

Blended-Learning-Masterstudiengang Editorial Design





Blended-Learning-Masterstudiengang Editorial Design

Modalität: Blended Learning (Online + Praktikum)

Dauer: 12 Monate

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 1.620 Std.

Internetzugang: www.techtitude.com/de/design/semiprasentieller-masterstudiengang/semiprasentieller-masterstudiengang-editorial-design

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Warum dieses
Programm belegen?

Seite 8

03

Ziele

Seite 12

04

Kompetenzen

Seite 18

05

Kursleitung

Seite 22

06

Planung des Unterrichts

Seite 26

07

Praktikum

Seite 40

08

Wo kann ich das
Praktikum absolvieren?

Seite 46

09

Methodik

Seite 52

10

Qualifizierung

Seite 60

01

Präsentation

Das Aufkommen der neuen Technologien und des Internets hat zu einer regelrechten Revolution im Verlagswesen geführt, einem Bereich, in dem der Inhalt im Mittelpunkt steht, in dem aber auch das Design eine wesentliche Rolle spielt, um das Publikum anzuziehen und die Lektüre zu erleichtern, sei es in traditionellen oder digitalen Formaten. Dieser Abschluss bietet Designern eine Spezialisierung in einer Branche, die kreative und hochqualifizierte Profile benötigt, um qualitativ hochwertige Designs zu produzieren. Die theoretische Phase des Studiums wird durch ein Online-Programm abgedeckt, nach welchem die Studenten während eines dreiwöchigen Praktikums das Gelernte in die Praxis umsetzen können.



“

Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang bietet Ihnen die Möglichkeit, von Anfang an Zugang zu den neuesten multimedialen Inhalten im Bereich Design zu haben"

Bücher, Zeitungen, Broschüren, Blogs: In all diesen Formaten ist die Figur des Grafikdesigners präsent, der in der Lage ist, verschiedene Titel so zu gestalten und zu verfassen, dass sie den Leser wirklich ansprechen, unabhängig vom Medium, in dem sie verfasst sind.

Das Verlagswesen ist nach wie vor ein stark expandierender Sektor, in dem weltweit täglich neue Publikationen erscheinen. Aus diesem Grund ist die Spezialisierung Editorial Design im Bereich Design eine berufliche Option für diejenigen, die sich in einem Sektor spezialisieren möchten, der sich erfolgreich an den digitalen Wandel angepasst hat.

Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang vermittelt den Designern eine breite Kenntnis der wichtigsten Konzepte, die das Verlagswesen ausmachen, sowie der von den Fachleuten des Sektors am häufigsten verwendeten Software. Sie befassen sich mit der Planung, der Entwicklung und der Endphase von Grafikprojekten, mit typografischen und Layout-Elementen sowie mit ethischen und berufsethischen Fragen des Sektors. Gleichzeitig zeichnet sich dieser Studiengang dadurch aus, dass er den Schwerpunkt auf die Layout-Werkzeuge und die visuellen und kreativen Trends legt, die die Wahl der Typografie und der Farbpaletten für alle Arten von redaktionellen Projekten bestimmen. Der Studiengang befasst sich auch mit den Auswirkungen der digitalen Fotografie auf diesen Berufszweig.

Dank dieser Weiterbildung wird der Designer in der Lage sein, auf natürliche Weise in einer Branche zu arbeiten, die Kenntnisse in Buchbinderei, Fotografie, Farbe und Ästhetik erfordert. TECH bietet eine ausgezeichnete Gelegenheit für Fachleute, die in diesem Sektor vorankommen möchten, mit einem Abschluss, der Flexibilität bietet und den Zugang zum Lehrplan mit integrierten Multimedia-Inhalten von jedem internetfähigen Gerät aus ermöglicht. Ein 100%iger Online-Unterricht in der theoretischen Phase, ohne Stundenpläne, der es den Studenten ermöglicht, ihr Wissen zu erweitern und in einem praktischen Aufenthalt anzuwenden, der stattfindet, sobald der theoretische Teil dieses Blended-Learning-Masterstudiengangs abgeschlossen ist.

Dieser **Blended-Learning-Masterstudiengang in Editorial Design** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Die hervorstechendsten Merkmale sind:

- ♦ Entwicklung von als 100 Fallstudien, die von Experten aus dem Bereich des Editorial Design präsentiert werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ 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
- ♦ Verfügbarkeit von Inhalten von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Ergänzt wird dies durch theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Außerdem haben Sie die Möglichkeit, ein Praktikum in einem der besten Unternehmen des Sektors absolvieren



Kühnes, klassisches oder modernes Design, was auch immer Ihr Stil ist, in diesem Studium lernen Sie, die wesentlichen Richtlinien des Editorial Design zu befolgen. Schreiben Sie sich jetzt ein"

“

*Werden Sie Teil der besten Editorial-
Design-Unternehmen der Welt.
Einfach anklicken und einschreiben”*

Dieser Masterstudiengang mit professionalisierendem Charakter im Blended-Learning-Modus zielt auf die Weiterbildung von Editorial Design-Fachleuten ab, die in Unternehmen der Branche tätig sind und ein hohes Qualifikationsniveau benötigen. Die Inhalte basieren auf den neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen und sind didaktisch darauf ausgerichtet, theoretisches Wissen in die Gestaltungspraxis zu integrieren. Die theoretisch-praktischen Elemente erleichtern die Aktualisierung des Wissens und die Entscheidungsfindung im Designprozess.

Dank der multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen sie dem Designprofi ein situierendes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die ein immersives Lernprogramm bietet, um in realen Situationen zu trainieren. Das Konzept dieses Programms basiert auf problemorientiertem Lernen, bei dem die Fachkräfte versuchen müssen, die verschiedenen Situationen der beruflichen Praxis zu lösen, die im Laufe des Kurses auftreten. Dabei werden sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang vermittelt Ihnen die notwendigen Kenntnisse, um die in der Verlagsbranche verwendete Software zu beherrschen.

Publikationen, Zeitungen, digitale Broschüren... Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang bereitet Sie darauf vor, für jedes Medium zu gestalten. Schreiben Sie sich jetzt ein.



02

Warum dieses Programm belegen?

Dieser Kurs wurde entwickelt, um Berufstätige, die eine Karriere im Bereich Editorial Design anstreben, praktisch und theoretisch auf den neuesten Stand zu bringen. Während des Studiums werden sie in der Lage sein, die wichtigsten Werkzeuge und kreativen Trends in diesem Bereich zu beherrschen. Der Studiengang verfügt über zahlreiche akademische Merkmale, von denen die innovative, zu 100% interaktive Online-Lernplattform von TECH besonders hervorzuheben ist. Darüber hinaus können die Studenten während der 120 Unterrichtsstunden ein erstklassiges Intensivpraktikum in einem Unternehmen absolvieren, das sich auf die visuelle Entwicklung audiovisueller Projekte spezialisiert hat.



“

TECH vermittelt Ihnen die modernste Software für die Gestaltung von Editorial Design-Projekten und die komplexesten Kenntnisse zu deren Verwaltung”

1. Aktualisierung basierend auf der neuesten verfügbaren Technologie

Für die Auswahl von Schriften, Farben und die Gestaltung von Inhalten werden im Editorial Design verschiedene Programme und Anwendungen eingesetzt. Ihre korrekte Anwendung und fortgeschrittene Verwaltung ist eines der akademischen Ziele dieses Studiengangs. Auf diese Weise werden sich die Studenten auf dem Arbeitsmarkt durch ihre innovativen und entscheidenden Fähigkeiten auszeichnen.

2. Auf die Erfahrung der besten Spezialisten zurückgreifen

Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang ermöglicht es den Studenten, ihre Kompetenzen zu erweitern, Zweifel auszuräumen und interessante Konzepte gemeinsam mit den renommiertesten Spezialisten im Bereich Editorial Design zu klären. Diese Experten stehen den Studenten in zwei grundlegenden Phasen der Weiterbildung zur Verfügung: während des theoretischen Studiums aller didaktischen Fächer und während des Praktikums.

3. Eintritt in ein angesehenes Umfeld im Bereich des Editorial Design

Für diese Art von Studium hat TECH sorgfältig international renommierte Zentren ausgewählt, die ihre Studenten für 3 Wochen beherbergen werden. Alle Zentren, die für dieses Programm ausgewählt wurden, verfügen über große Erfahrung und spezielle Technologien im Bereich Editorial Design.



4. Kombination der besten Theorie mit modernster Praxis

Gegenwärtig gelingt es vielen Studiengängen nicht, die beruflichen Interessen der Studenten mit einer schnellen und praktischen Aneignung von praktischem Wissen zu verbinden. Aus diesem Grund hat TECH diesen Studiengang ins Leben gerufen, in dem die Studenten an der Seite der anspruchsvollsten und kompetentesten Experten des Editorial Design-Sektors lernen.

5. Ausweitung der Grenzen des Wissens

Dieser Masterstudiengang wurde entwickelt, um den Horizont der Studenten auf internationaler Ebene zu erweitern. Dies ist nur durch das Netzwerk von Kontakten und Vereinbarungen möglich, die TECH, die derzeit größte digitale Universität der Welt, in Reichweite hat.



*Sie werden in dem Zentrum Ihrer Wahl
vollständig in die Praxis eintauchen"*



03 Ziele

Ziel dieses Blended-Learning-Masterstudiengangs ist es, Designprofis eine umfassende, aktuelle Lernerfahrung mit Inhalten auf dem neuesten Stand der akademischen Lehre zu bieten, damit sie erfolgreich in diese Branche einsteigen können. Das *Relearning*-System, das auf der Wiederholung von Inhalten basiert und von TECH in all ihren Programmen eingesetzt wird, wird die Wissensgrundlage erleichtern.

“

*Erreichen Sie Ihre Ziele mit dieser
Qualifikation und werden Sie Experte für
Editorial Design. Schreiben Sie sich jetzt ein"*



Allgemeines Ziel

- Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang in Editorial Design zielt darauf ab, dass die Studenten in der Lage sind, eine grafische Entwicklung zu konzipieren, die geeigneten Materialien für die Ausführung des Designs zu bestimmen, die idealen Techniken je nach der grafischen Kommunikationssituation zu definieren, den gesamten Prozess der Erstellung von Werken durchzuführen, sie an verschiedene Formate anzupassen und das endgültige Kunstwerk korrekt anzuwenden



Erreichen Sie Ihre Ziele mit diesem Abschluss und werden Sie ein Experte für Editorial Design. Schreiben Sie sich jetzt ein"





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-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 der Beziehung zwischen kulturellem Erbe und Design und Begreifen, 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. Redaktionelles 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 bei Designprozessen angewendet werden: Druckvorstufe und Drucksysteme, digitale und multimediale Techniken und Hilfsmittel
- ◆ 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 mit Adobe InDesign zu arbeiten und Kennenlernen der im Programm verfügbaren Elemente, um die 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, ordentliche Formulierung von Schlussfolgerungen
- ◆ Verstehen der Funktionsweise der Innovation als Motor des Designs
- ◆ Identifizieren der 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 seiner 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 des Werts 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 können grundlegender 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 Bewerten seiner expressiven 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 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



Dieses 100%ige Online-Programm bietet Ihnen in seinem theoretischen Rahmen die Möglichkeit, auf die neuesten Inhalte im Bereich Editorial Design zuzugreifen“

04

Kompetenzen

Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang vermittelt dem Designer ein breites Wissen über den Verlagssektor, um die notwendigen technischen Fähigkeiten zu erwerben, damit er jedes der Werkzeuge und Elemente, die ein hervorragendes Editorial Design ausmachen, mit absoluter Sicherheit beherrscht. Die Verwendung von Fallstudien, die in diesem Studiengang vorgesehen sind, wird für den Lernprozess sehr nützlich sein.



“

Spezialisieren Sie sich auf einen Sektor, der im digitalen Bereich einen großen Wandel durchgemacht hat. Aktualisieren Sie Ihre Kenntnisse"



Allgemeine Kompetenzen

- Erstellen und Gestalten der verschiedenen Teile eines Grafikdesigns
- Analysieren der Angemessenheit der verschiedenen Ansätze
- Effizientes Wirken auf das Zielpublikum
- Kontrollieren der internen und externen Produktionsprozesse der produzierten Stücke

“

Mit diesem Blended-Learning-Masterstudiengang beherrschen Sie den Umgang mit Farbe in ihrer grafischen Anwendung in Perfektion"





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
- ◆ Durchführen des Layouts von Veröffentlichungen
- ◆ Erstellen endgültiger Artwork

05 Kursleitung

TECH hat ein hervorragendes Dozententeam zusammengestellt, um ein erstklassiges Studienprogramm für Editorial Design zu entwickeln. Mit ihrer umfangreichen internationalen Erfahrung bei renommierten Publikationen wie dem TIME Magazine vermitteln diese Experten den Studenten fundierte Kompetenzen in einem hart umkämpften Bereich. Diese Zusammenarbeit garantiert höchste Qualität und Relevanz der Inhalte, die den anspruchsvollsten beruflichen Anforderungen gerecht werden.





“

Profitieren Sie vom Wissen international renommierter Redakteure und ihrer Erfahrung bei den besten Publikationen der Welt"

Internationaler Gastdirektor

D.W. Pine ist eine international führende Persönlichkeit im Bereich Editorial Design. Als Creative Director des Time Magazine ist er für das Design, das Marketing und das Auflagenmanagement einer der weltweit führenden redaktionellen Publikationen verantwortlich. Im Laufe seiner Karriere hat er mehr als 850 Titelseiten gestaltet und sieben „Person of the Year“-Projekte geleitet.

In dieser Funktion ist Pine für das Design und die Produktion der wöchentlichen Titelseite von Time verantwortlich und leitet ein kreatives Team von mehr als einem Dutzend Art Direktoren, 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 Mitarbeiter der Atlanta Journal-Constitution mehr als 1.100 Artikel veröffentlicht.

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

Seine Arbeit wurde mit Dutzenden von Branchenauszeichnungen gewürdigt, darunter die zweimalige Aufnahme in die Folio 100-Liste (2016 und 2017) und die Auszeichnungen Best Designed Magazine 2013 und Best Cover of the Year 2017 der American Society of Magazine Editors.



Hr. Pine, D.W.

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

“

*Dank TECH werden Sie
mit den besten Fachleuten
der Welt lernen können"*

06

Planung des Unterrichts

Der Lehrplan dieses Studiengangs wurde so gestaltet, dass er einen umfassenden Überblick über die Geschichte des Designs bietet, um den Studenten ein Grundwissen zu vermitteln, das unerlässlich ist, bevor sie sich mit den technischeren und ebenso notwendigen Aspekten wie Layout, Typografie und Fotografie beschäftigen. All dies wird ergänzt durch eine Bibliothek mit Multimedia-Ressourcen und wichtiger Lektüre, die von Spezialisten auf dem Gebiet des Editorial Design bereitgestellt wird.



“

Die Fallstudien, die in diesem Studiengang vermittelt werden, werden im Verlagswesen von großem Nutzen sein und Anwendung finden"

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 und 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 Session
 - 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 Ulmer 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
 - 2.2.4. 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. Zeitgenössische 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. Redaktionelles 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. Nichttextliche und nichtikonische 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, 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 in der digitalen Ausgabe 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
 - 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. Ideenentwicklung, *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. Referenzen 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 Sie Interessenkonflikte lösen
 - 6.9.4. Wie man mit Geschenken umgeht
- 6.10. Freies Wissen: Lizenzen der Creative Commons
 - 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, in denen sich das Unternehmensimage ändert. Warum ein gutes Unternehmensimage erreichen?
- 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. Das *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 Schriftzug
- 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. 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: Umrisse 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 Orthotypografie?
 - 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 Sie den Copy. Der erste Eindruck ist entscheidend
 - 9.8.3. *Copywriting*-Anwendungen
 - 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. Orthotypografie: 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. Vor- 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. Vor- und Nachteile



- 10.7. Digitaldruck
 - 10.7.1. Was ist Digitaldruck?
 - 10.7.2. Vor- 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
- 10.9. 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 von Farbe, Typografie, Maße usw.
 - 10.10.3. Nachdenken vor dem Drucken. Die Auswirkungen auf die Umwelt
 - 10.10.4. Nachhaltige Printmedien

“ *Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang vermittelt Ihnen alle Erfahrungen, die Sie brauchen, um spektakuläre Designs auf Papier und in digitaler Form zu erstellen* ”



07

Praktikum

Nach Abschluss der theoretischen Phase dieses Blended-Learning-Masterstudiengangs haben die Studenten die Möglichkeit, das erworbene Wissen in einem einschlägigen Unternehmen der Branche in die Praxis umzusetzen. Dort werden sie von auf die Verlagsbranche spezialisierten Design-Profis in die wichtigsten Techniken und die verwendete Software eingeführt.





“

Absolvieren Sie Ihr Praktikum mit der Software, die von Unternehmen im Bereich Editorial Design am häufigsten verwendet wird. Schreiben Sie sich ein”

Die Praktische Ausbildung im Studiengang Editorial Design ist so konzipiert, dass die Studenten den größtmöglichen Lernerfolg durch einen dreiwöchigen Aufenthalt in einem führenden Unternehmen im Bereich Editorial Design erzielen. So verbringen die Studenten montags bis freitags 8 aufeinanderfolgende Stunden in einem intensiven Aufenthalt mit Design-Profis, die ihr ganzes Wissen aus der Welt des Verlagswesens, des Layouts, der Fotografie, des Grafikdesigns, der Typografie oder des Corporate Image einbringen können.

Dies ist eine ausgezeichnete Gelegenheit für Berufstätige, die sich in einem Bereich spezialisieren möchten, der die Beherrschung der wichtigsten in der Branche verwendeten Software erfordert, und die gleichzeitig die Konzepte der grafischen Gestaltung im Rahmen des Editorial Designs beherrschen, wobei Texturen, Räume, Kontraste, Ausgewogenheit und Proportionen berücksichtigt werden. Zu den Aktivitäten, die während des Kurses durchgeführt werden, gehören die Wahl der richtigen Bildstrategie, die Verwendung von Farben in einem praktischen Projekt des digitalen und redaktionellen Designs, die Verwendung verschiedener Arten von Typografie, die Anpassung an das Medium, in dem es veröffentlicht werden soll, und die Beherrschung der abschließenden Kunst des Layouts.

Der praktische Teil wird unter aktiver Beteiligung des Studenten durchgeführt, der die Aktivitäten und Verfahren jedes Kompetenzbereichs ausführt (Lernen zu lernen und zu tun), begleitet und angeleitet von den Dozenten und anderen Ausbildungspartnern, die die Teamarbeit und die multidisziplinäre Integration als transversale Kompetenzen für die Designpraxis erleichtern (Lernen zu sein und zu lernen in Beziehung zu treten).



Die im Folgenden beschriebenen Verfahren bilden die Grundlage für den praktischen Teil der Weiterbildung. Ihre Durchführung hängt von der eigenen Verfügbarkeit und Arbeitsbelastung des Zentrums ab:

Modul	Praktische Tätigkeit
Grafikdesign und Corporate Image für den Bereich Editorial	Erstellen eines guten Grafikdesigns im Bereich Editorial Design, wobei auf Texturen, Räume, Kontraste, Balance, Proportionen usw. geachtet wird
	Erstellen funktioneller Poster im digitalen oder traditionellen Format mit modernen visuellen Referenzen
	Richtiges Einleiten des Editorial Design-Projekts durch ein <i>Briefing</i> mit einer Definition, Begründung und angemessenen Zielen
	Erstellen einer Image-Strategie für das Unternehmen, um die spezifischen Richtlinien für das Editorial Design festzulegen
Methodologien und Techniken des Editorial Design	Integrieren von Bildern und Farben auf praktische Art und Weise in das Editorial Design, unter Berücksichtigung der zugrunde liegenden journalistischen Absicht
	Erstellen eines vorgegebenen Formats für das Editorial Design, das sich an die Bedürfnisse der Informationen und der Arbeit selbst anpasst
	Analysieren des Markt- und Wettbewerbsumfelds, um realistische allgemeine, spezifische und technische Ziele festzulegen
Farben und Typografien, die für das Editorial Design von großer Bedeutung sind	Anwenden verschiedener Arten von Typografie, angepasst an die erforderliche Arbeit und das Medium, in dem sie veröffentlicht werden soll
	Verwenden digitaler Elemente wie Tablets oder iPads, um gute digitale Typografie zu produzieren
	Verwalten des Einsatzes von Farbe in einem praktischen digitalen und Editorial Design-Projekt
Layout und Endgestaltung im Editorial Design	Erstellen eines Layouts für Texte und Bilder in einer guten Komposition, entsprechend der Geschäftsstrategie
	Erstellen eines Layouts, das für das Umfeld der sozialen Medien geeignet ist
	Ausarbeiten eines komplexen Layouts in InDesign
	Anpassen des endgültigen Formats der erstellten Arbeit an das Medium, in dem sie veröffentlicht wird

Zivile Haftpflichtversicherung

Das Hauptanliegen dieser Einrichtung ist es, die Sicherheit sowohl der Fachkräfte im Praktikum als auch der anderen am Praktikum beteiligten Personen im Unternehmen zu gewährleisten. Zu den Maßnahmen, mit denen dies erreicht werden soll, gehört auch die Reaktion auf Zwischenfälle, die während des gesamten Lehr- und Lernprozesses auftreten können.

Zu diesem Zweck verpflichtet sich diese Bildungseinrichtung, eine Haftpflichtversicherung abzuschließen, die alle Eventualitäten abdeckt, die während des Aufenthalts im Praktikumszentrum auftreten können.

Diese Haftpflichtversicherung für die Fachkräfte im Praktikum hat eine umfassende Deckung und wird vor Beginn der Praktischen Ausbildung abgeschlossen. Auf diese Weise muss sich die Fachkraft keine Sorgen machen, wenn sie mit einer unerwarteten Situation konfrontiert wird, und ist bis zum Ende des praktischen Programms in der Einrichtung abgesichert



Allgemeine Bedingungen der Praktischen Ausbildung

Die allgemeinen Bedingungen des Praktikumsvertrags für das Programm lauten wie folgt:

1. TUTORING: Während des Blended-Learning-Masterstudiengangs werden dem Studenten zwei Tutoren zugeteilt, die ihn während des gesamten Prozesses begleiten und alle Zweifel und Fragen klären, die auftauchen können. Einerseits gibt es einen professionellen Tutor des Praktikumszentrums, der die Aufgabe hat, den Studenten zu jeder Zeit zu begleiten und zu unterstützen. Andererseits wird dem Studenten auch ein akademischer Tutor zugewiesen dessen Aufgabe es ist, ihn während des gesamten Prozesses zu koordinieren und zu unterstützen, Zweifel zu beseitigen und ihm alles zu erleichtern, was er braucht. Auf diese Weise wird die Fachkraft begleitet und kann alle Fragen stellen, die sie hat, sowohl praktischer als auch akademischer Natur.

2. DAUER: Das Praktikumsprogramm umfasst drei zusammenhängende Wochen praktischer Ausbildung in 8-Stunden-Tagen an fünf Tagen pro Woche. Die Anwesenheitstage und der Stundenplan liegen in der Verantwortung des Zentrums und die Fachkraft wird rechtzeitig darüber informiert, damit sie sich organisieren kann.

3. NICHTERSCHEINEN: Bei Nichterscheinen am Tag des Beginns des Blended-Learning-Masterstudiengangs verliert der Student den Anspruch auf denselben ohne die Möglichkeit einer Rückerstattung oder der Änderung der Daten. Eine Abwesenheit von mehr als zwei Tagen vom Praktikum ohne gerechtfertigten/medizinischen Grund führt zum Rücktritt vom Praktikum und damit zu seiner automatischen Beendigung. Jedes Problem, das im Laufe des Praktikums auftritt, muss dem akademischen Tutor ordnungsgemäß und dringend mitgeteilt werden.

4. ZERTIFIZIERUNG: Der Student, der den Blended-Learning-Masterstudiengang bestanden hat, erhält ein Zertifikat, das den Aufenthalt in dem betreffenden Zentrum bestätigt.

5. ARBEITSVERHÄLTNIS: Der Blended-Learning-Masterstudiengang begründet kein Arbeitsverhältnis irgendeiner Art.

6. VORHERIGE AUSBILDUNGEN: : Einige Zentren können für die Teilnahme am Blended-Learning-Masterstudiengang eine Bescheinigung über ein vorheriges Studium verlangen. In diesen Fällen muss sie der TECH-Praktikumsabteilung vorgelegt werden, damit die Zuweisung des gewählten Zentrums bestätigt werden kann.

7. NICHT INBEGRIFFEN: : Der Blended-Learning-Masterstudiengang beinhaltet keine Elemente, die nicht in diesen Bedingungen beschrieben sind. Daher sind Unterkunft, Transport in die Stadt, in der das Praktikum stattfindet, Visa oder andere nicht beschriebene Leistungen nicht inbegriffen.

Der Student kann sich jedoch an seinen akademischen Tutor wenden, wenn er Fragen hat oder Empfehlungen in dieser Hinsicht erhalten möchte. Dieser wird ihm alle notwendigen Informationen geben, um die Verfahren zu erleichtern.

08

Wo kann ich das Praktikum absolvieren?

Der Ablauf dieses Blended-Learning-Masterstudiengangs beinhaltet ein Praktikum in einem einschlägigen Unternehmen der Branche und bei Fachleuten in dessen Team, die über Erfahrung im Grafikdesign verfügen und auf die Verlagsbranche spezialisiert sind. Dadurch erhalten die Studenten eine umfassende Lernerfahrung mit garantierten Kenntnissen aus erster Hand über die aktuelle Arbeit in der Verlagsbranche.




“

Vervollständigen Sie Ihre Weiterbildung mit einem Praktikum bei Designern, die auf Editorial Design spezialisiert sind”

tech 48 | Wo kann ich das Praktikum absolvieren?



Der Student kann den praktischen Teil dieses Blended-Learning-Masterstudiengangs an einem der folgenden Zentren absolvieren:



Design

Goose & Hopper

Land	Stadt
Spanien	Valencia

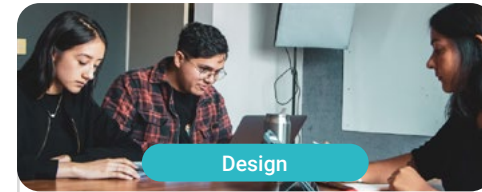
Adresse: La Marina de Valencia, Muelle de la Aduana S/N Edificio Lanzadera 46024

Agentur für Werbung, Design, Technologie und Kreativität

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- Digitales Reputations- und Kommunikationsmanagement
- Organische 3D-Modellierung





Design

Goose & Hopper

Land: Mexiko
Stadt: Michoacán de Ocampo

Adresse: Avenida Solidaridad Col. Nueva Chapultepec Morelia, Michoacan

Agentur für Werbung, Design, Technologie und Kreativität

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- Digitales Reputations- und Kommunikationsmanagement
- Organische 3D-Modellierung



Design

Grupo Fórmula

Land: Mexiko
Stadt: Mexiko-Stadt

Adresse: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc, Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Führendes Unternehmen für multimediale Kommunikation und Inhaltserstellung

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- Grafikdesign
- Personalmanagement



Piensamarketing

Land: Argentinien
Stadt: Río Negro

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

Agentur für soziales und digitales Marketing und
Kommunikation

Verwandte Praktische Ausbildungen:

- Gründung und Unternehmertum im Digitalen Unternehmen
- MBA in Digitales Marketing





“

Nutzen Sie die Gelegenheit, sich mit Fachleuten zu umgeben und von ihrer Arbeitsmethodik zu lernen"

09

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 hinter sich lässt 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 an den Grundlagen der traditionellen Universitäten auf der ganzen Welt rüttelt”



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



Der Student wird durch gemeinschaftliche Aktivitäten und reale Fälle lernen, wie man komplexe Situationen in realen Geschäftsumgebungen löst.

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.

“ *Unser Programm 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 Jurastudenten das Recht nicht nur auf der Grundlage theoretischer Inhalte erlernen. Sie bestand darin, ihnen reale komplexe Situationen zu präsentieren, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen konnten, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard etabliert.

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

Relearning Methodology

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 spanischsprachigen 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 spanischsprachigen 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 fortgebildet. 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 Ihre Spezialisierung 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 Neurocognitive Context-Dependent E-Learning 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 Online-Arbeitsmethode von TECH zu schaffen. All dies mit den neuesten Techniken, die in jedem einzelnen der Materialien, die dem Studenten zur Verfügung gestellt werden, qualitativ hochwertige Elemente bieten.



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

Das sogenannte Learning from an Expert festigt das Wissen und das Gedächtnis und schafft Vertrauen für zukünftige schwierige Entscheidungen.



Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten 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 hat der Student Zugang zu allem, was er für seine Fortbildung benötigt.





Case Studies

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.



Testing & Retesting

Die Kenntnisse des Studenten werden während des gesamten Programms regelmäßig durch Bewertungs- und Selbsteinschätzungsaktivitäten und -übungen beurteilt und neu bewertet, so dass der Student überprüfen kann, wie er seine Ziele erreicht.



10

Qualifizierung

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



“

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

Dieser **Blended-Learning-Masterstudiengang in Editorial Design** in der Krankenpflege enthält das vollständigste und aktuellste Programm des professionellen und akademischen Panoramas.

Nach Bestehen der Prüfungen erhält der Student per Post mit Empfangsbestätigung das entsprechende Diplom der **TECH Technologischen Universität**, mit dem das Bestehen der Bewertungen und der Erwerb der Kompetenzen des Programms bestätigt wird.

Zusätzlich zum Diplom kann er ein Zeugnis über die Noten sowie ein Zertifikat über den Inhalt des Programms erhalten. Dazu muss er sich mit seinem Studienberater in Verbindung setzen, der ihm alle notwendigen Informationen zur Verfügung stellen wird.

Titel: **Blended-Learning-Masterstudiengang in Editorial Design**

Modalität: **Blended Learning (Online + Praktikum)**

Dauer: **12 Monate**

Qualifizierung: **TECH Technologische Universität**

Unterrichtsstunden: **1.620 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 innovation
wissen gegenwart qualität
online-Ausbildung
entwicklung institutionen
virtuelles Klassenzimmer sprechen

tech technologische
universität

Blended-Learning-Masterstudiengang Editorial Design

Modalität: Blended Learning (Online + Praktikum)

Dauer: 12 Monate

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 1.620 Std.

Blended-Learning-Masterstudiengang Editorial Design

