1.2.2. Dirigeants, guides. Grilles
 - 1.2.3. Tables de travail
- 1.3. Dessins
 - 1.3.1. Figures géométriques
 - 1.3.2. Sélection et sélection directe
 - 1.3.3. Trait
- 1.4. Couleur
 - 1.4.1. Couleurs et compte-gouttes
 - 1.4.2. Crayon
 - 1.4.3. Brosse
- 1.5. Transformation des formes
 - 1.5.1. Gomme, ciseaux et lame
 - 1.5.2. Déformation, mise à l'échelle et distorsion
 - 1.5.3. Aligner et grouper. Couches
- 1.6. Attributs de couleur et de remplissage
 - 1.6.1. Stylo
 - 1.6.2. Poignées et sommets interactifs
 - 1.6.3. Bibliothèques de couleurs
- 1.7. Formulaires
 - 1.7.1. Dégradé et transparence Fusion
 - 1.7.2. Éclaireur
 - 1.7.3. Traçage interactif
- 1.8. Les Lettres
 - 1.8.1. Installation du gestionnaire typographique et des polices de caractères. Caractère et paragraphe
 - 1.8.2. Outil texte
 - 1.8.3. Souligner, modifier et déformer le texte. Élargir et déplacer

- 1.9. Gamme chromatique
 - 1.9.1. Gamme chromatique
 - 1.9.2. Typographie et hiérarchies. Imagetipo
 - 1.9.3. Création d'un modèle et d'un échantillon
- 1.10. Arts finaux
 - 1.10.1. Formats pour le papier et formats pour le web
 - 1.10.2. Exportation pour l'impression
 - 1.10.3. Exportation vers des supports digitaux

Module 2. Illustration vectorielle de *Packaging* avec Adobe Illustrator

- 2.1. Le graphique vectoriel
 - 2.1.1. Nouveau document. Espace de travail
 - 2.1.2. Outils généraux
 - 2.1.3. Couleur
- 2.2. Arts finaux
 - 2.2.1. Formats pour le papier et formats pour le web
 - 2.2.2. Exportation pour l'impression
 - 2.2.3. Exportation vers des supports digitaux
- 2.3. Outils d'illustration Ai
 - 2.3.1. Combinaisons d'outils pour l'illustration Ai
 - 2.3.2. Compositions vectorielles
 - 2.3.3. Typographie
- 2.4.2. Illustration numérique
 - 2.4.1. Références des illustrations Ai
 - 2.4.2. Technique de traçage vectoriel et ses dérivés
 - 2.4.3. Application de l'illustration au *Packaging* (*In focus: dieline*)
- 2.5. Sources
 - 2.5.1. Optimisation du temps (pages avec motifs Ai gratuits)
 - 2.5.2. Versions et modifications (dessin vectoriel)
 - 2.5.3. Avantages d'Ai par rapport à Photoshop dans l'illustration digitale
- 2.6. Formats
 - 2.6.1. Design sur un format prédéterminé
 - 2.6.2. Création du format à partir de 0
 - 2.6.3. Nouveaux formats et applications

- 2.7. Matériaux
 - 2.7.1. Matériaux typiques et leurs applications
 - 2.7.2. Le *Packaging* en tant qu'objet de désir
 - 2.7.3. Nouveaux matériaux
 - 2.8. *Packaging* physique
 - 2.8.1. Tags
 - 2.8.2. Caisse
 - 2.8.3. Notes de remerciement / invitations
 - 2.8.4. Enveloppes
 - 2.9. *Packaging* digital
 - 2.9.1. News letters
 - 2.9.2. *Banners* et web
 - 2.9.3. Le format Instagram
 - 2.10. *Moke-up*
 - 2.10.1. Intégration d'un *moke-up*
 - 2.10.2. Portails de *moke-up* gratuits
 - 2.10.3. Utilisation de *moke-up*
 - 2.10.4. Création de *moke-up* propre
- Module 3. Ecodesign : matériaux pour le design de Packaging**
- 3.1. La durabilité : un nouveau moteur pour le design
 - 3.1.1. Les trois dimensions de la durabilité : sociale, environnementale et économique
 - 3.1.2. La durabilité au sein du modèle d'entreprise
 - 3.1.3. La durabilité intégrée à l'ensemble du processus de *Packaging*: du design au recyclage 3.1.2.
 - 3.2. L'économie circulaire dans le *Packaging*
 - 3.2.1. La circularité dans les environnements esthétiques
 - 3.2.2. L'application de l'économie circulaire dans le *Packaging*
 - 3.2.3. Les défis de l'économie circulaire dans le *Packaging*
 - 3.3. Design du *Packaging* durable
 - 3.3.1. Objectifs du design durable
 - 3.3.2. Difficultés du design durable
 - 3.3.3. Défis de la design durable
 - 3.4. Matériaux durables
 - 3.4.1. *Packaging* fabriqué avec des matériaux d'origine naturelle
 - 3.4.2. *Packaging* fabriqués à partir de matériaux compostables
 - 3.4.3. *Packaging* fabriqués avec des matériaux biodégradables
 - 3.5. L'utilisation du plastique
 - 3.5.1. Les effets du plastique dans le monde
 - 3.5.2. Alternatives au plastique
 - 3.5.3. Plastique recyclé
 - 3.6. Procédés de fabrication durables
 - 3.6.1. Processus durables dans la dimension sociale
 - 3.6.2. Processus durables dans la dimension environnementale
 - 3.6.3. Processus durables dans la dimension économique et de gouvernance
 - 3.7. Recyclage
 - 3.7.1. Matériaux recyclés
 - 3.7.2. Processus de recyclage
 - 3.7.3. Le prix du recyclage dans le *Packaging*
 - 3.8. Design de *Packaging* pour le recyclage et la réutilisation
 - 3.8.1. La seconde vie du *Packaging*
 - 3.8.2. Designer pour le recyclage
 - 3.8.3. Designer pour la réutilisation
 - 3.9. Optimisation et polyvalence des *Packaging*
 - 3.9.1. Quand moins est plus dans le *Packaging*
 - 3.9.2. Comment réduire le *Packaging* sans perdre la valeur de la marque
 - 3.9.3. Quand peut-on éliminer le *Packaging* sans perdre la valeur de la marque?
 - 3.10. Comment sensibiliser les consommateurs aux *Packaging*?
 - 3.10.1. Éducation
 - 3.10.2. Sensibilisation
 - 3.10.3. Impliquer le consommateur dans le processus de *Packaging*

Module 4. La structure du Packaging

- 4.1. L'illustration du *Packaging*
 - 4.1.2. La culture du *Packaging* (résonance)
 - 4.1.3. Les fonctions du *Packaging* numérique
 - 4.1.4. Les objectifs du design de *Packaging*
- 4.2. Composition structurelle
 - 4.2.1. Sélection de la Forme (structure)
 - 4.2.2. Couleur *matching*
 - 4.2.3. Texture en 2D
- 4.3. Techniques d'expression
 - 4.3.1. Illustrations spécifiques
 - 4.3.2. Illustrations abstraites
 - 4.3.3. L'humour dans les produits emballés
- 4.4. Techniques de représentation visuelle
 - 4.4.1. Associations
 - 4.4.2. Métaphores symboliques
 - 4.4.3. Hyperboles visuelles - Exagérations (*In focus: Hiérarchie visuelle*)
- 4.5. Design conceptuel
 - 4.5.1. Recherches démographiques et ethnographiques
 - 4.5.2. *Retail Research & Digital Research*
 - 4.5.3. Concept de la marque, design du packaging (*In focus: Culture Map*)
- 4.6. Éléments du design de *Packaging*
 - 4.6.1. Le panneau d'affichage
 - 4.6.2. L'imagerie de la marque
 - 4.6.3. *Concept Board* (*In focus: Le nom du produit et le nom de la marque*)
- 4.7. *Lettering*
 - 4.7.1. Typographie
 - 4.7.2. Espacement des lignes
 - 4.7.3. Principes typographiques (*In focus: Typographie et technologie*)

- 4.8. Étapes du design de *Packaging*
 - 4.8.1. Structure du projet et *Briefing*
 - 4.8.2. Communication de la stratégie
 - 4.8.3. Affinement du design et pré-production (*In focus: À qui s'adressent les produits luxury Packaging?*)
- 4.9. L'expérience sensorielle
 - 4.9.1. Quel est le son du *Packaging*?
 - 4.9.2. Le toucher en 2D
 - 4.9.3. Évaluation sensorielle (*In focus: l'expérience sensorielle virtuelle*)
- 4.10. *Packaging* virtuel
 - 4.10.1. L'emballage dans le métavers
 - 4.10.2. Marques de luxe
 - 4.10.3. Matériel audiovisuel inclus dans le *Packaging* (*In Focus: Unboxing dans le metaverse*)

Module 5. *Packaging* de bijoux et de cosmétique

- 5.1. La compétitivité du secteur des cosmétiques
 - 5.1.1. Les besoins du consommateur de *Packaging*
 - 5.1.2. Le large éventail de marques de cosmétiques
 - 5.1.3. Le design de *Packaging* comme valeur différentielle dans le secteur des cosmétiques
- 5.2. Styles de design cosmétique
 - 5.2.1. Un design féminin
 - 5.2.2. Design masculin
 - 5.2.3. Design non *gender*
- 5.3. Le design de l'emballage des crèmes et des savons
 - 5.3.1. Définition des lignes : rondes ou carrées ?
 - 5.3.2. Personnalisation de *front*
 - 5.3.3. Motifs audacieux vs. Motifs sobres
- 5.4. Sécurité et protection des crèmes
 - 5.4.1. Préservation des antioxydants
 - 5.4.2. Risques d'un mauvais emballage
 - 5.4.3. Opacité de l'emballage ?



- 5.5. Parfums
 - 5.5.1. Ingrédients naturels
 - 5.5.2. Emballage des parfums : couleur ou verre
 - 5.5.3. La structure de la bouteille
- 5.6. Le design de Packaging pour le maquillage
 - 5.6.1. Illustration sur les boîtes d'ombres à paupières
 - 5.6.2. Éditions spéciales
 - 5.6.3. Style floral vs. Style *minimal*
- 5.7. Tendances de *Packaging* dans l'ensemble du processus d'emballage
 - 5.7.1. Emballage extérieur - sac
 - 5.7.2. Emballage intérieur - boîte
 - 5.7.3. Conditionnement du produit - emballage
- 5.8. *Packaging* expérimental créatif
 - 5.8.1. Le bijou comme pièce unique
 - 5.8.2. Sophistication et élégance
 - 5.8.3. La boîte magique
- 5.9. Sélection des couleurs dans le design de Packaging de bijoux
 - 5.9.1. La palette classique
 - 5.9.2. La couleur de l'or et son symbolisme
 - 5.9.3. Le métal, une matière froide et incolore
- 5.10. Le design des boîtes à bijoux
 - 5.10.1. La coupe du bois : arêtes et compartiments
 - 5.10.2. Doublure en tissu ou en velours
 - 5.10.3. Le design de la présentation des bijoux
- 05.11. *Emballage des bijoux de luxe*
 - 5.11.1. Le *Packaging* en cuir
 - 5.11.2. L'utilisation de rubans et de satins
 - 5.11.3. L'espace pour le logo

Module 6. Packaging et vins gourmets

- 6.1. Principes de base du *Packaging* gourmet
 - 6.1.1. Design pratique et esthétique
 - 6.1.2. L'utilisation du verre et du carton
 - 6.1.3. L'ergonomie de l'emballage
- 6.2. Architecture de l'information
 - 6.2.1. Priorité : esthétique ou fonctionnelle
 - 6.2.2. Valeurs complémentaires
 - 6.2.3. Le message à transmettre
- 6.3. Design du logo
 - 6.3.1. L'isotype
 - 6.3.2. L'isologotype
 - 6.3.3. L'étiquette
- 6.4. Contenu essentiel dans le *Packaging* gourmet et vinicole
 - 6.4.1. Désignation de l'origine
 - 6.4.2. Description du produit
 - 6.4.3. Marques de qualité spécifiques
- 6.5. Les propriétés du vin et des produits gourmets
 - 6.5.1. Préservation de la qualité
 - 6.5.2. Conservation des arômes
 - 6.5.3. Présentation
- 6.6. La personnalité des marques de produits gourmets et de vins
 - 6.6.1. Patrimoine familial
 - 6.6.2. Inspirer de bons moments
 - 6.6.3. Le sens du goût passe par les yeux
- 6.7. L'étiquette
 - 6.7.1. Typologie du papier
 - 6.7.2. Propriétés du papier
 - 6.7.3. Informations complémentaires (*In focus: L'utilisation de papier recyclé dans les étiquettes*)
- 6.8. Liège
 - 6.8.1. La qualité du bouchon de liège
 - 6.8.2. Liège naturel, *twin-top*, aggloméré et colmaté
 - 6.8.3. Impression sur le bouchon de liège (Procork, T-Cork, Cava ou Multipieza)

- 6.9. Verre
 - 6.9.1. Moules et formes en verre
 - 6.9.2. Hauteur et couleur de la bouteille
 - 6.9.3. Le design des capsules de fermeture protectrice
- 6.10. Les emballages gourmands
 - 6.10.1. Le produit en vue
 - 6.10.1. Étiquetage clair, lisible et ordonné
 - 6.10.3. Concevoir la fraîcheur

Module 7. Packaging et design dans la consommation de masse

- 7.1. La transparence dans les *Packaging* alimentaires
 - 7.1.1. Santé de l'emballage
 - 7.1.2. Emballages alimentaires en plastique et matériaux biodégradables
 - 7.1.3. Polymères
- 7.2. Nouveaux emballages alimentaires
 - 7.2.1. Biopolymères
 - 7.2.2. Acides organiques
 - 7.2.3. Indicateurs de gaz et de température
- 7.3. Nano *Packaging*
 - 7.3.1. Nanoparticules
 - 7.3.2. Nanomatériaux
 - 7.3.3. Nanoémulsions
- 7.4. Le présent des *Packaging* de consommation
 - 7.4.1. *Active Packaging*
 - 7.4.2. *Intelligent Packaging*
 - 7.4.3. *Smart Packaging*
- 7.5. Production de masse
 - 7.5.1. *Packaging* et distribution
 - 7.5.2. Emballage primaire
 - 7.5.3. Emballage secondaire (Cas : boîtes de Kellogg's)
- 7.6. L'apparition de la consommation de masse
 - 7.6.1. Photographie d'aliments
 - 7.6.2. Illustrations didactiques
 - 7.6.3. Un design efficace

- 7.7. *Packaging* interactif
 - 7.7.1. La fonctionnalité des *Packaging* interactifs
 - 7.7.2. Les types de *Packaging* interactifs
 - 7.7.3. Relations interactives
- 7.8. Design d'emballages alimentaires
 - 7.8.1. Forme et taille
 - 7.8.2. Aliments frais ou transformés
 - 7.8.3. Le design dans l'étiquetage des produits
- 7.9. Le *Packaging* commercial
 - 7.9.1. *Du commun au premium*
 - 7.9.2. Un design fonctionnel avec *Twist*
 - 7.9.3. Personnalisation de masse
- 7.10. Évaluation du design des *Packaging*
 - 7.10.1. La nature de votre produit est-elle claire ?
 - 7.10.2. Est-ce une représentation honnête du produit ?
 - 7.10.3. Comment le produit se présentera-t-il dans le magasin ou en 3D ?
 - 7.10.4. Polyvalence

Module 8. Marketing et *Branding* pour le *Packaging*

- 8.1. L'intelligence artificielle dans le design de *Packaging*
 - 8.1.1. L'activation de la créativité par les données
 - 8.1.2. Techniques de différenciation
 - 8.1.3. Refonte et évaluation
- 8.2. *Branding* pour les emballages
 - 8.2.1. Identité de la marque
 - 8.2.2. Design sur la base de *Branding*
 - 8.2.3. L'impact économique du *Branding* dans le *Packaging*
- 8.3. Stratégie numérique
 - 8.3.1. Stratégies commerciales liées à l'identité
 - 8.3.2. Publicité
 - 8.3.3. Évaluation du positionnement

- 8.4. Le processus de ciblage des données
 - 8.4.1. Gérer la communication visuelle par les données
 - 8.4.2. Collecte et sélection des données
 - 8.4.3. Analyse des données
- 8.5. Habitudes de consommation de l'environnement *Premium*
 - 8.5.1. Mesures clés du marketing
 - 8.5.2. Les métriques clés du *Packaging*
 - 8.5.3. La création de motifs séquentiels
- 8.6. L'innovation dans l'environnement du *Packaging*
 - 8.6.1. Gestion de la créativité
 - 8.6.2. Techniques prédictives
 - 8.6.3. Simulation de scénarios d'innovation
- 8.7. L'utilisation du *Big Data* pour la création de l'icône
 - 8.7.1. Le marché du *Packaging*
 - 8.7.2. Le consommateur du *Packaging*
 - 8.7.3. Segmentation et valeur
- 8.8. Création de valeur dans le temps
 - 8.8.1. Stratégies de fidélisation
 - 8.8.2. Générer des ambassadeurs
 - 8.8.3. Gestion efficace des communications
- 8.9. Expérience utilisateur
 - 8.9.1. Environnement digital
 - 8.9.2. Génération de l' *Engagement*
 - 8.9.3. Messages
- 8.10. Gestion de projets
 - 8.10.1. Préparation du *Briefing*
 - 8.10.2. Communication stratégique
 - 8.10.3. Communication de valeur

Module 9. Direction créative

- 9.1. Évolution du *Packaging*
 - 9.1.1. Communication visuelle
 - 9.1.2. Histoire spéculative du *Packaging*
 - 9.1.3. Fondements esthétiques
- 9.2. Description du produit
 - 9.2.1. Identifiez votre histoire. Quel est son message ?
 - 9.2.2. Identifiez votre public cible
 - 9.2.3. Conversation entre la marque et le consommateur
- 9.3. Stratégie de marque
 - 9.3.1. *Briefings*
 - 9.3.2. Mécanismes et langages
 - 9.3.3. Material Research. Tendances
- 9.4. Atelier de spéculation
 - 9.4.1. L'art et l'espace. Volumes
 - 9.4.2. Espace physique I. Jeu, temps et hasard
 - 9.4.3. Espace numérique I. *Virtual Making*
- 9.5. L'environnement du produit
 - 9.5.1. Les locaux et leur position
 - 9.5.2. Espace physique II
 - 9.5.3. Espace numérique II
- 9.6. Créativité technique
 - 9.6.1. Composition
 - 9.6.2. Un cadavre exquis. La multiplicité des images
 - 9.6.3. *Hypergraphie*. Le graphique appliqué à l'espace
- 9.7. Production et développement de *Packaging*
 - 9.7.1. Les matériaux comme message
 - 9.7.2. Techniques traditionnelles et contemporaines
 - 9.7.3. Pourquoi recherchons-nous une image ?
- 9.8. *Direction artistique*
 - 9.8.1. Appliquer le récit du produit
 - 9.8.2. La gamme de couleurs et sa signification
 - 9.8.3. Identifier l'approche publicitaire



- 9.9. Post-production
 - 9.9.1. Photographie
 - 9.9.2. Éclairage
 - 9.9.3. Effets
- 9.10. Projet d'entrepreneuriat
 - 9.10.1. Portefeuille
 - 9.10.2. Instagram
 - 9.10.3. Réflexion. *Workshop*

Module 10. Développement de *Packaging* opérationnel

- 10.1. La chaîne de valeur de l' *emballage*
 - 10.1.1. Le cycle de vie d'un "wrapper"
 - 10.1.2. Fonctionnalité
 - 10.1.3. Le rôle du design dans la chaîne d'approvisionnement
- 10.2. *Stock Packaging*
 - 10.2.1. Stockage
 - 10.2.2. Distribution : suivi et repérage
 - 10.2.3. Intégrer l'opérabilité dans le design
- 10.3. Le *Retail* et le e-commerce
 - 10.3.1. La nouvelle réalité du *Packaging* dans les magasins physiques
 - 10.3.2. Concept Stores
 - 10.3.3. Design des emballages de livraison à domicile (*in focus*: standardisation vs. Personnalisation)
- 10.4. *Packaging* industriel
 - 10.4.1. Analyse des coûts
 - 10.4.2. Les limites du design de *Packaging*
 - 10.4.3. L'évaluation du processus de *Packaging*
- 10.5. L'innovation dans le design de *Packaging*
 - 10.5.1. L'évolution du concept d'emballage
 - 10.5.2. La qualité du *Packaging*
 - 10.5.3. La gestion des envois dans le canal en ligne
- 10.6. La stratégie de *Packaging*
 - 10.6.1. Emballages primaires, secondaires et tertiaires dans le système de *Packaging*
 - 10.6.2. Le fabricant du produit et le designer du *Packaging*
 - 10.6.3. *Décision Marketing*
- 10.7. Développement du concept
 - 10.7.1. *OKR Technique (objectives and key results)*
 - 10.7.2. *Framing Techniques*
 - 10.7.3. *Canvas Technique*
- 10.8. Le produit de design
 - 10.8.1. Prototypage (*Story Map* + Live Data)
 - 10.8.2. Tests (*Concierge Test* + utilisabilité/fiabilité/comportement)
 - 10.8.3. Évaluation
- 10.9. Aspects juridiques et réglementaires
 - 10.9.1. Propriété Intellectuelle
 - 10.9.2. Contrefaçon
 - 10.9.3. Confidentialité
- 10.10. Le métier de concepteur de *Packaging*
 - 10.10.1. *Stakeholders*
 - 10.10.2. Environnements de travail
 - 10.10.3. Relations de travail avec les clients



Un programme qui vous donnera des connaissances spécialisées sur l'intelligence artificielle dans le design de Packaging et d'autres tendances futures"

07

Stage Pratique

Après avoir passé la période théorique, l'étudiant aura la possibilité d'effectuer un stage pratique dans une entreprise prestigieuse du secteur du design et du Marketing numérique. Il pourra ainsi développer ses compétences sur la base de tout ce qu'il a appris tout au long du programme, en travaillant aux côtés de professionnels du secteur ayant des années d'expérience dans la création de projets réussis. En outre, l'étudiant pourra non seulement acquérir des connaissances de première main sur les techniques et les stratégies actuelles, mais aussi ajouter à son CV une expérience de trois semaines dans un centre prestigieux.



“

Vous aurez la possibilité de postuler pour un stage de 3 semaines dans une entreprise de Marketing numérique et de design afin de travailler aux côtés de professionnels du secteur”

Ce programme en Design de Packaging a été proposé par TECH dans le but d'offrir à l'étudiant un stage de trois semaines dans un centre prestigieux du secteur du design de produits et du marketing. Il se déroulera du lundi au vendredi, avec des journées de travail consécutives de 8 heures, aux côtés d'assistants spécialistes qui les accompagneront à tout moment et les guideront pour qu'ils tirent le meilleur parti de cette expérience. Ce stage vous permettra de participer activement aux projets de design développés à ce moment-là dans l'entreprise, en appliquant les stratégies et les techniques les plus récentes et en manipulant les outils et le matériel les plus sophistiqués du secteur.

Dans cette proposition de formation, de nature totalement pratique, les activités visent à développer et à perfectionner les compétences nécessaires au design, à la planification et à la création de Packaging, et sont orientées vers une formation spécifique pour l'exercice de l'activité avec une performance professionnelle élevée.

Il s'agit sans aucun doute d'une occasion unique d'acquérir des connaissances approfondies et spécialisées en travaillant dans une entreprise moderne et à l'avant-garde, caractérisée par sa qualité professionnelle et la garantie de succès de ses projets. En outre, il s'agit d'une expérience fondamentale qui aidera l'étudiant à perfectionner ses compétences professionnelles et à compléter son CV avec un élément distinctif qui le fera ressortir dans tout processus de sélection du personnel.

Le stage en entreprise permettra d'effectuer un nombre minimum d'activités de pratiques professionnelles dans les services de design et de création, ainsi qu'en relation avec d'autres domaines du centre : Marketing, Branding, direction créative, développement opérationnel ou éco-design, ce qui vous permettra de mettre en pratique les procédures créatives les plus innovantes d'une manière globale.

L'enseignement pratique sera dispensé avec la participation active de l'étudiant, qui réalisera les activités et les procédures de chaque domaine de compétence (apprendre à apprendre et apprendre à faire), avec l'accompagnement et les conseils des enseignants et d'autres collègues formateurs qui facilitent le travail en équipe et l'intégration multidisciplinaire en tant que compétences transversales pour la pratique du design (apprendre à être et apprendre à être en relation).



Une occasion unique d'en savoir plus sur le packaging active, intelligent ou smart et de l'intégrer dans vos futurs processus de design"



Les procédures décrites ci-dessous constitueront la base de la partie pratique de la formation et leur mise en œuvre sera fonction de la disponibilité et de la charge de travail du centre, les activités proposées étant les suivantes:

Module	Activité pratique
Direction Créative de Packaging et stratégies de Marketing	Établir un plan de marque et un récit de produit par le biais du <i>Packaging</i>
	Créer un branding, une stratégie numérique et mettre en œuvre des éléments d'intelligence artificielle dans le processus de création de <i>Packaging</i>
	Appliquer les stratégies les plus pointues en matière de <i>Packaging</i> orienté vers l'expérience de l'utilisateur avec le produit
Techniques de Design de Packaging	Créer des étiquettes, des boîtes et des emballages pour le <i>Packaging</i> physique
	Designer de bannières web, de newsletters et de créatifs au format Instagram pour les médias numériques
	Appliquer les formes, le lettrage et la gamme chromatique d'un <i>Packaging</i> spécifique
	Corriger les tracés et les couleurs de certaines figures géométriques
	Exporter le travail réalisé en tenant compte du format pour le papier, l'impression et les médias numériques
Design de Packaging pour les produits de luxe et les produits gastronomiques	Designer un <i>Packaging</i> spécifique pour des bijoux ou des produits de luxe
	Designer de logos et du <i>Packaging</i> spécifique pour le secteur de la gastronomie
	Créer des étiquettes avec une typologie et des informations spécifiques pour le secteur de la gastronomie
Design de Packaging pour la grande consommation et son développement opérationnel	Emballer et créer du <i>Packaging</i> pour les environnements numériques avec des formats et des matériaux spécifiques
	Utiliser le <i>Packaging actif, intelligent ou smart</i> dans le design de produits
	Créer un emballage en vue d'une livraison directe à domicile
	Prototyper, tester et évaluer un concept final de <i>Packaging</i>
Écodesign et nouveaux matériaux pour le Packaging	Utiliser des matériaux écologiques, biodégradables et comestibles dans le cadre de stratégies de design durable de <i>Packaging</i>
	Optimiser l'emballage des produits en fonction des principes de recyclage et de réutilisation

Assurance responsabilité civile

La principale préoccupation de cette institution est de garantir la sécurité des stagiaires et des autres collaborateurs nécessaires aux processus de Stage Pratique dans l'entreprise. Parmi les mesures destinées à atteindre cet objectif figure la réponse à tout incident pouvant survenir au cours de la formation d'apprentissage.

Pour ce faire, cette université s'engage à souscrire une assurance Responsabilité Civile pour couvrir toute éventualité pouvant survenir pendant le séjour au centre de stage.

Cette police d'assurance couvrant la Responsabilité Civile des stagiaires doit être complète et doit être souscrite avant le début de la période de Stage Pratique. Ainsi, le professionnel n'a pas à se préoccuper des imprévus et bénéficiera d'une couverture jusqu'à la fin du stage pratique dans le centre.



Conditions générales de la Formation pratique

Les conditions générales de la convention de stage pour le programme sont les suivantes:

1. TUTEUR: Pendant le Mastère Hybride, l'étudiant se verra attribuer deux tuteurs qui l'accompagneront tout au long du processus, en résolvant tous les doutes et toutes les questions qui peuvent se poser. D'une part, il y aura un tuteur professionnel appartenant au centre de placement qui aura pour mission de guider et de soutenir l'étudiant à tout moment. D'autre part, un tuteur académique sera également assigné à l'étudiant, et aura pour mission de coordonner et d'aider l'étudiant tout au long du processus, en résolvant ses doutes et en lui facilitant tout ce dont il peut avoir besoin. De cette manière, le professionnel sera accompagné à tout moment et pourra consulter les doutes qui pourraient surgir, tant sur le plan pratique que sur le plan académique.

2. DURÉE: le programme de Formation Pratique se déroulera sur trois semaines continues, réparties en journées de 8 heures, cinq jours par semaine. Les jours de présence et l'emploi du temps relèvent de la responsabilité du centre, qui en informe dûment et préalablement le professionnel, et suffisamment à l'avance pour faciliter son organisation.

3. ABSENCE: En cas de non présentation à la date de début du Mastère Hybride, l'étudiant perdra le droit au stage sans possibilité de remboursement ou de changement de dates. Une absence de plus de deux jours au stage, sans raison médicale justifiée, entraînera l'annulation du stage et, par conséquent, la résiliation automatique du contrat. Tout problème survenant au cours du séjour doit être signalé d'urgence au tuteur académique.

4. CERTIFICATION: Les étudiants qui achèvent avec succès le Mastère Hybride recevront un certificat accréditant le séjour pratique dans le centre en question.

5. RELATION DE TRAVAIL: le Mastère Hybride ne constituera en aucun cas une relation de travail de quelque nature que ce soit.

6. PRÉREQUIS: certains centres peuvent être amenés à exiger des références académiques pour suivre le Mastère Hybride. Dans ce cas, il sera nécessaire de le présenter au département de formations de TECH afin de confirmer l'affectation du centre choisi.

7. NON INCLUS: Le Mastère Hybride n'inclut aucun autre élément non mentionné dans les présentes conditions. Par conséquent, il ne comprend pas l'hébergement, le transport vers la ville où le stage a lieu, les visas ou tout autre avantage non décrit.

Toutefois, les étudiants peuvent consulter leur tuteur académique en cas de doutes ou de recommandations à cet égard. Ce dernier lui fournira toutes les informations nécessaires pour faciliter les démarches.

08

Où puis-je effectuer mon Stage Pratique?

TECH, dans son engagement envers la croissance et le développement professionnel des étudiants, ne sélectionne que les meilleurs centres dans le domaine dans lequel le programme est développé pour leurs stages. Dans ce cas, le designer aura accès à 120 heures de stage dans une entreprise leader dans le secteur du marketing numérique et du design, une entreprise dotée d'une excellente équipe qui garantira sa participation active aux projets en cours de développement au moment où il commencera à travailler.



“

Vous aurez un tuteur qui vous guidera pendant le stage, afin que vous puissiez tirer le meilleur parti des 120 heures que dure la phase pratique”



Les étudiants peuvent suivre la partie pratique de ce Mastère Hybride dans les centres suivants:



Piensamarketing

Pays	Ville
Argentine	Río Negro

Adresse : Campichuelo 580 (8400),
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Agence de marketing et communication sociale
et numérique

Stages Pratiques Connexes :

- Création et Esprit d'Entreprise en Entreprise Numérique
- MBA en Marketing Numérique





“

Profitez de cette occasion pour vous entourer de professionnels experts et pour vous inspirer de leur méthodologie de travail”

09

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.



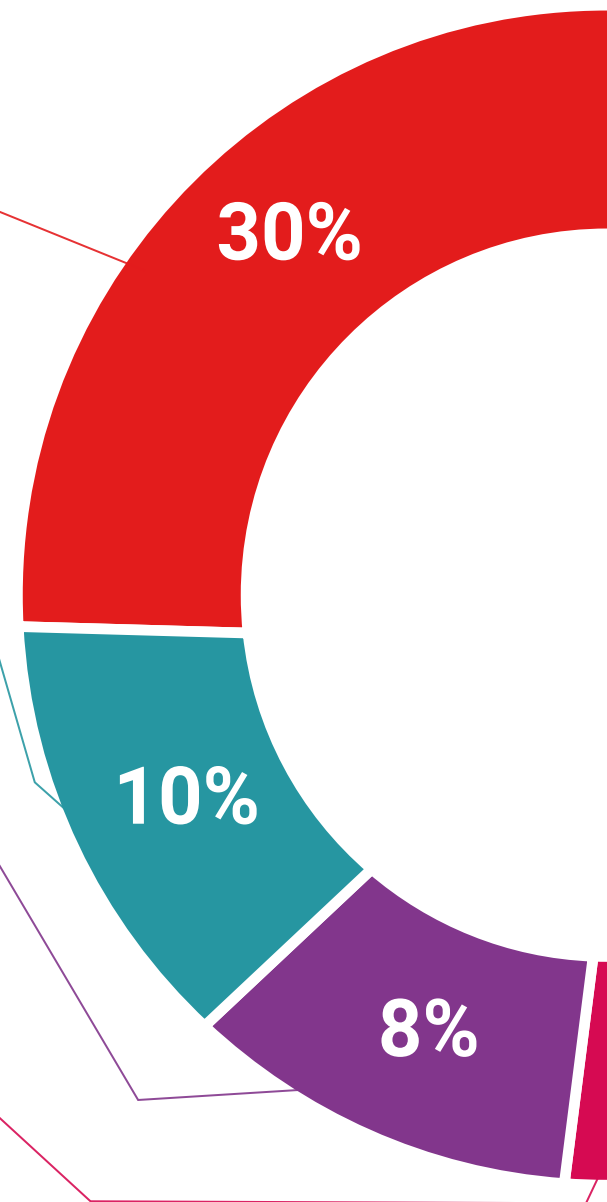
Pratiques en compétences et aptitudes

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.



10 Diplôme

Le Mastère Hybride en Design de Packaging garantit, outre la formation la plus rigoureuse et la plus actualisée, l'accès à un diplôme de Mastère Hybride délivré par TECH Université Technologique.



“

*Terminez ce programme avec succès
et recevez votre diplôme sans avoir
à vous soucier des déplacements ou
des formalités administratives"*

Ce **Mastère Hybride en Design de Packaging** contient le programme le plus complet et actualisé du marché.

Après avoir passé l'évaluation, l'étudiant recevra par courrier* avec accusé de réception son diplôme de **Mastère Hybride** délivré par TECH Université Technologique.

Vous recevrez, en plus du diplôme, un certificat ainsi qu'une attestation du contenu du programme. Pour ce faire, vous devez contacter votre conseiller académique qui vous fournira toutes les informations nécessaires.

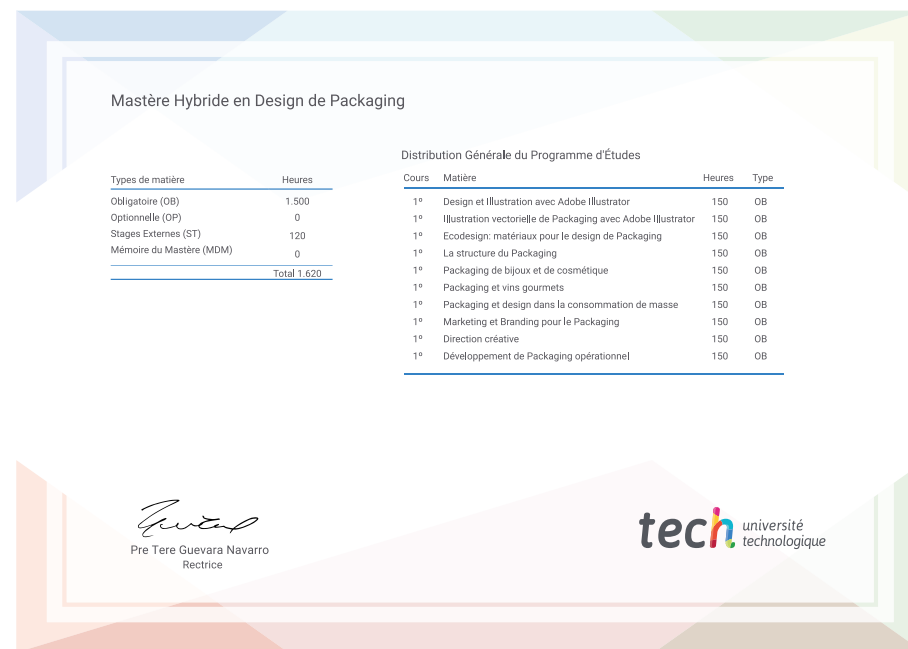
Diplôme: **Mastère Hybride en Design de Packaging**

Modalité: **Hybride (En ligne + Stage Pratique)**

Durée: **12 mois**

Diplôme: **TECH Université Technologique**

N.º d'heures officielles: **1.620 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 formations
développement institutions
classe virtuelle langues



Mastère Hybride Design de Packaging

Modalité: Hybride (En ligne + Pratiques Cliniques)

Durée: 12 mois

Diplôme: TECH Université Technologique

Heures de cours: 1.620 h.

Mastère Hybride

Design de Packaging

