

Privater Masterstudiengang Editorial Design





Index

Privater Masterstudiengang Editorial Design

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kompetenzen

Seite 14

04

Kursleitung

Seite 18

05

Struktur und Inhalt

Seite 22

06

Methodik

Seite 34

07

Qualifizierung

Seite 42

01

Präsentation

Editorial Design ist ein Bereich, der sich ständig weiterentwickelt. Die genaue Kenntnis der Faktoren, die aus historischer Sicht die verschiedenen Erfolgsrezepte der Gegenwart bestimmen, ermöglicht es dem Experten, jederzeit vorausschauend zu handeln und an der Spitze zu bleiben. Mit diesem umfassenden Programm wird der Experte in der Lage sein, die grundlegenden Konzepte zu verstehen, um einen Kommunikationsprozess mit Hilfe der graphischen Sprache durchzuführen und alle Faktoren zu verstehen, die diesen Prozess bestimmen, einschließlich der historischen Faktoren. Eine Weiterbildung, die zur Entwicklung von Grafik- und Webdesign-Projekten von der Konzeption bis zur künstlerischen Umsetzung führt.



Ein komplettes Programm, das Sie für die Arbeit in den verschiedenen Bereichen des Editorial Design weiterbildet, mit spezifischem Wissen über die Faktoren, die den Erfolg einer Publikation beeinflussen und bestimmen“

Alle Designer müssen ihren Beruf mit einem soliden Wissen über die Geschichte des Designs beginnen. Nur so können sie verstehen, wie die aktuellen Trends entstanden sind und welche Mechanismen es ermöglichen, dass ein Design zu einem bestimmten sozialen, kulturellen oder historischen Zeitpunkt erfolgreich und relevant ist.

Dieses Konzept der Allgemenkultur wird in den Bereich des audiovisuellen Unterrichts aufgenommen. Der Grafikdesigner muss die audiovisuellen Phänomene kennen, die sich in denselben Paradigmen bewegen wie die grafische Kommunikation. Der Einfluss einiger Medien auf andere, die verschiedenen Kombinationen von Medien und die neuen grafischen Produkte, die verschiedene Techniken und Ansätze aus anderen kommunikativen Bereichen einbeziehen, sind Erkenntnisse, die neue Denk- und Arbeitsrichtungen eröffnen werden.

Daher ist das Wissen über alle möglichen Aspekte der Arbeit ein Fenster der Möglichkeiten und sehr interessante Wege, die es zu erkunden gilt.

Daher werden in dieser Fortbildung die Aspekte behandelt, die ein Designer kennen muss, um ein Grafikprojekt zu planen, zu entwickeln und abzuschließen. Ein Bildungsweg, der die Fähigkeiten des Studenten schrittweise steigert und ihm hilft, die Herausforderungen eines Spitzenprofis zu meistern.

Grafikdesign wird als eine praktikable Option für einen Berufstätigen vorgestellt, der sich entscheidet, unabhängig zu arbeiten, aber auch Teil einer Organisation oder eines Unternehmens zu sein. Ein interessanter Karriereweg, bei dem Sie von den spezifischen Kenntnissen profitieren, die Ihnen die TECH Technologische Universität zur Verfügung stellt.

Dieser **Privater Masterstudiengang in Editorial Design** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Entwicklung einer großen Anzahl von Fallstudien, die von Experten vorgestellt werden
- ◆ Anschaulicher, schematischer und äußerst praktischer Inhalt
- ◆ Neue und zukunftsweisende Entwicklungen in diesem Bereich
- ◆ Praktische Übungen, bei denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Studium zu verbessern
- ◆ Innovative und hocheffiziente Methoden
- ◆ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Inhalte sind von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss abrufbar

“ *Dieses Programm ermöglicht Ihnen, Ihre Fähigkeiten zu verbessern und Ihr Wissen im Editorial Design zu aktualisieren* ”

“ *Eine umfassende Analyse der kulturellen und ästhetischen Phänomene, die sich auf die Kriterien für die Gestaltung der grafischen Kommunikation auswirken* ”

Die Entwicklung dieses Programms konzentriert sich auf die Praxis des vorgeschlagenen theoretischen Lernens durch die effektivsten Fortbildungssysteme und kontrastierenden Methoden, die von den renommiertesten Universitäten der Welt importiert wurden. Die Fachleute werden in der Lage sein, sich neues Wissen auf äußerst praktische Weise anzueignen. So ist die TECH Technologische Universität bestrebt, ihre Bemühungen in reale und unmittelbare Kompetenzen umzusetzen.

Das Online-System ist eine weitere Stärke des Bildungsvorschlags. Mit einer interaktiven Plattform, die die Vorteile der neuesten technologischen Entwicklungen nutzt, stellt Ihnen die TECH Technologische Universität die interaktivsten digitalen Werkzeuge zur Verfügung und bietet Ihnen somit eine Lernmethode, die sich vollständig an Ihre Bedürfnisse anpassen lässt, so dass Sie diese Weiterbildung perfekt mit Ihrem persönlichen oder beruflichen Leben verbinden können.

Ein praktischer und intensiver Kurs, der Ihnen alle Werkzeuge zur Ideenfindung, Entwicklung und Erstellung von Grafikprojekten an die Hand gibt, die Sie für Ihre Arbeit in diesem Bereich benötigen.

Eine Weiterbildung, die es Ihnen ermöglicht, das erworbene Wissen fast sofort in Ihrer täglichen Praxis umzusetzen.



02 Ziele

Das Ziel dieses Privaten Masterstudiengangs in Editorial Design ist es, Fachleuten einen vollständigen Weg zum Erwerb von Kenntnissen und Fähigkeiten für die Berufspraxis in diesem Sektor zu bieten, und zwar durch ein praktisches Studium, das es ihnen ermöglicht, die Fortbildung mit den notwendigen Kenntnissen zu beenden, um ihre Arbeit mit absoluter Sicherheit und Kompetenz auszuführen.



Design

“

Das Ziel von TECH ist ganz einfach: Wir wollen Ihnen die neuesten Techniken und aktuellen Trends im Bereich Editorial Design und digitale Publikationen vermitteln, und zwar in einem privaten Masterstudiengang, der mit Ihren beruflichen und persönlichen Verpflichtungen voll vereinbar ist“



Allgemeine Ziele

- ◆ Entwerfen einer grafischen Gestaltung
- ◆ Bestimmen der geeigneten Materialien für seine Entwicklung
- ◆ Festlegen der am besten geeigneten Techniken für jede grafische Kommunikationssituation
- ◆ Durchführen des gesamten Prozesses der Erstellung von Stücken und deren Anpassung an verschiedene Formate
- ◆ Anwenden der endgültigen Artwork



Integrieren Sie in Ihre Spezialisierung die Kenntnis der fortschrittlichsten Tools im Bereich Editorial Design und bringen Sie in Ihre Arbeit in diesem Bereich die Avantgarde ein, die Sie brauchen, um an der Spitze mitzuhalten“



Spezifische Ziele

Modul 1. Geschichte des Designs

- ◆ Besitzen von Grundkenntnissen in den Human- und Sozialwissenschaften, um je nach den Erfordernissen des jeweiligen Designprojekts künftige Forschungsarbeiten vorschlagen zu können
- ◆ Kritisches Verstehen der Geschichte der künstlerischen Praktiken und des zeitgenössischen Designs; der Argumente und theoretischen Annahmen, auf denen sie beruhen, sowie der Strategien und Mechanismen, mit denen sie sich an die neuen Probleme und Herausforderungen des digitalen Designs anpassen
- ◆ Verstehen der Entwicklung des Designs im Laufe der Geschichte als Integration verschiedener Disziplinen: Kunst, zeitgenössische Kultur, Philosophie, Soziologie, Geschichte der Medien im digitalen Design, Linguistik und Semiotik
- ◆ Entwickeln eines evaluativen und kritischen Geistes, um die Fähigkeit zur Analyse und Synthese in der Praxis und bei der Ausübung der Funktionen eines Designers zu erwerben
- ◆ Agieren als Vermittler zwischen Technologie und Kunst, Ideen und Zielen, Kultur und Design
- ◆ Verstehen und Begreifen der Beziehung zwischen kulturellem Erbe und Design, dass dies ein Merkmal der zeitgenössischen Kultur ist

Modul 2. Einführung in die Farbe

- ◆ Verstehen der Bedeutung von Farben in der visuellen Umgebung
- ◆ Erlernen der Fähigkeit, Farben zu beobachten, zu ordnen, zu unterscheiden und zu verwalten
- ◆ Anwenden der psychologischen und semiotischen Grundlagen von Farbe im Design
- ◆ Erfassen, Bearbeiten und Aufbereiten von Farben für die Verwendung in physischen und virtuellen Medien

- ◆ Erwerben der Fähigkeit, mit Hilfe von Argumenten unabhängige Urteile zu fällen
- ◆ Analysieren und Interpretieren von dokumentarischen und literarischen Quellen nach eigenen Kriterien, um sich selbst dokumentieren zu können

Modul 3. Editorial Design

- ◆ Kennen der Grundlagen des Editorial Design im Print- und Digitalkontext sowie seine Wechselbeziehung mit anderen Bereichen
- ◆ Kennen des Umfangs und der Bedeutung des Designers im redaktionellen Bereich
- ◆ Kennen der spezifischen Terminologie, Techniken und Sprachen, die für Designprozesse verwendet werden: Druckvorstufen- und Drucksysteme, Techniken, digitale Hilfsmittel und Multimedia
- ◆ Gestalten von redaktionellen Veröffentlichungen unter Berücksichtigung des grafischen Sets und seiner Elemente
- ◆ Erfassen, Bearbeiten und Aufbereiten von Text und Bildern für die Verwendung in verschiedenen Medien
- ◆ Gestalten aufmerksamkeitsstarker visueller Kommunikation, die den heutigen Grafikstandards entspricht
- ◆ Beginnen Adobe InDesign zu benutzen und die im Programm verfügbaren Elemente kennenzulernen, um Ihre eigenen grafischen Ideen adäquat umzusetzen

Modul 4. Design-Methodik

- ◆ Kennen der grundlegenden Prozesse der wissenschaftlichen Methodik in der Designgeschichte : Feststellung der Fragestellung, integrale Analyse der Designarbeit, Überdenken von Problemen, Suche nach unveröffentlichten Informationen, Formulierung von Hypothesen, kritische Syntheseprozesse und ordentliche Formulierung von Schlussfolgerungen
- ◆ Verstehen der Funktionsweise der Innovation als Motor des Designs

- ◆ Identifizieren von Problemstellungen im Zusammenhang mit dem Design, Zusammenstellen und Analysieren der erforderlichen Informationen um Lösungen nach Effizienzkriterien zu bewerten und anzubieten: funktional, umweltbezogen, strukturell, konstruktiv und ausdrucksstark im Bereich des Berufs
- ◆ Rechtfertigen der Entwicklung eines Designprojekts durch eine kohärente und kritische Argumentation
- ◆ Fundiertes Kennen der Dynamik des Designmanagements, die die Anwendung von Marketing- und Betriebswirtschaftskenntnissen auf Designprojekte ermöglichen
- ◆ Verstehen der Praxis des Designs als eigenständige Forschungsmethode, die auf Kreativität basiert

Modul 5. Grafisches Design

- ◆ Kennen der Grundlagen des Grafikdesigns sowie seine Zusammenhänge mit anderen Bereichen: Werbegrafik, Editorial Design, Corporate Identity Design, Webdesign, Verpackungsdesign, typografisches Design, Plakate, Beschilderung, Multimedia-Design, Design für neue Medien usw.
- ◆ Kennen der Grundlagen, Funktionen und den Wert von Grafikdesign
- ◆ Analysieren des Profils eines Grafikdesigners im Laufe der Geschichte und im aktuellen Panorama
- ◆ Verstehen der grundlegenden und formalen Elemente des Grafikdesigns
- ◆ Erlernen, welche digitalen Werkzeuge im Bereich des Grafikdesigns am häufigsten verwendet werden
- ◆ Kennen und Anwenden der grundlegenden Elemente der Organisation und des Projektmanagements

Modul 6. Ethik, Gesetzgebung und berufliche Deontologie

- ◆ Erwerben der Fähigkeit, relevante Daten zu sammeln und zu interpretieren, um sich ein Urteil über ethische, ökologische und soziale Fragen zu bilden
- ◆ Ausüben der beruflichen Praxis in einer ethischen Art und Weise, die das Gesetz respektiert und mit den universellen Rechten übereinstimmt

- ◆ Erwerben von Lernfähigkeiten, die notwendig sind, um weitere Studien mit einem hohen Maß an Selbstständigkeit zu absolvieren
- ◆ Verstehen der professionellen Beziehung zwischen Designer und Kunde
- ◆ Erwerben von Kompetenzen, die zeigen, dass Probleme durch Argumentation und konstruktive Kritik gelöst werden können
- ◆ Entwickeln der Fähigkeit, im Voraus zu entscheiden, was getan werden muss, wer es tun muss und wie es getan werden sollte

Modul 7. Corporate Image

- ◆ Erfassen, Bearbeiten und Aufbereiten des Bildes für die Verwendung in verschiedenen Medien
- ◆ Kennen der Grundlagen der fotografischen und audiovisuellen Technik
- ◆ Kennen der Sprache und der Ausdrucksmittel der Fotografie und der audiovisuellen Medien
- ◆ Kennen der relevanten fotografischen und audiovisuellen Werke
- ◆ In der Lage sein, formale und symbolische Sprachen mit spezifischen Funktionen zu verknüpfen
- ◆ Handhaben von grundlegenden Beleuchtungs- und Belichtungsmessgeräten in der Fotografie
- ◆ Verstehen des Verhaltens und der Eigenschaften des Lichts und Schätzen seiner ausdrucksstarken Qualitäten

Modul 8. Typografie

- ◆ Kennen der syntaktischen Prinzipien der grafischen Sprache und Anwenden ihrer Regeln, um Objekte und Ideen klar und genau zu beschreiben
- ◆ Kennen des Ursprungs der Buchstaben und ihrer historischen Bedeutung
- ◆ Erkennen, Studieren und konsequentes Anwenden von Typografie auf grafische Prozesse
- ◆ Kennen und Anwenden der ästhetischen Grundlagen der Typografie
- ◆ Wissen, wie man die Anordnung von Texten im Designobjekt analysiert
- ◆ In der Lage sein, eine professionelle Arbeit auf der Grundlage typografischer Gestaltung auszuführen

Modul 9. Layout

- ◆ Gestalten von redaktionellen Veröffentlichungen unter Berücksichtigung des grafischen Sets und seiner Elemente
- ◆ Kennen der Aufgabe eines Layouters und die Bedeutung seiner Figur im Bereich des Verlagswesens
- ◆ Kennen der digitalen Medien und ihrer Bedeutung im aktuellen Kontext
- ◆ Verwenden von Adobe InDesign für die angemessene Entwicklung von Grafikprojekten
- ◆ Nutzen sozialer Netzwerke aus einer künstlerischen Perspektive heraus und sich dabei der Bedeutung einer guten Grafikstrategie bewusst sein
- ◆ Entwickeln einer redaktionellen Sprache, um ein Produkt oder eine Dienstleistung mit einem klaren und spezifischen Zweck zu bewerben

Modul 10. Endgültige Artwork

- ◆ Kennen der spezifischen Terminologie, Techniken und Sprachen, die für Designprozesse verwendet werden: Druckvorstufen- und Drucksysteme, Techniken, digitale Hilfsmittel und Multimedia
- ◆ Kennen der Drucksysteme, um beurteilen zu können, welches die beste Alternative ist, wenn es um den physischen Ausdruck eines grafischen Projekts geht
- ◆ Kennen von Alternativen für den Druck, die den Prinzipien der Nachhaltigkeit folgen, und diese bei der Konzeption eines neuen Designprojekts anwenden
- ◆ Kennen der Verfahren, die zu befolgen sind, um eine Reinzeichnung korrekt für den Druck vorzubereiten
- ◆ Wissen, was Bindung ist, und die verschiedenen Arten von Bindung genauer kennenlernen
- ◆ Erwerben des notwendigen Fachvokabulars für eine flüssige Kommunikation mit den Technikern und den am Verlagswesen beteiligten Sektoren

03

Kompetenzen

Dieses Programm für Editorial Design wurde als hochrangiges Fortbildungsinstrument für Fachleute entwickelt. Die intensive Spezialisierung bereitet die Studenten darauf vor, mit der Sicherheit eines Experten in allen Bereichen des Sektors zu arbeiten.



“

Erwerben Sie die praktischen Arbeitsfähigkeiten und kritischen Entscheidungsfähigkeiten, die Sie benötigen, um qualitativ hochwertige und professionell interessante grafische Arbeiten zu erstellen“



Allgemeine Kompetenzen

- ◆ Erstellen und Gestalten der verschiedenen Teile eines Grafikdesigns
- ◆ Analysieren der Angemessenheit der verschiedenen Ansätze
- ◆ Einwirken, auf effiziente Weise, auf Ihre Zielgruppen
- ◆ Kontrollieren der internen und externen Produktionsprozesse der produzierten Stücke



Schreiben Sie sich in den besten Studiengang für Editorial Design ein, den es derzeit an den Universitäten gibt“



Spezifische Kompetenzen

- ◆ Beschreiben der Geschichte des Grafikdesigns
- ◆ Bearbeiten von Farben in ihrer grafischen Anwendung
- ◆ Durchführen von *Editorial Design*
- ◆ Festlegen der geeigneten Methodik für jede Art von Entwurf
- ◆ Kennen des rechtlichen Rahmens, in dem sich das Grafikdesign bewegt
- ◆ Arbeiten mit digitalen Bildern
- ◆ Erkennen der verschiedenen Typografien, die für jedes Design geeignet sind
- ◆ Erstellen des Layouts für Veröffentlichungen
- ◆ Erstellen der endgültigen Artwork

04 Kursleitung

TECH setzt sich kontinuierlich für akademische Spitzenleistungen ein. Aus diesem Grund verfügt jeder Studiengang über Dozententeams von höchstem Prestige. Diese Experten verfügen über umfangreiche Erfahrungen in ihren Fachgebieten und haben gleichzeitig mit ihrer empirischen Forschung und Feldarbeit bedeutende Ergebnisse erzielt. Darüber hinaus spielen diese Fachleute eine führende Rolle in den Studiengängen, da sie für die Auswahl der aktuellsten und innovativsten Inhalte verantwortlich sind, die in den Lehrplan aufgenommen werden. Gleichzeitig sind sie an der Entwicklung zahlreicher multimedialer Ressourcen mit hohem pädagogischem Anspruch beteiligt.



Ein einzigartiges, wichtiges und entscheidendes Fortbildungserlebnis zur Förderung Ihrer beruflichen Entwicklung“

Internationaler gastdirektor

D.W. Pine ist eine international führende Persönlichkeit auf dem Gebiet des redaktionellen Designs. Als Kreativdirektor des Time Magazine ist er für das Design, das Marketing und die Leitung der Druckauflagen einer der weltweit führenden redaktionellen Publikationen verantwortlich. Im Laufe seiner Karriere hat er mehr als 850 Titelseiten entworfen und sieben „Persönlichkeit des Jahres“-Projekte betreut.

In dieser Funktion ist Pine für die Gestaltung und Produktion der wöchentlichen Titelseite von Time verantwortlich und leitet ein kreatives Team von mehr als einem Dutzend Artdirektoren, Designern, Infografikern und Wissenschaftlern. Er beaufsichtigt auch das Design der Marke Time und anderer digitaler Produkte wie Time for Kids.

Neben seiner Arbeit als Designer schreibt Pine gelegentlich Beiträge für das Time Magazine und hat als Redakteur für die Atlanta Journal-Constitution mehr als 1.100 Artikel veröffentlicht.

Als Redner hat Pine bei Veranstaltungen und Workshops auf der ganzen Welt Vorträge gehalten, unter anderem beim Design-Workshop für Journalisten in Peking, China, und bei anderen hochkarätigen Konferenzen in Europa. Er hat auch auf Konferenzen, Universitäten und Festivals in den gesamten Vereinigten Staaten gesprochen, darunter in New York, San Francisco, San Diego, Washington, D.C., Portland, Tampa und Atlanta.

Seine Arbeit wurde mit Dutzenden von Spitzenpreisen der Branche ausgezeichnet, unter anderem wurde er zweimal in die Folio 100-Liste aufgenommen (2016 und 2017) und erhielt die Auszeichnungen Best Designed Magazine 2013 und Best Cover of the Year 2017 von der American Society of Magazine Editors.



D. D.W., Pine

- Kreativdirektor des Time Magazine
- Wöchentlicher Cover-Designer für das Time Magazine
- Designer für die Atlanta Journal-Constitution
- Hochschulabschluss in Marketing und Management von der Universität von Georgia
- Best Designed Magazine 2013
- Best Cover of the Year 2017
- Folio-Liste 2016 und 2017
- Redner bei Designveranstaltungen in Asien, Europa und Amerika

“

Dank TECH können Sie mit den besten Fachleuten der Welt lernen“

Der Lehrplan deckt alle Interessensgebiete ab, die der Grafikdesigner beherrschen muss, um wettbewerbsfähige Werke zu schaffen, die Informationen aufnehmen und sie mit Wirkung und Dauerhaftigkeit im Gedächtnis des Empfängers vermitteln. Ein qualitativ hochwertiger Kurs, der den Studenten an die Spitze der Wettbewerbsfähigkeit in diesem Sektor bringt.

“

Dieser private Masterstudiengang wurde nach den anspruchsvollsten Qualitätskriterien entwickelt, um alle notwendigen Wissensgebiete zu vereinen, vom historischen Rückblick bis zur Verwendung der interessantesten Werkzeuge des Augenblicks"

Modul 1. Geschichte des Designs

- 1.1. Was nützt es, etwas über Geschichte zu wissen?
 - 1.1.1. Wertschätzung der Geschichte
 - 1.1.2. Die Zukunft vorwegnehmen
 - 1.1.3. Die Vergangenheit macht uns frei
 - 1.1.4. Schlussfolgerungen
- 1.2. „Designgeschichte“ als Disziplin betrachten
 - 1.2.1. Wie machen wir Geschichte aus Geschichte?
 - 1.2.2. Berücksichtigter Hintergrund
 - 1.2.3. Die Entwicklung der Disziplin: 70, 80 y 90
 - 1.2.4. Der Studiengegenstand der Designgeschichte
 - 1.2.5. Trends und Forschungsrichtungen
- 1.3. Industrielle Revolution und andere Strömungen
 - 1.3.1. Die Folgen der industriellen Revolution für das Design
 - 1.3.2. Orientalischer Einfluss
 - 1.3.3. *Arts & Crafts*. William Morris
 - 1.3.4. Ästhetik
 - 1.3.5. *Art Nouveau*
- 1.4. Historischer Hintergrund I
 - 1.4.1. Wiener Sezession
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. Russischer Konstruktivismus
 - 1.4.4. De Stijl-Bewegung und Neo-Plastizismus
- 1.5. Das Bauhaus
 - 1.5.1. Was ist das Bauhaus?
 - 1.5.2. Erste Etappe
 - 1.5.3. Zweite Etappe
 - 1.5.4. Dritte Etappe
 - 1.5.5. Grundlegende Prinzipien
 - 1.5.6. Einflüsse

- 1.6. Historischer Hintergrund II
 - 1.6.1. Art Deco
 - 1.6.2. Internationaler Stil
 - 1.6.3. Design der Nachkriegszeit
 - 1.6.4. Die ULM-Schule
 - 1.6.5. Schweizer Schule
- 1.7. Das Funktionale und das Funktionalistische
 - 1.7.1. Die funktionalistische Sichtweise
 - 1.7.2. Das Schöne und das Praktische
 - 1.7.3. Die Analogien des Funktionalismus
 - 1.7.4. Funktionalismus als Stil
- 1.8. Historischer Hintergrund III
 - 1.8.1. Die New Yorker Schule
 - 1.8.2. Amerikanische Aerodynamik
 - 1.8.3. Skandinavisches Design
 - 1.8.4. Demokratischer Entwurf
- 1.9. Andere Trends
 - 1.9.1. Pop
 - 1.9.2. *High Tech*
 - 1.9.3. Minimal
 - 1.9.4. Kitsch
- 1.10. Das digitale Zeitalter
 - 1.10.1. Die Informationsrevolution
 - 1.10.2. Computergestütztes Design
 - 1.10.3. Biodesign, Neobiomorphismus, *Friendly Design*
 - 1.10.4. Digitales Bild und neue Typografien

Modul 2. Einführung in die Farbe

- 2.1. Farbe, Prinzipien und Eigenschaften
 - 2.1.1. Einführung in die Farbe
 - 2.1.2. Licht und Farbe: chromatische Synästhesie
 - 2.1.3. Attribute der Farbe
 - 2.1.4. Pigmente und Farbstoffe
- 2.2. Farben auf dem Farbkreis
 - 2.2.1. Der chromatische Kreis
 - 2.2.2. Kühle und warme Farben
 - 2.2.3. Primäre und abgeleitete Farben
 - 2.2.1. Chromatische Beziehungen: Harmonie und Kontrast
- 2.3. Farbpsychologie
 - 2.3.1. Konstruktion der Bedeutung einer Farbe
 - 2.3.2. Emotionale Belastung
 - 2.3.3. Denotativer und konnotativer Wert
 - 2.3.4. Emotionales Marketing. Die Farbbelastung
- 2.4. Farbtheorie
 - 2.4.1. Eine wissenschaftliche Theorie. Isaac Newton
 - 2.4.2. Goethes Theorie der Farben
 - 2.4.3. Sich an Goethes Farbentheorie beteiligen
 - 2.4.4. Farbpsychologie nach Eva Heller
- 2.5. Bestehen auf einer Farbklassifizierung
 - 2.5.1. Der Doppelkegel von Guillermo Ostwald
 - 2.5.2. Albert Munsell's Solide
 - 2.5.3. Alfred Hicethier's Würfel
 - 2.5.4. Das CIE-Dreieck (Commission Internationale de l'Éclairage)
- 2.6. Das individuelle Studium der Farben
 - 2.6.1. Schwarz und weiß
 - 2.6.2. Neutrale Farben. Die Graustufen
 - 2.6.3. Monochrom, zweifarbig, mehrfarbig
 - 2.6.4. Symbolische und psychologische Aspekte von Farben

- 2.7. Farbige Modelle
 - 2.7.1. Subtraktives Modell. CMYK-Modus
 - 2.7.2. Additives Modell. RGB-Modus
 - 2.7.3. HSB-Modell
 - 2.7.4. Pantone-System. Die Pantonera
- 2.8. Vom Bauhaus zu Murakami
 - 2.8.1. Das Bauhaus und seine Künstler
 - 2.8.2. Gestalttheorie im Dienste der Farbe
 - 2.8.3. Josef Albers. Das Zusammenspiel der Farben
 - 2.8.4. Murakami, die Konnotationen der Abwesenheit von Farbe
- 2.9. Farbe im Designprojekt
 - 2.9.1. *Pop Art*. Die Farbe der Kulturen
 - 2.9.2. Kreativität und Farbe
 - 2.9.3. Zeitenössische Künstler
 - 2.9.4. Analyse der verschiedenen Optiken und Perspektiven
- 2.10. Farbmanagement in der digitalen Umgebung
 - 2.10.1. Farbräume
 - 2.10.2. Farbprofile
 - 2.10.3. Monitor-Kalibrierung
 - 2.10.4. Worauf man achten sollte

Modul 3. Editorial Design

- 3.1. Manuelle schriftliche Kommunikation und Informationstechnologie
 - 3.1.1. Einführung
 - 3.1.2. Frühe Formen des Schreibens
 - 3.1.3. Handschriftliche Medien
 - 3.1.4. Ebenen der grafischen Darstellung in der frühen Schrift
 - 3.1.5. Allgemeine Klassifizierung von Schreibzeichen
 - 3.1.6. Die Entstehung und Entwicklung des Alphabets: die Unabhängigkeit des Schriftzeichens
 - 3.1.7. Schreiben, Informationsspeicher
 - 3.1.8. Die Formen der lateinischen Alphabetschrift: diachrone Beobachtung
 - 3.1.9. Bilder in der Welt der Handschrift

- 3.2. Drucksystem
 - 3.2.1. Einführung
 - 3.2.2. Von der manuellen Reproduktion zur maschinellen Reproduktion von Handschriften
 - 3.2.3. Nachahmung, gemeinsamer Nenner der ersten mechanischen Kopien von Informationen
 - 3.2.4. Hintergründe zur maschinellen Wiedergabe von Informationen in der Antike
 - 3.2.5. Der Holzschnitt, der nächste Vorläufer von Gutenbergs Technologie
 - 3.2.6. Vorhandenes Wissen und technologische Elemente, die für Gutenbergs Druckerpresse notwendig waren
 - 3.2.7. Die Gutenberg-Druckmaschine
 - 3.2.8. Die Entwicklung des Satzes und des Drucks von schriftlichen Informationen
- 3.3. Formen und Funktionen von journalistischen Gestaltungselementen
 - 3.3.1. Einführung
 - 3.3.2. Was ist die journalistische Gestaltung von schriftlicher Kommunikation und Information?
 - 3.3.3. Die Elemente des journalistischen Designs
- 3.4. Bilder
 - 3.4.1. Einführung
 - 3.4.2. Journalistische Bilder
 - 3.4.3. Infografiken: Wesen, Merkmale, Funktionen und Formen
 - 3.4.4. Nicht textliche und nicht ikonische grafische Ressourcen
- 3.5. Farbe
 - 3.5.1. Einführung
 - 3.5.2. Natur, Funktion und Prozesse der Farbsynthese
 - 3.5.3. Farbseparation in der grafischen Industrie
 - 3.5.4. Funktionen und Ausdrucksmöglichkeiten von Farbe in einem schriftlichen Medium
 - 3.5.5. Merkmale von Schmuckfarben
- 3.6. Typografien: Identität und Verwendung
 - 3.6.1. Einführung
 - 3.6.2. Was ist Typografie?
 - 3.6.3. Zeichenmorphologie: semantische Implikationen
 - 3.6.4. Klassifizierungen von typografischen Zeichen
 - 3.6.5. Die Funktionen der Typografie
 - 3.6.6. Computer-Typografie
- 3.7. Formate und journalistische Informationsgestaltung
 - 3.7.1. Einführung
 - 3.7.2. Diachrone Entwicklung des journalistischen Designs in den Printmedien
 - 3.7.3. Das Format, der erste räumliche Umstand
 - 3.7.4. Die Verteilung und Architektur des Seitenraums
 - 3.7.5. Modularer Aufbau
 - 3.7.6. Das Gutenberg-Diagramm
 - 3.7.7. Das VIC
- 3.8. Journalistisches Design und Kommunikation. Ordnung und Hierarchie
 - 3.8.1. Einführung
 - 3.8.2. Das grundlegende Ziel der journalistischen Gestaltung
 - 3.8.3. Kriterien für die Verteilung von Informationen
 - 3.8.4. Grundlegende Strukturen des Seitenlayouts
 - 3.8.5. Systeme des Gleichgewichts im Ausdruck von informativen Signifikanten
 - 3.8.6. Grundlegende Prinzipien für die journalistische Gestaltung
 - 3.8.7. Die Titelseite
 - 3.8.8. Die Innenseiten der Zeitung
- 3.9. Technologischer Wandel bei Kommunikationsprozessen
 - 3.9.1. Einführung
 - 3.9.2. Technologischer Wandel der schriftlichen Kommunikation und der Informationsprozesse unmittelbar vor der Digitalisierung
 - 3.9.3. Die Digitalisierung, ein Wandel in der Entwicklung der schriftlichen Kommunikation und Information
- 3.10. Digitale Mediation im Journalismus heute
 - 3.10.1. Einführung
 - 3.10.2. Digitale Mediation im Journalismus heute
 - 3.10.3. Schriftliche Informationen im digitalen Journalismus

Modul 4. Design-Methodik

- 4.1. Über Methodik und Design
 - 4.1.1. Was ist Design-Methodik?
 - 4.1.2. Unterschiede zwischen Methode, Methodik und Technik
 - 4.1.3. Arten von methodischen Techniken
 - 4.1.4. Deduktion, Induktion und Abduktion
- 4.2. Einführung in die Designforschung
 - 4.2.1. Das Erlernen der wissenschaftlichen Methode
 - 4.2.2. Allgemeine Konzepte von Forschungsprozessen
 - 4.2.3. Die wichtigsten Phasen des Forschungsprozesses
 - 4.2.4. Terminplan
- 4.3. Einige Vorschläge zur Methodik
 - 4.3.1. Vorschläge für eine neue Methodik von Bernhard Bürdek
 - 4.3.2. Systematische Methode für Designer von Bruce Archer
 - 4.3.3. Integrierter generalisierender Entwurf von Victor Papanek
 - 4.3.4. Die Entwurfsmethode von Bruno Munari
 - 4.3.5. Kreativer Problemlösungsprozess von Bernd Löbach
 - 4.3.6. Andere Autoren und Skizzen von anderen Methoden
- 4.4. Problemstellung
 - 4.4.1. Identifizierung und Analyse des Bedarfs
 - 4.4.2. Das *Briefing*, was ist das?
 - 4.4.3. Was sollte ein gutes *Briefing* enthalten?
 - 4.4.4. Tipps für die Vorbereitung eines *Briefings*
- 4.5. Recherche für das Projekt
 - 4.5.1. Hintergrundstudie
 - 4.5.2. Auswirkung des Projekts
 - 4.5.3. Studie über das Zielpublikum oder *Target*
 - 4.5.4. Tools für die Untersuchung des *Target*
- 4.6. Das Wettbewerbsumfeld
 - 4.6.1. In Bezug auf den Markt
 - 4.6.2. Wettbewerbsanalyse
 - 4.6.3. Nutzenversprechen
- 4.7. Durchführbarkeitsstudie
 - 4.7.1. Soziale Tragfähigkeit. SWOT-Analyse
 - 4.7.2. Technische Machbarkeit
 - 4.7.3. Wirtschaftliche Machbarkeit
- 4.8. Mögliche Lösungen für das *Briefing*
 - 4.8.1. Emotionalität in kreativen Prozessen
 - 4.8.2. Divergenz, Transformation und Konvergenz
 - 4.8.3. *Brainstorming*
 - 4.8.4. Vergleich der Ideen
- 4.9. Zielsetzung
 - 4.9.1. Allgemeines Ziel
 - 4.9.2. Spezifische Ziele
 - 4.9.3. Technische Ziele
 - 4.9.4. Ästhetische und kommunikative Ziele
 - 4.9.5. Ziele des Marktes
- 4.10. Entwicklung von Ideen
 - 4.10.1. Feedback in der Ideenfindungsphase
 - 4.10.2. Skizzen
 - 4.10.3. Präsentation von Ideen
 - 4.10.4. Methoden zur Kontrolle und kritischen Bewertung

Modul 5. Grafisches Design

- 5.1. Einführung in das Grafikdesign
 - 5.1.1. Was ist Grafikdesign?
 - 5.1.2. Funktionen von Grafikdesign
 - 5.1.3. Handlungsfelder im Bereich Grafikdesign
 - 5.1.4. Der Wert von Grafikdesign
- 5.2. Grafikdesign als berufliche Tätigkeit
 - 5.2.1. Der Einfluss der Technologie auf die Entwicklung des Berufsstandes
 - 5.2.2. Was ist die Rolle des Grafikdesigners?
 - 5.2.3. Berufsfelder
 - 5.2.4. Der Designer als Bürger

- 5.3. Grundlegende Elemente
 - 5.3.1. Der Punkt
 - 5.3.2. Die Linie
 - 5.3.3. Die Form
 - 5.3.4. Die Textur
 - 5.3.5. Der Raum
- 5.4. Formale Elemente
 - 5.4.1. Der Kontrast
 - 5.4.2. Die Balance
 - 5.4.3. Die Proportion
 - 5.4.4. Der Rhythmus
 - 5.4.5. Die Harmonie
 - 5.4.6. Die Bewegung
 - 5.4.7. Die Einheit
- 5.5. Referenten im Grafikdesign des 20. und 21. Jahrhunderts
 - 5.5.1. Grafikdesigner, die die Geschichte geprägt haben
 - 5.5.2. Die einflussreichsten Designer
 - 5.5.3. Grafikdesigner heute
 - 5.5.4. Visuelle Referenzen
- 5.6. Plakate
 - 5.6.1. Das Werbeplakat
 - 5.6.2. Funktionen
 - 5.6.3. Plakate im 19. Jahrhundert
 - 5.6.4. Visuelle Referenzen
- 5.7. Grafischer Stil
 - 5.7.1. Ikonische Sprache und Massenkultur
 - 5.7.2. Grafikdesign und seine Beziehung zur Kunst
 - 5.7.3. Der grafische Stil selbst
 - 5.7.4. Design ist kein Beruf, es ist eine Lebenseinstellung
- 5.8. Von der Straße zur Agentur
 - 5.8.1. Design als die ultimative Avantgarde
 - 5.8.2. Straßenkunst oder *Street Art*
 - 5.8.3. Urbane Kunst in der Werbung
 - 5.8.4. Urbane Kunst und Markenimage



- 5.9. Meistgenutzte digitale Tools
 - 5.9.1. Adobe Lightroom
 - 5.9.2. Adobe Photoshop
 - 5.9.3. Adobe Illustrator
 - 5.9.4. Adobe InDesign
 - 5.9.5. Corel Draw
- 5.10. Einführung in das Designprojekt
 - 5.10.1. Das *Briefing*
 - 5.10.2. Definition
 - 5.10.3. Begründung
 - 5.10.4. Implikation
 - 5.10.5. Ziele
 - 5.10.6. Methodik

Modul 6. Ethik, Gesetzgebung und berufliche Deontologie

- 6.1. Ethik, Moral, Recht und berufliche Deontologie
 - 6.1.1. Grundlegende ethische Fragen. Einige moralische Dilemmas
 - 6.1.2. Begriffliche Analyse und etymologischer Ursprung
 - 6.1.3. Unterschiede zwischen Moral und Ethik
 - 6.1.4. Die Verbindung zwischen Ethik, Moral, Recht und Deontologie
- 6.2. Geistiges Eigentum
 - 6.2.1. Was ist geistiges Eigentum?
 - 6.2.2. Arten von geistigem Eigentum
 - 6.2.3. Plagiat und Urheberrechtsverletzung
 - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Praktische Aspekte der aktuellen Ethik
 - 6.3.1. Utilitarismus, Konsequentialismus und Deontologie
 - 6.3.2. Konsequentes Handeln vs. Handeln aus Prinzip
 - 6.3.3. Dynamische Effizienz von prinzipientreuen Handlungen
- 6.4. Gesetzgebung und Moral
 - 6.4.1. Konzept der Gesetzgebung
 - 6.4.2. Konzept der Moral
 - 6.4.3. Verbindung zwischen Recht und Moral
 - 6.4.4. Von gerecht bis ungerecht auf der Grundlage logischer Überlegungen

- 6.5. Professionelles Verhalten
 - 6.5.1. Der Umgang mit dem Kunden
 - 6.5.2. Die Bedeutung der Vereinbarung von Bedingungen und Konditionen
 - 6.5.3. Kunden kaufen kein Design
 - 6.5.4. Professionelles Verhalten
- 6.6. Verantwortlichkeiten gegenüber anderen Designern
 - 6.6.1. Wettbewerbsfähigkeit
 - 6.6.2. Prestige des Berufsstandes
 - 6.6.3. Auswirkungen auf andere Berufe
 - 6.6.4. Beziehungen zu anderen Kollegen. Kritik
- 6.7. Soziale Verantwortung
 - 6.7.1. Inklusives Design und seine Bedeutung
 - 6.7.2. Zu berücksichtigende Merkmale
 - 6.7.3. Eine Änderung der Denkweise
 - 6.7.4. Beispiele und Referenzen
- 6.8. Verantwortung für die Umwelt
 - 6.8.1. Ökodesign. Warum ist das so wichtig?
 - 6.8.2. Merkmale eines nachhaltigen Designs
 - 6.8.3. Auswirkungen auf die Umwelt
 - 6.8.4. Beispiele und Referenzen
- 6.9. Ethische Konflikte und praktische Entscheidungsfindung
 - 6.9.1. Verantwortungsvolles Verhalten und Praktiken am Arbeitsplatz
 - 6.9.2. Bewährte Praktiken des digitalen Designers
 - 6.9.3. Wie löst man Interessenkonflikte?
 - 6.9.4. Wie geht man mit Geschenken um?
- 6.10. Freies Wissen: Creative Commons-Lizenzen
 - 6.10.1. Was sind sie?
 - 6.10.2. Arten von Lizenzen
 - 6.10.3. Symbologie
 - 6.10.4. Besondere Verwendungszwecke

Modul 7. Corporate Image

- 7.1. Die Bedeutung des Images in der Wirtschaft
 - 7.1.1. Was ist ein Unternehmensimage?
 - 7.1.2. Unterschiede zwischen *Corporate Identity* und *Corporate Image*
 - 7.1.3. Wo kann das Unternehmensimage zum Ausdruck gebracht werden?
 - 7.1.4. Situationen, wo sich das Image eines Unternehmens ändert. Warum sollte man ein gutes *Corporate Image* besitzen?
- 7.2. Forschungstechniken im Bereich *Corporate Image*
 - 7.2.1. Einführung
 - 7.2.2. Die Studie über das Image des Unternehmens
 - 7.2.3. Techniken der Unternehmensimageforschung
 - 7.2.4. Qualitative Image-Studienverfahren
 - 7.2.5. Arten von quantitativen Techniken
- 7.3. Image-Audit und Strategie
 - 7.3.1. Was ist *Image Auditing*?
 - 7.3.2. Leitlinien
 - 7.3.3. Audit-Methodologie
 - 7.3.4. Strategische Planung
- 7.4. Unternehmenskultur
 - 7.4.1. Was ist Unternehmenskultur?
 - 7.4.2. Faktoren, die die Unternehmenskultur beeinflussen
 - 7.4.3. Funktionen der Unternehmenskultur
 - 7.4.4. Arten der Unternehmenskultur
- 7.5. Soziale Verantwortung der Unternehmen und Unternehmensreputation
 - 7.5.1. CSR: Konzept und Anwendung der Unternehmen
 - 7.5.2. Leitlinien für die Integration von CSR in Unternehmen
 - 7.5.3. Kommunikation der CSR
 - 7.5.4. Ruf des Unternehmens
- 7.6. Visuelle Unternehmensidentität und *Naming*
 - 7.6.1. Strategien zur visuellen Identität von Unternehmen
 - 7.6.2. Grundlegende Elemente
 - 7.6.3. Grundlegende Prinzipien
 - 7.6.4. Entwicklung eines Handbuchs
 - 7.6.5. *Naming*

- 7.7. Markenimage und Positionierung
 - 7.7.1. Die Ursprünge der Marken
 - 7.7.2. Was ist eine Marke?
 - 7.7.3. Die Notwendigkeit, eine Marke aufzubauen
 - 7.7.4. Markenimage und Positionierung
 - 7.7.5. Der Wert der Marken
- 7.8. Imagepflege durch Krisenkommunikation
 - 7.8.1. Strategischer Kommunikationsplan
 - 7.8.2. Wenn alles schief geht: Krisenkommunikation
 - 7.8.3. Fälle
- 7.9. Der Einfluss von Werbemaßnahmen auf das Unternehmensimage
 - 7.9.1. Die neue Landschaft der Werbeindustrie
 - 7.9.2. Das Marketing für Werbezwecke
 - 7.9.3. Eigenschaften
 - 7.9.4. Gefahren
 - 7.9.5. Werbetypen und -techniken
- 7.10. Layout und Image der Verkaufsstelle
 - 7.10.1. Die wichtigsten Akteure im gewerblichen Vertrieb
 - 7.10.2. Das Image von Einzelhandelsunternehmen durch Positionierung
 - 7.10.3. Durch den Namen und das Logo

Modul 8. Typografie

- 8.1. Einführung in die Typografie
 - 8.1.1. Was ist Typografie?
 - 8.1.2. Die Rolle der Typografie im Grafikdesign
 - 8.1.3. Abfolge, Kontrast, Form und Gegenform
 - 8.1.4. Beziehung und Unterschiede zwischen Typografie, Kalligrafie und *Lettering*
- 8.2. Die vielfältigen Ursprünge der Schrift
 - 8.2.1. Ideografische Schrift
 - 8.2.2. Das phönizische Alphabet
 - 8.2.3. Das römische Alphabet
 - 8.2.4. Die karolingische Reformation
 - 8.2.5. Das moderne lateinische Alphabet
- 8.3. Anfänge der Typografie
 - 8.3.1. Die Druckerpresse, eine neue Ära. Erste Typographen
 - 8.3.2. Die industrielle Revolution: Lithographie
 - 8.3.3. Modernismus: Die Anfänge der kommerziellen Typografie
 - 8.3.4. Die Avantgarde
 - 8.3.5. Die Zwischenkriegszeit
- 8.4. Die Rolle der Designschulen in der Typografie
 - 8.4.1. Das Bauhaus
 - 8.4.2. Herbert Bayer
 - 8.4.3. Gestaltpsychologie
 - 8.4.4. Schweizer Schule
- 8.5. Aktuelle Typografie
 - 8.5.1. 1960-1970, Vorläufer der Revolte
 - 8.5.2. Postmoderne, Dekonstruktivismus und Technologie
 - 8.5.3. Wohin entwickelt sich die Typografie?
 - 8.5.4. Richtungsweisende Schriftarten
- 8.6. Typografische Form I
 - 8.6.1. Anatomie des Buchstaben
 - 8.6.2. Maße und Attribute des Typs
 - 8.6.3. Schriftfamilien
 - 8.6.4. Groß- und Kleinbuchstaben sowie *Small Caps*
 - 8.6.5. Unterschied zwischen Typografie, Schriftart und Schriftfamilie
 - 8.6.6. Filets, Linien und geometrische Elemente
- 8.7. Typografische Form II
 - 8.7.1. Die typografische Kombination
 - 8.7.2. Typografische Schriftformate (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 8.7.3. Schriftlizenzierung
 - 8.7.4. Wer sollte die Lizenz kaufen, der Kunde oder der Designer?
- 8.8. Korrekturlesen. Textgestaltung
 - 8.8.1. Abstand zwischen den Buchstaben. *Tracking* und *Kerning*
 - 8.8.2. Wortzwischenräume. Das Quadratin
 - 8.8.3. Abstand zwischen den Zeilen
 - 8.8.4. Schriftart-Körper
 - 8.8.5. Text-Attribute

- 8.9. Das Zeichnen von Buchstaben
 - 8.9.1. Der kreative Prozess
 - 8.9.2. Traditionelle und digitale Materialien
 - 8.9.3. Die Verwendung des Grafiktablets und des iPad
 - 8.9.4. Digitale Typografie: Umriss und Bitmaps
- 8.10. Typografische Poster
 - 8.10.1. Kalligraphie als Grundlage für das Zeichnen von Buchstaben
 - 8.10.2. Wie schafft man eine typografische Komposition, die Eindruck macht?
 - 8.10.3. Visuelle Referenzen
 - 8.10.4. Die Skizzierphase
 - 8.10.5. Projekt

Modul 9. Layout

- 9.1. Definition und Kontextualisierung
 - 9.1.1. Beziehung zwischen *Editorial Design* und Layout
 - 9.1.2. Entwicklung im Layoutprozess. Die Zukunft
 - 9.1.3. Faktoren im Design: Proportion, Farbe, Spannung, Gleichgewicht und Bewegung
 - 9.1.4. Die Bedeutung von Leerraum
- 9.2. Redaktionelle Gestaltung von Zeitschriften
 - 9.2.1. Zeitschriften, der Gipfel der Schönheit
 - 9.2.2. Arten von Zeitschriftenlayouts. Referenzen
 - 9.2.3. Digitale Zeitschriften und ihre Bedeutung heute
 - 9.2.4. Elemente der Veröffentlichung
- 9.3. Redaktionelle Gestaltung von Zeitungen
 - 9.3.1. Zeitungen, zwischen Information und grafischer Schönheit
 - 9.3.2. Wie Sie sich bei allgemeinen Informationen abheben
 - 9.3.3. Zeitungsformate
 - 9.3.4. Redaktionelle Trends. Referenzen
- 9.4. Einführung von Werbung in den Layoutprozess
 - 9.4.1. Was ist Werbung? Typen
 - 9.4.2. Vor- und Nachteile der Einführung von Werbung in einem Layout
 - 9.4.3. Wie führt man Werbung in Printmedien ein?
 - 9.4.4. Wie kann man Werbung in digitalen Medien einführen?
- 9.5. Die Wahl der Typografie
 - 9.5.1. Redaktionelle Schriftarten
 - 9.5.2. Die Bedeutung der Größe
 - 9.5.3. Typografie in Printmedien
 - 9.5.4. Typografie in digitalen Medien
- 9.6. Orthotypographie
 - 9.6.1. Was ist Orthotypographie?
 - 9.6.2. Mikrotypografie und Makrotypografie
 - 9.6.3. Die Bedeutung der Orthotypographie
 - 9.6.4. Rechtschreibfehler
- 9.7. Layout in sozialen Netzwerken?
 - 9.7.1. Der Umfang des Layouts in sozialen Netzwerken
 - 9.7.2. Der *Hashtag* und seine Bedeutung
 - 9.7.3. Die Instagram-Biographie
 - 9.7.4. *Grids* in Instagram
- 9.8. *Copywriting*
 - 9.8.1. Was ist *Copywriting*?
 - 9.8.2. Vereinfachen des Copy. Der erste Eindruck ist entscheidend
 - 9.8.3. Anwendungen des *Copywriting*
 - 9.8.4. Ein guter *Copywriter* werden
- 9.9. Vertiefung der Verwendung von InDesign
 - 9.9.1. Hinzufügen von Text zu einem Layout
 - 9.9.2. Verwenden des Zeichenbedienfelds und des Absatzbedienfelds
 - 9.9.3. Unterschiede zwischen unterstrichenem Text und Absatzfilets
 - 9.9.4. Kontrolle von Witwen- und Waisenlinien
 - 9.9.5. Orthotypographie Versteckte Zeichen *sehen*
- 9.10. Layout-Projekte
 - 9.10.1. Eine Zeitschrift in InDesign erstellen
 - 9.10.2. Zu berücksichtigende Aspekte
 - 9.10.3. Visuelle Referenzen: Große Layouts auf Instagram
 - 9.10.4. Instagram mit einer Layout-Strategie aktualisieren

Modul 10. Endgültige Artwork

- 10.1. Einführung in die endgültige Artwork
 - 10.1.1. Was ist eine endgültige Artwork?
 - 10.1.2. Der Beginn der endgültigen Artwork
 - 10.1.3. Die Entwicklung der endgültigen Artwork
 - 10.1.4. Grundlegende Tools
- 10.2. Für die Herstellung eines Drucks erforderliche Elemente
 - 10.2.1. Support
 - 10.2.2. Färbematerial
 - 10.2.3. Die Form
 - 10.2.4. Die Maschinen
- 10.3. Flachdruck
 - 10.3.1. Was ist Flachdruck?
 - 10.3.2. *Offset*-Systeme
 - 10.3.3. Eigenschaften von Offsetdrucksystemen
 - 10.3.4. Vorteile und Nachteile
- 10.4. Tiefdruckverfahren
 - 10.4.1. Was ist Tiefdruck?
 - 10.4.2. Tiefdruck
 - 10.4.3. Eigenschaften von Tiefdrucksystemen
 - 10.4.4. Fertigstellung
- 10.5. Reliefdruck
 - 10.5.1. Was ist Reliefdruck?
 - 10.5.2. Buchdruckklischees und Flexodruckklischees
 - 10.5.3. Eigenschaften
 - 10.5.4. Fertigstellung
- 10.6. Durchdruckverfahren
 - 10.6.1. Was ist der Durchdruck?
 - 10.6.2. Siebdruck
 - 10.6.3. Physikalisch-chemische Eigenschaften von Siebdruckschablonen
 - 10.6.4. Vorteile und Nachteile
- 10.7. Digitaldruck
 - 10.7.1. Was ist Digitaldruck?
 - 10.7.2. Vorteile und Nachteile
 - 10.7.3. *Offset*- oder Digitaldruck?
 - 10.7.4. Digitale Drucksysteme
- 10.8. Tiefer in die Medien gehen
 - 10.8.1. Papiermedien
 - 10.8.2. Starre Medien
 - 10.8.3. Textile Medien
 - 10.8.4. Andere
- 10.9. Binden
 - 10.9.1. Was ist Binden?
 - 10.9.2. Industrielles Binden
 - 10.9.3. Die Tradition ist immer noch lebendig
 - 10.9.4. Arten der Buchbinderei
- 10.10. Vorbereitung der Abschlussartwork. Überlegungen zur Umwelt
 - 10.10.1. PDF-Format: Adobe Acrobat
 - 10.10.2. Der *Preflight*. Prüfen Sie Farbe, Typografie, Maße usw.
 - 10.10.3. Nachdenken vor dem Drucken. Die Auswirkungen auf die Umwelt
 - 10.10.4. Nachhaltige Printmedien

“ Eine einzigartige, wichtige und entscheidende Fortbildungserfahrung, die Ihre berufliche Entwicklung fördert ”

06 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**. Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.

“

Entdecken Sie Relearning, ein System, das das herkömmliche lineare Lernen aufgibt und Sie durch zyklische Lehrsysteme führt: eine Art des Lernens, die sich als äußerst effektiv erwiesen hat, insbesondere in Fächern, die Auswendiglernen erfordern"

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

Unser Programm bietet eine revolutionäre Methode zur Entwicklung von Fähigkeiten und Kenntnissen. Unser Ziel ist es, Kompetenzen in einem sich wandelnden, wettbewerbsorientierten und sehr anspruchsvollen Umfeld zu stärken.



Mit TECH werden Sie eine Art des Lernens erleben, die die Grundlagen der traditionellen Universitäten in der ganzen Welt verschiebt



Sie werden Zugang zu einem Lernsystem haben, das auf Wiederholung basiert, mit natürlichem und progressivem Unterricht während des gesamten Studienplans.



Die Studenten lernen durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle die Lösung komplexer Situationen in realen Geschäftsumgebungen.

Eine innovative und andersartige Lernmethode

Dieses TECH-Programm ist ein von Grund auf neu entwickeltes, intensives Lehrprogramm, das die anspruchsvollsten Herausforderungen und Entscheidungen in diesem Bereich sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene vorsieht. Dank dieser Methodik wird das persönliche und berufliche Wachstum gefördert und ein entscheidender Schritt in Richtung Erfolg gemacht. Die Fallmethode, die Technik, die diesem Inhalt zugrunde liegt, gewährleistet, dass die aktuellste wirtschaftliche, soziale und berufliche Realität berücksichtigt wird.



Das Programm von TECH bereitet Sie darauf vor, sich neuen Herausforderungen in einem unsicheren Umfeld zu stellen und in Ihrer Karriere erfolgreich zu sein

Die Fallmethode ist das von den besten Fakultäten der Welt am häufigsten verwendete Lernsystem. Die Fallmethode wurde 1912 entwickelt, damit die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

Was sollte eine Fachkraft in einer bestimmten Situation tun? Mit dieser Frage konfrontieren wir Sie in der Fallmethode, einer handlungsorientierten Lernmethode. Während des gesamten Programms werden Sie mit mehreren realen Fällen konfrontiert. Sie müssen Ihr gesamtes Wissen integrieren, recherchieren, argumentieren und Ihre Ideen und Entscheidungen verteidigen.

Relearning Methodik

TECH kombiniert die Methodik der Fallstudien effektiv mit einem 100%igen Online-Lernsystem, das auf Wiederholung basiert und in jeder Lektion 8 verschiedene didaktische Elemente kombiniert.

Wir ergänzen die Fallstudie mit der besten 100%igen Online-Lehrmethode: Relearning.

Im Jahr 2019 erzielten wir die besten Lernergebnisse aller Online-Universitäten der Welt.

Bei TECH lernen Sie mit einer hochmodernen Methodik, die darauf ausgerichtet ist, die Führungskräfte der Zukunft zu spezialisieren. Diese Methode, die an der Spitze der weltweiten Pädagogik steht, wird Relearning genannt.

Unsere Universität ist die einzige in der spanischsprachigen Welt, die für die Anwendung dieser erfolgreichen Methode zugelassen ist. Im Jahr 2019 ist es uns gelungen, die Gesamtzufriedenheit unserer Studenten (Qualität der Lehre, Qualität der Materialien, Kursstruktur, Ziele...) in Bezug auf die Indikatoren der besten Online-Universität zu verbessern.

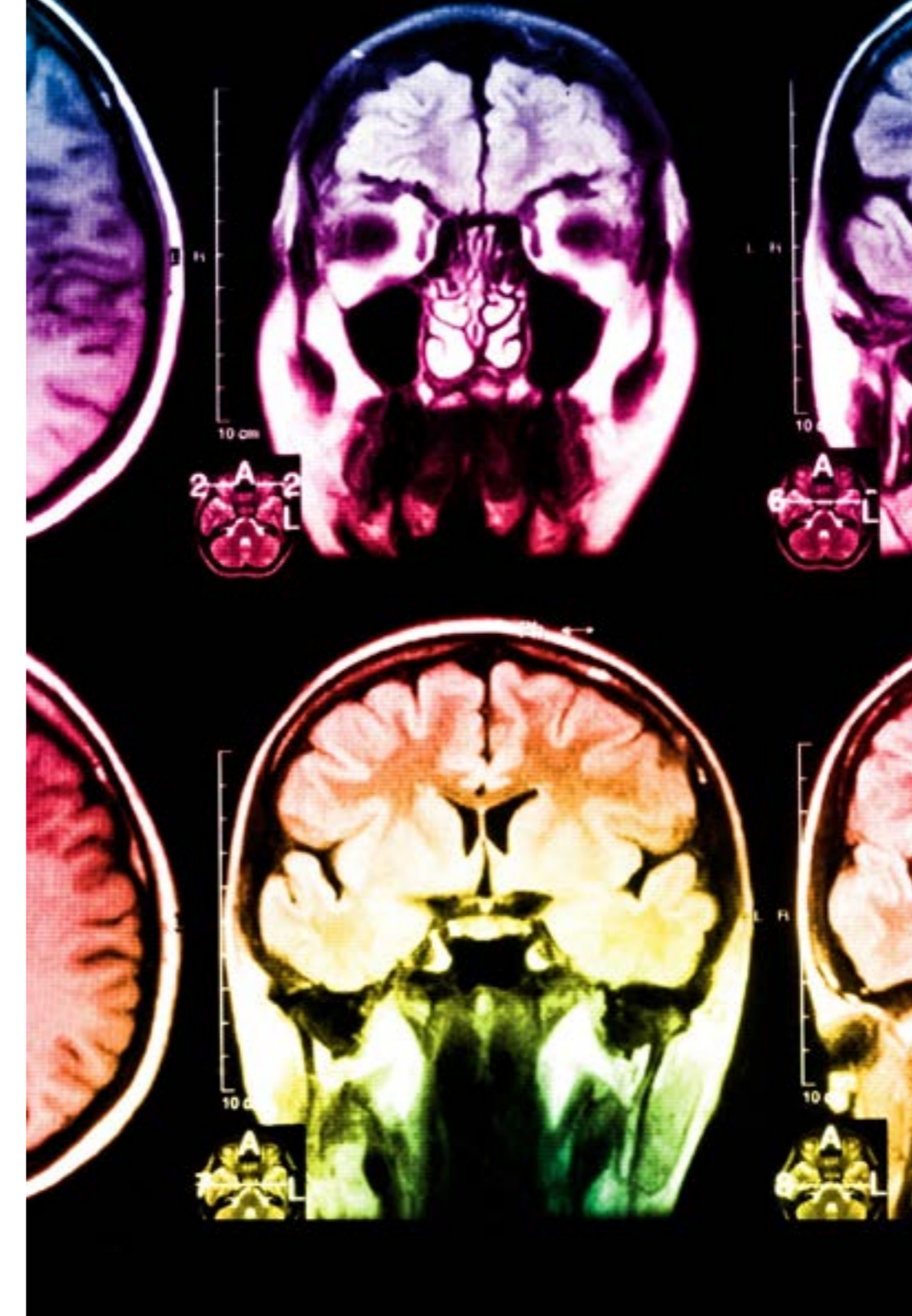


In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650 000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

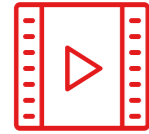
Das Relearning ermöglicht es Ihnen, mit weniger Aufwand und mehr Leistung zu lernen, sich mehr auf Ihr Fachgebiet einzulassen, einen kritischen Geist zu entwickeln, Argumente zu verteidigen und Meinungen zu kontrastieren: eine direkte Gleichung zum Erfolg.

Nach den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen der Neurowissenschaften wissen wir nicht nur, wie wir Informationen, Ideen, Bilder und Erinnerungen organisieren, sondern auch, dass der Ort und der Kontext, in dem wir etwas gelernt haben, von grundlegender Bedeutung dafür sind, dass wir uns daran erinnern und es im Hippocampus speichern können, um es in unserem Langzeitgedächtnis zu behalten.

Auf diese Weise sind die verschiedenen Elemente unseres Programms im Rahmen des so genannten neurokognitiven kontextabhängigen E-Learnings mit dem Kontext verbunden, in dem der Teilnehmer seine berufliche Praxis entwickelt.



Dieses Programm bietet die besten Lehrmaterialien, die sorgfältig für Fachleute aufbereitet sind:



Studienmaterial

Alle didaktischen Inhalte werden von den Fachleuten, die den Kurs unterrichten werden, speziell für den Kurs erstellt, so dass die didaktische Entwicklung wirklich spezifisch und konkret ist.

Diese Inhalte werden dann auf das audiovisuelle Format angewendet, um die TECH-Online-Arbeitsmethode zu schaffen. Und das alles mit den neuesten Techniken, die dem Studenten qualitativ hochwertige Stücke aus jedem einzelnen Material zur Verfügung stellen.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Von einem Experten zu lernen, stärkt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Sicherheit bei zukünftigen schwierigen Entscheidungen.



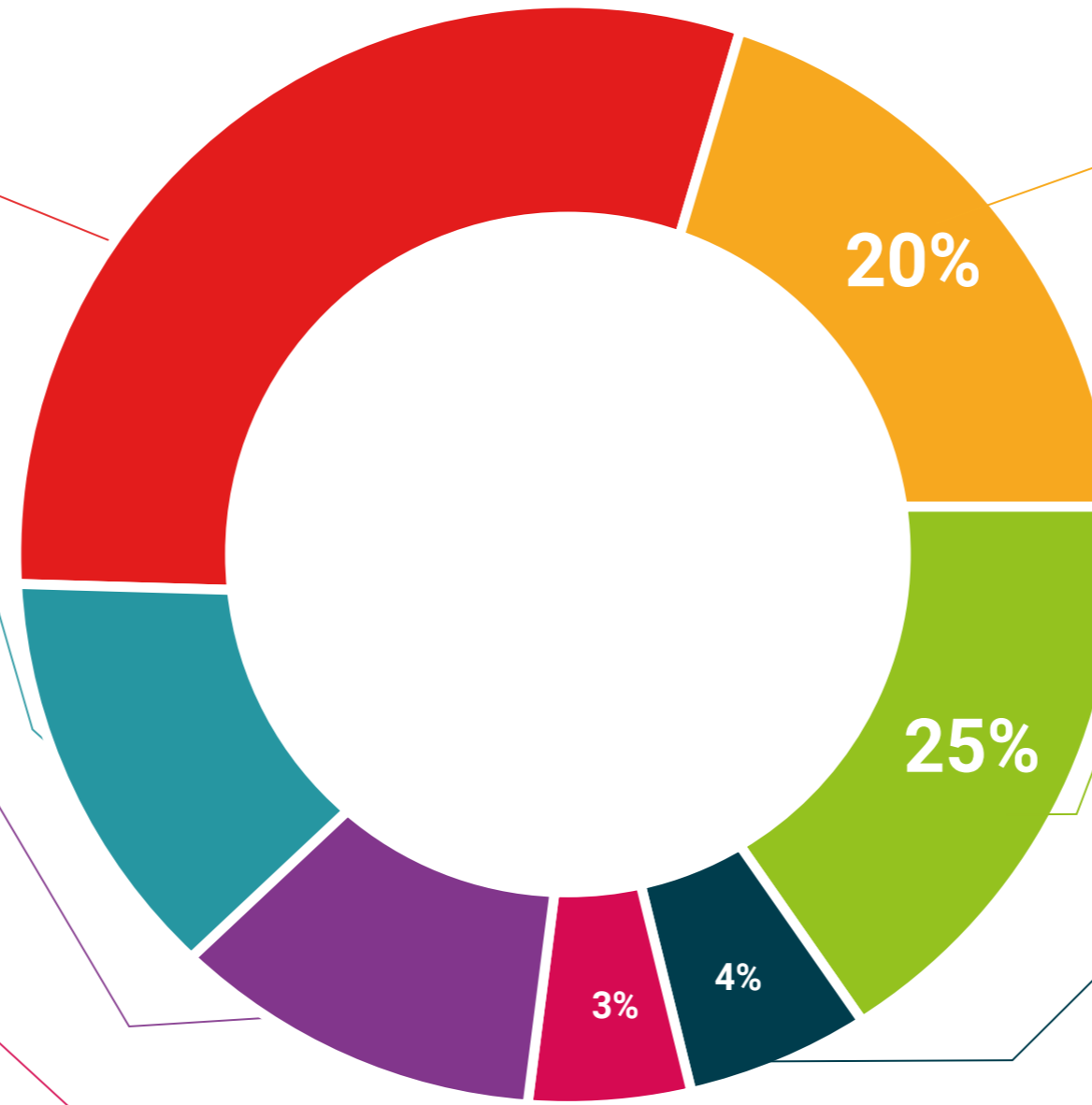
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

Aktuelle Artikel, Konsensdokumente und internationale Leitfäden, u.a. In der virtuellen Bibliothek von TECH haben die Studenten Zugang zu allem, was sie für ihre Fortbildung benötigen.



Fallstudien

Sie werden eine Auswahl der besten Fallstudien vervollständigen, die speziell für diese Qualifizierung ausgewählt wurden. Die Fälle werden von den besten Spezialisten der internationalen Szene präsentiert, analysiert und betreut.



Interaktive Zusammenfassungen

Das TECH-Team präsentiert die Inhalte auf attraktive und dynamische Weise in multimedialen Pillen, die Audios, Videos, Bilder, Diagramme und konzeptionelle Karten enthalten, um das Wissen zu vertiefen.

Dieses einzigartige Bildungssystem für die Präsentation multimedialer Inhalte wurde von Microsoft als "europäische Erfolgsgeschichte" ausgezeichnet.



Prüfung und Nachprüfung

Die Kenntnisse der Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass die Studenten überprüfen können, wie sie ihre Ziele erreichen.



07

Qualifizierung

Der Privater Masterstudiengang in Editorial Design garantiert neben der präzisesten und aktuellsten Fortbildung auch den Zugang zu einem von der TECH Technologischen Universität ausgestellten Diplom.

Qualifizierung | 43 **tech**

“

Schließen Sie dieses Programm erfolgreich ab und erhalten Sie Ihren Universitätsabschluss ohne lästige Reisen oder Formalitäten"

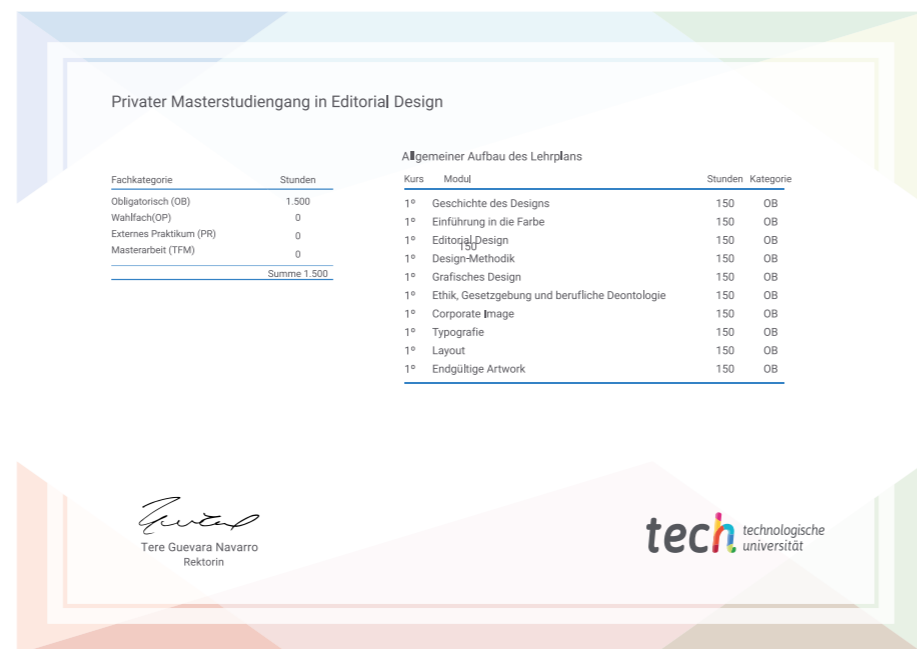
Dieser **Privater Masterstudiengang in Editorial Design** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

Sobald der Student die Prüfungen bestanden hat, erhält er/sie per Post* mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom, ausgestellt von der **TECH Technologischen Universität**.

Das von **TECH Technologische Universität** ausgestellte Diplom drückt die erworbene Qualifikation aus und entspricht den Anforderungen, die in der Regel von Stellenbörsen, Auswahlprüfungen und Berufsbildungsausschüssen verlangt werden.

Titel: **Privater Masterstudiengang in Editorial Design**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **1.500 Std.**



*Haager Apostille. Für den Fall, dass der Student die Haager Apostille für sein Papierdiplom beantragt, wird TECH EDUCATION die notwendigen Vorkehrungen treffen, um diese gegen eine zusätzliche Gebühr zu beschaffen.

zukunft
 gesundheit vertrauen menschen
 erziehung information tutoren
 garantie akkreditierung unterricht
 institutionen technologie lernen
 gemeinschaft verpflichtung
 persönliche betreuung innovationen
 wissen gegenwart qualität
 online-Ausbildung
 entwicklung institutionen
 virtuelles Klassenzimmer

tech technologische universität

**Privater Masterstudiengang
Editorial Design**

- » Modalität: online
- » Dauer: 12 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Aufwand: 16 Std./Woche
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Privater Masterstudiengang Editorial Design

