

# Blended-Learning-Masterstudiengang Packaging Design



## Blended-Learning-Masterstudiengang Packaging Design

Modalität: Blended Learning (Online + Praktikum)

Dauer: 12 Monate

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 1.620 Std.

Internetzugang: [www.techtitute.com/de/design/semiprasentieller-masterstudiengang/semiprasentieller-masterstudiengang-packaging-design](http://www.techtitute.com/de/design/semiprasentieller-masterstudiengang/semiprasentieller-masterstudiengang-packaging-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 30

07

Praktikum

---

Seite 40

08

Wo kann ich das  
Praktikum absolvieren?

---

Seite 46

09

Methodik

---

Seite 50

10

Qualifizierung

---

Seite 58

# 01

# Präsentation

Der Wettbewerb auf dem Markt zwingt die Unternehmen dazu, sich von der Masse abzuheben, um die Aufmerksamkeit der Kunden zu erregen und die erste Wahl beim Kauf oder bei der Auftragsvergabe zu sein. Eine der erfolgreichsten Techniken ist die attraktive Gestaltung von Verpackungen, weshalb die Unternehmen immer häufiger nach Fachleuten suchen, die diese Technik beherrschen. Aus diesem Grund hat es TECH für notwendig erachtet, dieses sehr umfassende Programm zu schaffen, das in einer einzigen Fortbildung die besten und modernsten theoretischen Inhalte mit einem dreiwöchigen Praxisaufenthalt in einem renommierten Design- und Marketing-Zentrum verbindet. Zweifellos eine Gelegenheit, die es den Studenten ermöglicht, in nur 12 Monaten einen qualitativen Sprung in ihrer Karriere zu machen.



““

*Das Packaging ist zu einer grundlegenden Strategie geworden, die den Erfolg jeder Kampagne garantiert. Spezialisieren Sie sich auf diese Technik und werden Sie erfolgreich in der Designbranche“*

Ein gutes Image ist heutzutage eine Grundvoraussetzung für den Erfolg eines jeden Unternehmens. Die Konkurrenz auf dem Markt ist groß. Deshalb müssen die kreativen Teams hart arbeiten, um Kampagnen zu entwerfen, die sich von den anderen abheben. Es ist eine Tatsache, dass die Aufmerksamkeit der Kunden zu einem der wichtigsten Ziele der Unternehmen geworden ist, denn heutzutage reichen Funktionalität oder Qualität nicht mehr aus, wenn sie nicht über ein anderes, unverwechselbares Image verfügen.

Aus diesem Grund hat das Packaging in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen, da es die Identität des Unternehmens durch Farben und Formen auf vielfältige und weitreichende Weise zum Ausdruck bringen kann. Um Designern die Möglichkeit zu geben, sich ein breites und spezialisiertes Wissen über diese in der Industrie so gefragte Technik anzueignen, haben TECH und sein Team diesen sehr umfassenden Blended-Learning-Masterstudiengang in Packaging Design entwickelt.

Es handelt sich um ein Programm, das auf intensive Weise die besten theoretischen Inhalte, die von einem Team von Dozenten entwickelt wurden, die Experten auf dem Gebiet sind und über eine breite und lange Berufserfahrung verfügen, mit den vielfältigsten und umfassendsten Zusatzmaterialien und der Möglichkeit eines 3-wöchigen Praxisaufenthalts in einem führenden Unternehmen des Sektors kombiniert.

Während des 12-monatigen Studiums lernen die Studenten die wichtigsten Aspekte des *Packaging Design*, der Verpackungsstrukturierung und der Verpackungsillustration unter Verwendung der neuesten Werkzeuge und Software kennen. Darüber hinaus beschäftigen sie sich mit den neuesten Marketing- und *Branding*-Strategien, die sich als besonders erfolgreich erwiesen haben.

Dies ist eine einzigartige Gelegenheit, ein Studium zu absolvieren, das die notwendigen Fähigkeiten vermittelt, um ein herausragender Design-Profi zu werden, und das die kreativen Fähigkeiten der Studenten in einer sehr befähigenden Art und Weise perfektioniert.

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

- ♦ Entwicklung von mehr als 100 Fallstudien, die von Designprofis und Universitätsprofessoren mit umfassender Erfahrung in der Kreativbranche präsentiert werden
- ♦ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt vermittelt alle für die berufliche Praxis unverzichtbaren wissenschaftlichen und praktischen Informationen
- ♦ Umgang mit den ausgefeiltesten Werkzeugen der Branche, mit besonderem Schwerpunkt auf der Beherrschung der avantgardistischsten Strategien und erfolgreichsten Techniken
- ♦ Marketingstrategien, Markendesign und ausdrucksstarke Erzählungen, die dem Produkt und seiner Verpackung einen größeren symbolischen und kommerziellen Wert verleihen
- ♦ Diskussion realer, erfolgreicher Fallstudien in der Verpackungsindustrie, durch die der Student auf den neuesten Stand gebracht wird und eine vollständige Vision des Marktes entwickelt
- ♦ Integrierte Pläne für den Einbau intelligenter Zusatzgeräte in das Produkt und seine Verpackung, die eine personalisierte Information und Nutzung gewährleisten
- ♦ Ergänzt wird dies durch theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ♦ Verfügbarkeit der Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss
- ♦ Außerdem haben Sie die Möglichkeit, ein Praktikum in einem führenden Unternehmen zu absolvieren



*Ein Abschluss, der Ihrem Lebenslauf ein unverwechselbares und professionalisierendes Plus verleiht, ein wichtiger Aspekt in jedem Personalauswahlverfahren“*



“

*Sie erhalten zusätzliches Material, darunter ausführliche Videos und Adobe Illustrator-Tutorials, so dass die Beherrschung des Vektordesigns zu einer einfachen und dynamischen Aufgabe wird"*

Der vorgeschlagene Masterstudiengang mit Professionalisierungscharakter und Blended-Learning-Modalität zielt auf die Aktualisierung von Designprofis ab, die ein hohes Qualifikationsniveau benötigen. Die Inhalte basieren auf den neuesten Erkenntnissen des Sektors und sind didaktisch darauf ausgerichtet, theoretisches Wissen in die kreative Praxis zu integrieren. Die theoretisch-praktischen Elemente erleichtern die Aktualisierung des Wissens und ermöglichen die Entscheidungsfindung bei der Erstellung, Verwaltung, Beteiligung und Leitung von Projekten.

Die multimedialen Inhalte, die mit den neuesten Bildungstechnologien entwickelt wurden, ermöglichen der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist. Das Konzept dieses Studiengangs konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen muss, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des Studiengangs auftreten. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

*Sie erhalten den besten und modernsten Lehrplan, der erfolgreiche Strategien zur Entwicklung attraktiver, der aktuellen Marktnachfrage angepasster Verpackungsdesigns beinhaltet.*

*Sie lernen im Detail die Materialien kennen, die für Ökodesign und Recyclingprozesse empfohlen werden, und definieren sich so durch Ihre Arbeit als Designer, der sich für die Umwelt einsetzt.*



# 02

## Warum dieses Programm belegen?

Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang ist von entscheidender Bedeutung für alle Fachleute, die ihr Wissen über Packaging Design aktualisieren möchten. Im Rahmen dieses innovativen Programms, das von TECH entwickelt wurde, lernen die Studenten operative Trends wie die Verwendung biologisch abbaubarer, kompostierbarer oder essbarer Materialien für die Herstellung umweltfreundlicherer Verpackungen kennen. Dieser Studiengang umfasst auch ein Praktikum, das aufgrund seiner internationalen Ausrichtung einzigartig auf dem Bildungsmarkt ist und es den Studenten ermöglicht, sich schnell und flexibel die digitalen Werkzeuge und Arbeitstechniken anzueignen, die für dieses Berufsfeld unerlässlich sind.





“

*Packaging Design ist zu einer gefragten Spezialität für Unternehmen geworden, die ihren Marken eine persönliche Note verleihen wollen. Dieser Studiengang ist ideal für Sie, um die internationalen Standards zu meistern"*

### 1. Aktualisierung basierend auf der neuesten verfügbaren Technologie

Neue digitale Technologien spielen eine wichtige Rolle bei der Entwicklung anspruchsvoller und personalisierter Verpackungen. Daher werden Studenten der TECH mit dem Einsatz von künstlicher Intelligenz, der Verarbeitung von Verbraucherdaten und anderen komplexen Techniken für das Verpackungsdesign vertraut gemacht. Diese theoretischen und praktischen Kenntnisse werden ihnen wettbewerbsfähige und anspruchsvolle Beschäftigungsmöglichkeiten eröffnen, die sie von anderen Fachkräften auf dem Arbeitsmarkt unterscheiden.

### 2. Auf die Erfahrung der besten Spezialisten zurückgreifen

Während des gesamten Studiums werden die Studenten von einem Team exzellenter Dozenten betreut, die ihnen jederzeit eine persönliche Beratung bieten. Diese Dozenten haben die Inhalte des Lehrplans auf der Grundlage ihrer täglichen Praxiserfahrung ausgewählt, so dass der Abschluss eine gründliche Analyse der häufigsten Probleme des Arbeitsalltags bietet.

### 3. Eintritt in ein angesehenes Umfeld im Bereich des Packaging Design

In einer zweiten Phase des Programms hat TECH die Bedürfnisse der Studenten im Hinblick auf den Umgang mit den komplexesten technologischen Werkzeugen im Bereich des Packaging Design antizipiert. Aus diesem Grund wurde ein Praktikum geplant, bei dem die Studenten Seite an Seite mit führenden Experten in diesem Berufsfeld und in Unternehmen von großer internationaler Bedeutung arbeiten werden.





#### 4. Kombination der besten Theorie mit modernster Praxis

Auf akademischer Ebene gibt es nur wenige Studiengänge, die Theorie und Praxis so gut miteinander verbinden wie TECH. Durch den Blended-Learning-Masterstudiengang erlangen die Studenten eine ganzheitliche Beherrschung der Trends und Techniken, die in den Lehrinhalten verankert sind. Darüber hinaus haben sie die Möglichkeit, das Gelernte 3 Wochen lang in einem renommierten Zentrum in der produktiven Dynamik anzuwenden.

#### 5. Ausweitung der Grenzen des Wissens

Ziel des Studiengangs ist es, allen Studenten die Möglichkeit zu geben, ihren beruflichen Horizont durch eine internationale Perspektive zu erweitern. Dies wird durch die zahlreichen Kontakte und Mitarbeiter ermöglicht, die TECH, die größte digitale Universität der Welt, zur Verfügung stellt. Auf diese Weise haben die Studenten die Möglichkeit, mit Experten aus verschiedenen Breitengraden zu interagieren und sich mit den globalen Standards der Verpackungsproduktion vertraut zu machen.



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



# 03 Ziele

Die aktuelle Nachfrage nach Designprofis, die die neuesten kreativen Verpackungsstrategien und -techniken beherrschen, hat TECH und sein Team dazu motiviert, dieses umfassende Programm zu entwickeln. Ziel des Programms ist es daher, den Studenten die neuesten akademischen Werkzeuge und den vollständigsten Lehrplan an die Hand zu geben, der es ihnen ermöglicht, nicht nur das Verpackungsdesign im Detail zu kennen, sondern auch dessen Instrumente perfekt zu beherrschen. Auf diese Weise werden sie in der Lage sein, Marketing- und *Branding*-Projekte mit absoluter Erfolgsgarantie zu erstellen, daran teilzunehmen und zu leiten, die auf den Bedürfnissen und Anforderungen des aktuellen Marktes basieren.



“

*TECH verfolgt mit diesem Programm das Ziel, dass Sie durch den Abschluss des umfassendsten Studiengangs auf dem akademischen Markt in der Lage sind, beruflichen Erfolg in der Designbranche zu erzielen"*





## Allgemeines Ziel

---

- Dieser Blended-Learning-Masterstudiengang wurde entwickelt, um den Studenten die Möglichkeit zu geben, einen Abschluss zu erlangen, der sie befähigt, die Werkzeuge des Packaging Designs und der digitalen Illustration durch die anspruchsvollsten und innovativsten Programme des Sektors zu beherrschen. Darüber hinaus erwerben sie die notwendigen Fähigkeiten für die Schaffung einer erfolgreichen konzeptionellen visuellen Identität, die für alle Arten von Produkten geeignet ist, sowie für die Verwaltung von personalisierten Projekten und Portfolios. Andererseits ist es das Ziel des Kurses, dass die Studenten in der Lage sind, die Wertschöpfungskette des Objekts ganzheitlich zu erfassen, vom Design bis zum Öffnen der Verpackung zu Hause oder dem Verkauf im Geschäft





## Spezifische Ziele

---

### Modul 1. Design und Illustration mit Adobe Illustrator

- ◆ Integrieren von Adobe Illustrator-Tools in das Design von Produktverpackungen
- ◆ Verwalten der Typografie für das Etikettendesign
- ◆ Verwenden der Farbpalette für den korrekten Druck beherrschen
- ◆ Erzeugen von Harmonie im Design und Ausführen der Tools mit Persönlichkeit unter Einbeziehung der Markenwerte
- ◆ Integrieren des digitalen Design-Workflows in das *Packaging*-Projekt

### Modul 2. Vektor-Illustration von *Packaging* in Adobe Illustrator

- ◆ Verwenden von Vektorgrafiken für digitales Design mit Adobe Illustrator
- ◆ Anwenden und Auswählen der notwendigen Tools für die Produktion eines *Packaging*-Projekts
- ◆ Beherrschen von Typographie und *Lettering* für Etiketten- und Logodesign
- ◆ Erstellen von Fotomontagen, die das Endprodukt in 3D zeigen und das endgültige Szenario nachbilden
- ◆ Verwalten des Verpackungsdesigns in all seinen Phasen: von der Erstellung eines Volumens auf einer leeren Fläche bis zum Druck mit allen Schichten

### Modul 3. Ecodesign: Materialien für das Design von *Packaging*

- ◆ Vertiefen in die Funktionsweise der Kreislaufwirtschaft in Bezug auf das *Packaging* Design
- ◆ Beherrschen biologisch abbaubarer Materialien und des Recyclingprozesses
- ◆ Treffen von Design-Entscheidungen mit Blick auf das weitere Leben der Verpackung
- ◆ Sensibilisieren für die Verwendung von Plastik und die Notwendigkeit, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zum Schutz der Umwelt zu reduzieren
- ◆ Optimieren des Prozesses des *Packaging* Designs, indem wir zu bewussten Designern werden

#### Modul 4. Die Struktur des *Packaging*

- ♦ Beherrschen der Techniken der Kreativität und der strukturellen Komposition auf der Grundlage der *Packaging*kultur
- ♦ Entwickeln eines spezifischen Konzepts, das einer universellen Identität entspricht, die auf der Kohärenz mit dem Zweck der Marke beruht
- ♦ Erstellen von Forschungstechniken in der physischen und digitalen Umgebung anwenden und Designrichtlinien
- ♦ Behandeln von *Lettering* und Typografie für die Erstellung von Verpackungsetiketten
- ♦ Vertiefen des sensorischen Erlebnisses und Übertritt in die neue virtuelle Realität des *Packaging*

#### Modul 5. *Packaging* für Schmuck und Kosmetika

- ♦ Berücksichtigen der Bedürfnisse der Kosmetikkonsumenten, sowohl der traditionellen als auch der aufstrebenden, da das *Kosmetik-Packaging* in den meisten Fällen über den Kauf eines Produkts entscheidet
- ♦ Beherrschen der Designtechniken während des gesamten *Packaging*-Prozesses und dabei Außen-, Innen- und Produktverpackungen aufeinander abstimmen
- ♦ Erweitern der Kriterien für die Anwendung von Stilen im Kosmetikbereich, da das *Packaging Design* stark definiert und polarisiert ist
- ♦ Verwalten kreativer, experimenteller *Packaging*-Techniken zur Steigerung der Exklusivität durch den Wert der Verpackung
- ♦ Entwickeln neuer Entwürfe auf der Grundlage des Designs von *Packaging* von Schmuckstücken unter Berücksichtigung der Hauptlinien des Designs im Luxussektor

#### Modul 6. *Gourmet-Packaging* und Weine

- ♦ Einbeziehen von Familientraditionen und der Wiederbelebung der guten Zeiten in ein Produkt, das als immaterieller Teil des kulturellen Erbes des Landes konzipiert ist
- ♦ Verwalten der kasuistischen und technischen Aspekte der Verpackung von Wein- und Gourmetprodukten, um ein Gleichgewicht zwischen funktionellem Design und Ästhetik zu finden
- ♦ Beherrschen der Materialien, aus denen das *Packaging* eines Produkts besteht, wie Verschlüsse, Glas und Sekundärverpackungen
- ♦ Entwerfen von Etiketten nach einer Informationsarchitektur, die den Gütesiegeln Rechnung trägt und die Persönlichkeit der Marke widerspiegeln
- ♦ Managen und Verstehen der Benutzererfahrung, dass es sich um eine sensorische Erfahrung handelt, bei der der Geschmackssinn auch über die Augen angesprochen werden muss

#### Modul 7. *Packaging* und Design für Konsumgüter

- ♦ Schaffen von Transparenz und Effizienz bei Lebensmittelverpackungen, die für die richtige Entwicklung unserer körperlichen Gesundheit entscheidend sind
- ♦ Einführen von Nanotechnologie und interaktiven *Packaging*-Techniken in den FMCG-Markt als Teil einer konstanten Innovationsstrategie
- ♦ Berücksichtigen der Bedürfnisse des Lebensmittels und seine Konservierungs-, Transport- und Lagerbedingungen
- ♦ Analysieren der Ergebnisse des Verpackungsdesigns sowohl aus funktionaler als auch aus ästhetischer Sicht
- ♦ Verwalten von Personalisierungstrends im Bereich Design für FMCG-Marken und -Zielgruppen

### Modul 8. Marketing & Branding im Packaging

- ♦ Einbeziehen der Verwendung von Daten in die kreative Strategie für das *Packaging*
- ♦ Beherrschen der Strategie- und Wertekommunikation für ein erfolgreiches *Briefing* im Verpackungsdesign
- ♦ Schaffen von Werten durch die Projektion einer Markenidentität, die sich im Laufe der Zeit durch Flexibilität und Vielseitigkeit verändern kann
- ♦ Ergänzen des traditionellen *Packaging* von physischen Geschäften durch das Benutzererlebnis in der digitalen Umgebung
- ♦ Erlernen des Einsatzes von künstlicher Intelligenz zur Unterstützung, Bewertung und Analyse von Verhaltensweisen, um kritisches Denken zu entwickeln

### Modul 9. Kreative Leitung

- ♦ Fördern der Entwicklung künstlerischer Fähigkeiten durch das Verständnis der Verwendung von visuellen Codes und ihrer Botschaft
- ♦ Anwenden des bisher Gelernten auf die Entwicklung eines persönlichen Portfolio und *Briefing* zu unseren Entwürfen
- ♦ Einpassen der visuellen Erzählung in die Markenstrategie
- ♦ Einsetzen der modernsten künstlerischen Techniken wie z. B. die exquisite Leiche oder die Hypergrafie
- ♦ Verwalten von Raum, Strukturen und Volumen sowie der chromatischen Bandbreite als Ganzes und nicht getrennt

### Modul 10. Operative Entwicklung des Packaging

- ♦ Identifizieren der Rolle des Designs innerhalb der Warenlieferkette
- ♦ Beherrschen der Techniken der Produktentwicklung, des Prototypings und der Tests, um sie auf das *Packaging Design* anzuwenden
- ♦ Verbessern der Designvision der Studenten durch eine globale Perspektive der „Paketreise“
- ♦ Berücksichtigen aller rechtlichen und regulatorischen Kenntnisse über die Nutzung und Verwertung von geistigem Eigentum
- ♦ Meistern ihrer Rolle als Designer und Verbessern ihrer Arbeitsbeziehungen




*Sie werden mehrere Module haben, die speziell dem Verpackungsdesign von Produkten wie Schmuck, Kosmetika, Weinen oder Gourmet-Lebensmitteln gewidmet sind, so dass Sie ein spezielles Wissen über jedes dieser Produkte erwerben werden“*



# 04 Kompetenzen

Der Blended-Learning-Masterstudiengang in Packaging Design wurde so konzipiert, dass die Studenten ihre beruflichen Fähigkeiten und Kompetenzen durch den Erwerb umfassender, spezialisierter und aktueller Kenntnisse in diesem Bereich der Designbranche perfektionieren können. Auf diese Weise werden sie in der Lage sein, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln und ihre kreative Qualität durch die Erstellung attraktiver und herausragender Projekte zu demonstrieren, die auf ihrer Beherrschung des Bereichs basieren.



· COFFEE ·

· CO



FFEE·

“

*Sie werden sich eingehend mit Verpackungen für den Massenmarkt befassen, mit besonderem Schwerpunkt auf interaktiven Verpackungen und der Produkt-Kunden-Beziehung”*



## Allgemeine Kompetenzen

---

- ♦ Entwickeln der verbalen und visuellen Kommunikation durch Beherrschen von *Briefing* und Trends im Packaging Design
- ♦ Steigern der Kreativität durch den Einsatz von Art Direction und konzeptionellen Techniken bei der Produktverpackung
- ♦ Analytisches Trainieren durch Beobachtung, Integration und Bewertung von *Branding*-Strategien, die im Verpackungsumfeld entstehen
- ♦ Erwerben von Kenntnissen über den Markt für das *Packaging* von Kosmetikprodukten und Schmuck sowie über Wein und Gourmetprodukte und den Massenmarkt
- ♦ Entwickeln von Kenntnissen in Illustration und computergestützten Designtechniken mit Adobe Illustrator
- ♦ Erweitern des umfassenden Wissens über die Wertschöpfungskette des *Packaging* und die Integration mit dem Produkt, um dessen Wert auf dem Markt zu steigern







## Spezifische Kompetenzen

---

- ♦ Ausdrücken von Ideen kreativ und funktionell mit Adobe Illustrator
- ♦ Entwickeln kreativer Konzepte nach Ihren eigenen Kriterien und angepasst an die Bedürfnisse des Produkts und des Marktes
- ♦ Fortgeschrittenes Kennen von Designstilen besitzen, die für jede Art von Produkt in Bereichen wie Gourmet, Kosmetik, Schmuck und Konsumgüter geeignet sind
- ♦ Entwickeln eines nachhaltigen und umweltfreundlicheren Packaging Designs
- ♦ Übergehen zur Implementierung von *Virtual Reality* als neues Element für die Verwirklichung neuer Konzepte
- ♦ Beherrschen der Designstile in jedem der anzuwendenden Sektoren: Luxus, Gourmet oder Konsumgüter
- ♦ Weiterentwickeln auf dem Gebiet der Produktmarktforschung, um die Daten bei der Entwicklung des Designs zu nutzen
- ♦ Integrieren neuer Technologien, um dem Endverbraucher ein besseres Erlebnis durch das *Packaging* zu bieten
- ♦ Erbringen einer korrekten operativen Leistung in ihrer Rolle als Designer in Harmonie mit der Umwelt

# 05

## Kursleitung

Sowohl für die Leitung als auch für die Lehre dieses Blended-Learning-Masterstudiengangs hat TECH ein Dozententeam zusammengebracht, das sich mit Design und Marketing auskennt. Es handelt sich um ein Team von Fachleuten mit einer breiten und umfangreichen Berufserfahrung in der Beteiligung an kreativen Projekten auf verschiedenen Ebenen. Aber wenn es etwas gibt, das diese Fakultät auszeichnet, dann ist es zweifellos ihre menschliche Qualität, die sich in der Ausführlichkeit, mit der der Lehrplan entwickelt wurde, und in dem kritischen und avantgardistischen Charakter, den sie eingebracht haben, widerspiegeln wird.





“

*Sie werden die Möglichkeit haben, individuelle Tutorien mit dem Dozententeam zu beantragen, um alle Zweifel zu klären, die im Laufe des Studiums auftreten können”*



## Internationaler Gastdirektor

Laura Moffitt ist eine hoch angesehene Designerin, die sich weltweit auf **Verpackungsstrategien und Markenentwicklung** spezialisiert hat. Mit einem starken Hintergrund in der kreativen Leitung im **innovativen Packaging** hat sie mit funktionsübergreifenden Teams gearbeitet, um Marken durch eine kreative und kohärente Vision zum Leben zu erwecken. Ihr Fokus auf **Projekttrends** und ihre Leidenschaft für Spitzenleistungen haben sie dazu gebracht, die Grenzen der Konventionen zu überschreiten und innovative Visionen in die Branche zu bringen.

Im Laufe ihrer Karriere hatte sie Schlüsselpositionen in renommierten Unternehmen inne, unter anderem als **Direktorin für Verpackungsdesign bei Youth to the People** bei L'Oréal. In dieser Funktion war sie für die Konzeption und Ausführung von Verpackungsdesigns verantwortlich und arbeitete mit **Marketing-, Produktentwicklungs- und Zuliefererteams** zusammen, um ein einheitliches und effizientes Branding zu gewährleisten.

Sie wurde international für ihre Fähigkeit anerkannt, das Profil der Institutionen zu schärfen, mit denen sie gearbeitet hat. In diesem Sinne hat sie eine wichtige Rolle bei der Entwicklung **globaler Verpackungsstrategien** gespielt und **visuell ansprechende Kollektionen** vorgeschlagen, die den **Verbraucher** ansprechen. Zusätzlich zu ihrer Erfolgsbilanz in der Branche hat sie Auszeichnungen für ihren innovativen Ansatz erhalten und zahlreiche Initiativen zur kontinuierlichen Verbesserung vorangetrieben, die in der Branche Meilensteine gesetzt haben.

Außerdem hat sie zur Entwicklung von Forschung und Analyse von **Markttrends** beigetragen, was es ihr ermöglicht hat, an der **Spitze der Designbranche** zu bleiben. Sie hat detailgetreue Mock-ups, **3D-Renderings von Verpackungen** und Werbetexten entwickelt und digitale Assets entworfen. Ihr investigativer Ansatz hat es ihr ermöglicht, an der Einführung neuer Produkte mitzuwirken, die sich durch ihre Funktionalität und Ästhetik auszeichnen.



## Fr. Moffitt, Laura

---

- Direktorin für Verpackungsdesign bei L'Oréal, Los Angeles, USA
- Senior Designerin (Jugend für die Menschen) bei L'Oréal
- Verpackungsdesignerin bei L'Oréal
- Verpackungsdesignerin bei Youth To The People
- Leitende Grafikdesignerin bei Beats by Dr. Dre (Apple)
- Grafikdesignerin bei FAM Brands
- Grafikdesign-Praktikantin bei Drawing from Memory
- Marketing-Praktikantin bei Bonhams
- Spezialistin für Grafikdesign am Pratt Institute
- Hochschulabschluss in Kommunikationsdesign, Hauptfach Grafikdesign am Pratt Institute

“

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

## Leitung



### Dr. García Barriga, María

- ♦ Promotion in Design und Marketingdaten
- ♦ Kommunikatorin bei RTVE
- ♦ Kommunikatorin bei Telemadrid
- ♦ Universitätsdozentin
- ♦ Autorin von The Pattern of Eternity, Schaffung einer spiralförmigen Identität für die Automatisierung von Modetrends
- ♦ Kommunikation, Marketing und soziale Kampagnen, Kulturerbe und digitales Marketing
- ♦ Chefredakteurin von Chroma Press
- ♦ Account Executive für Marketing und soziale Medien bei Servicecom
- ♦ Redakteurin für Webinhalte bei Premium Difusión, Diario Siglo XXI und Managers Magazine
- ♦ Promotion, Design und Marketingdaten an der Polytechnischen Universität von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften, Kommunikation, Marketing und Werbung an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Aufbaustudiengang in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen an der Universität Complutense von Madrid
- ♦ Zertifiziert in Data Analysis & Creativity mit Python, China
- ♦ MBA Fashion Business School an der Modebusinessschule der Universität von Navarra

## Professoren

### Dr. Gárgoles Saes, Paula

- ◆ Promovierte Forscherin und Beraterin, Spezialistin für Mode, Kommunikation und Nachhaltigkeit
- ◆ Forschungsprofessorin an der Fakultät für Kommunikation und Leitung der Akademie für Unternehmenskommunikation an der Universität Panamericana, Mexiko-Stadt
- ◆ Beraterin in Kommunikation und Nachhaltigkeit bei Ethical Fashion Space, Mexiko-Stadt
- ◆ Modejournalistin bei der Agentur Europa Press und dem digitalen Magazin Asmoda
- ◆ Spezialistin in Mode am Fashion Institute of Technology in New York und am Future Concept Lab in Mailand
- ◆ Abteilung für Kommunikation des Studiengangs Kommunikation und Modemanagement der Universität Villanueva und der ISEM Fashion Business School
- ◆ Promotion Cum Laude in Angewandter Kreativität an der Universität von Navarra mit der Arbeit „Reputationsmodell für den Modesektor“
- ◆ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität Complutense von Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA von der ISEM Fashion Business School

### Fr. Sigüenza, Eva

- ◆ Beraterin von Agenturen für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit in der Lifestyle-Branche
- ◆ Koordinatorin für Öffentlichkeitsarbeit bei Penaira
- ◆ Beraterin für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei OmnicomPRGroup
- ◆ Direktorin bei der Agentur TTPR
- ◆ Kundenbetreuerin bei Ogilvy Public Relations Worldwide
- ◆ Spezialistin für Kampagnen in der Luxus- und Feinuhrmacherbranche, mit Kunden wie Panerai
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der Europäischen Universität von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Digitales Marketing und E-Commerce von der EAE Business School

### Dr. Macías, Lola

- ◆ Beraterin für Unternehmensinternationalisierung bei Thinking Out
- ◆ Internationalisierungsberaterin, zugelassen vom Valencianischen Institut für Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen
- ◆ Koordinatorin der Beobachtungsstelle für den Textilmarkt AITEX
- ◆ Professorin für Internationalen Handel und Marketing und Werbung an der Europäischen Universität von Valencia
- ◆ Professorin für Internationalisierung und strategische Unternehmensführung an der Universität CEU Cardenal Herrera
- ◆ Promotion in Marketing an der Universität von Valencia
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft und Management an der Universität von Valencia
- ◆ Masterstudiengang in Management und Verwaltung von Handelsunternehmen durch die Universität von Paris
- ◆ Masterstudiengang in Lehrkraftausbildung für die Mittel- und Oberstufe sowie Berufsausbildung an der Katholischen Universität von Valencia
- ◆ Masterstudiengang in Mode, Design Management und Operations durch AITEX

### Fr. Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Textildesignerin bei Petite Antoinette
- ◆ Designerin bei Donzis Estudios
- ◆ Designerin bei Summon Press
- ◆ Modellschneiderin bei Valentín Herraiz
- ◆ Hochschulabschluss in Modedesign bei Barreira Arte y Diseño
- ◆ Expertin für digitales Design mit Adobe Illustrator
- ◆ Spezialisierung in der Herstellung von Schnittmustern, Zuschnitt und Schneiden von valencianischer Kleidung von Aitex Paterna

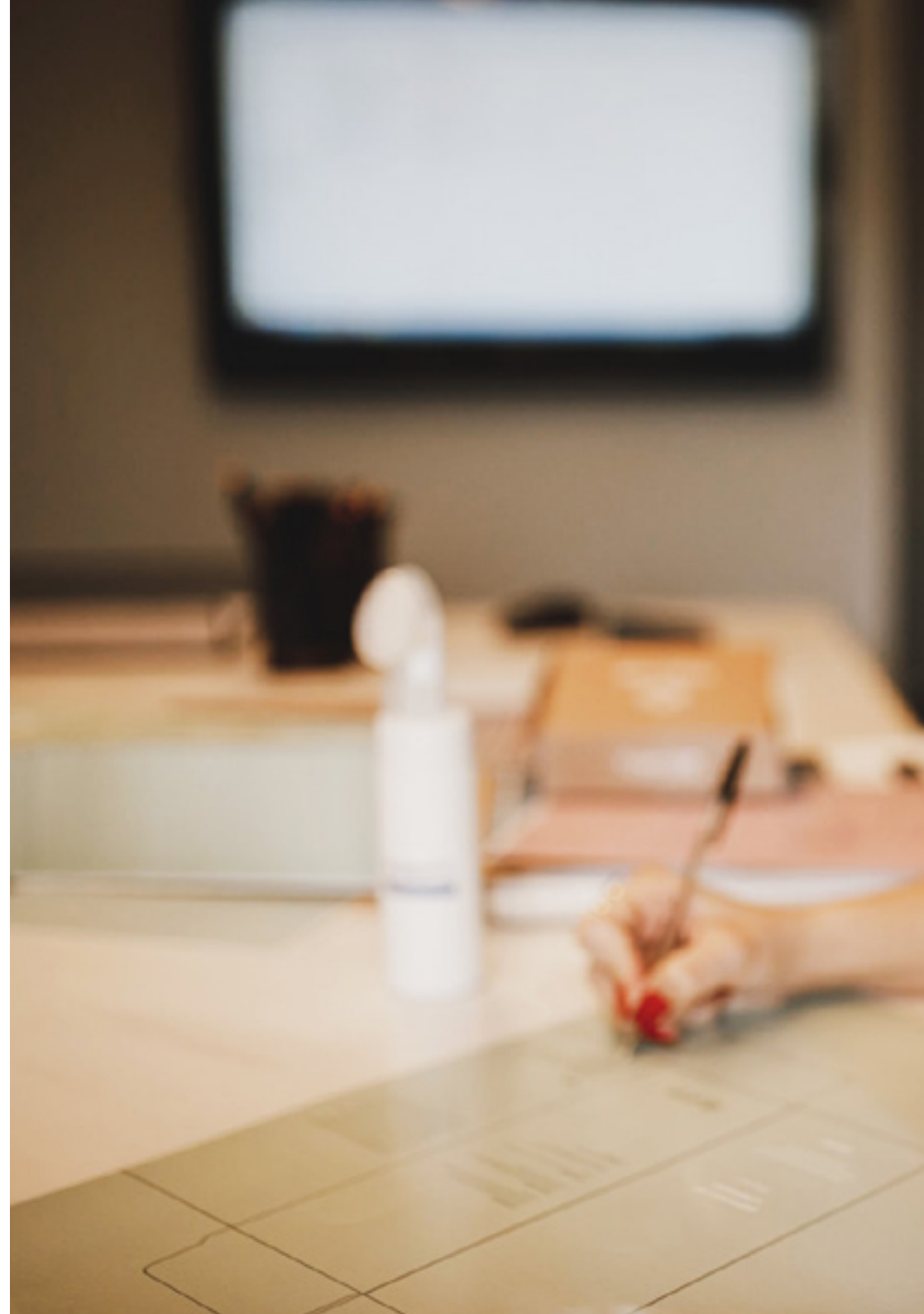


**Fr. Romero Monente, Begoña**

- ◆ Geschäftsführerin der Agentur Young Promotion
- ◆ Persönliche Mentorin und Coach für Unternehmer
- ◆ Dozentin und Lehrbeauftragte in verschiedenen Kursen für Retail Management, digitales Marketing und Personalmanagement
- ◆ Koordination bei der Airport Promotion Agencies Association
- ◆ Rundfunksprecherin, Texterin und Kommunikationsmanagement für verschiedene On-/Off-Medien
- ◆ Hochschulabschluss in Journalismus an der Universität von Malaga
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit an der Offenen Universität von Katalonien
- ◆ Masterstudiengang in Marketing durch die Universität Oberta von Katalonien
- ◆ MBA an der ISEM Fashion Business School der Universität von Navarra
- ◆ Zertifizierte Coach an der Europäischen Schule für Coaching

**Hr. Holgueras, Javier**

- ◆ Planer für Lieferkettenmanagement bei Zalando
- ◆ Business Analyst für Apple am Hauptsitz in Irland
- ◆ Marktmanager für Kellogg's
- ◆ Verkaufsumsatz- und Entwicklungsplaner bei Mondelēz International
- ◆ Implementierungsmanager für Colgate-Palmolive
- ◆ Masterstudiengang in Big Data und Business Analytics für die Industrie- und Handelsschule
- ◆ Masterstudiengang in Wirtschaftsingenieurwesen an der Universität von Valladolid
- ◆ Hochschulabschluss in Wirtschaftswissenschaften an der Nationalen Fernuniversität





#### Fr. Merinero Gómez, Esther

- ◆ Künstlerin
- ◆ Künstlerische Leiterin der Internationalen Kunstmesse Arco
- ◆ Künstlerische Leiterin bei Projekten wie *The Koppel Project Gallery* und Costa del Sol
- ◆ Hochschulabschluss in Bildenden Künsten, Chelsea College of Art and Design
- ◆ Sculpture MA, Royal College of Arts in London

“

*Die führenden Dozenten von TECH bieten Ihnen einen persönlichen Leitfaden zur Beherrschung der komplexesten Fähigkeiten im Packaging Design"*

# 06

## Planung des Unterrichts

Bei der Entwicklung des Lehrplans für diesen Blended-Learning-Masterstudiengang hat TECH die Kriterien des Dozententeams berücksichtigt, das für die Auswahl der Informationen verantwortlich war, die anschließend in den Lehrplan aufgenommen wurden. Der gesamte Inhalt wurde an die renommierte und effektive Lehrmethodik des *Relearning* angepasst, damit der Student eine dynamische akademische Erfahrung machen kann, bei der er keine zusätzlichen Stunden in das Auswendiglernen investieren muss. Schließlich wurde auch eine Vielzahl zusätzlicher Materialien aufgenommen, so dass die Studenten jeden Abschnitt in einen Kontext stellen und die Konzepte studieren können, die sie am meisten interessieren.





*Sie haben 24 Stunden am Tag und von jedem Gerät mit Internetanschluss aus Zugriff auf das virtuelle Klassenzimmer, so dass Sie sich jederzeit und von jedem Ort aus einloggen können"*



## Modul 1. Design und Illustration mit Adobe Illustrator

- 1.1. Vorbereitung des Arbeitsbereichs
  - 1.1.1. Was ist eine Vektorgrafik?
  - 1.1.2. Neues Dokument. Arbeitsbereich
  - 1.1.3. Schnittstelle
- 1.2. Arbeitsbereich
  - 1.2.1. Verfügbare Instrumente
  - 1.2.2. Lineale, Führer. Raster
  - 1.2.3. Die Arbeitstische
- 1.3. Linien
  - 1.3.1. Geometrische Figuren
  - 1.3.2. Auswahl und direkte Auswahl
  - 1.3.3. Linie
- 1.4. Farbe
  - 1.4.1. Farbe und Pipetten
  - 1.4.2. Bleistift
  - 1.4.3. Pinsel
- 1.5. Transformation der Form
  - 1.5.1. Radiergummi, Schere und Klinge
  - 1.5.2. Verformen, Skalieren und Verzerrung
  - 1.5.3. Ausrichten und gruppieren. Schichten
- 1.6. Attribute Farbe und Füllung
  - 1.6.1. Stift
  - 1.6.2. Interaktive Handles und Scheitelpunkte
  - 1.6.3. Farbige Bibliotheken
- 1.7. Formulare
  - 1.7.1. Farbverlauf und Transparenz. Zusammenführung
  - 1.7.2. Pfadfinder
  - 1.7.3. Interaktiver Abdruck
- 1.8. Die Buchstaben
  - 1.8.1. Installation des Schriftartenmanagers und der Schriftarten. Buchstabe und Absatz
  - 1.8.2. Text-Werkzeug
  - 1.8.3. Umreißen, ändern und verformen Sie Text. Erweitern und verschieben

- 1.9. Farbpalette
  - 1.9.1. Farbpalette
  - 1.9.2. Typografie und Hierarchien. Imagotipo
  - 1.9.3. Erstellung eines Musters und einer Probe
- 1.10. Letzte Künste
  - 1.10.1. Papier- und Webformate
  - 1.10.2. Für den Druck exportieren
  - 1.10.3. Exportieren auf digitale Medien

## Modul 2. Vektor-Illustration von *Packaging* in Adobe Illustrator

- 2.1. Die Vektorgrafik
  - 2.1.1. Neues Dokument. Arbeitsbereich
  - 2.1.2. Allgemeine Tools
  - 2.1.3. Farbe
- 2.2. Letzte Künste
  - 2.2.1. Papier- und Webformate
  - 2.2.2. Für den Druck exportieren
  - 2.2.3. Exportieren auf digitale Medien
- 2.3. Ai-Illustrationswerkzeuge
  - 2.3.1. Kombinationen von Werkzeugen für Ai-Illustrationen
  - 2.3.2. Vektor-Kompositionen
  - 2.3.3. Typografien
- 2.4. Digitale Illustration
  - 2.4.1. Ai-Illustration Referenzen
  - 2.4.2. Vektorverfolgungstechnik und ihre Ableitungen
  - 2.4.3. Anwendung von Illustrationen auf das *Packaging* (*In Focus: dieline*)
- 2.5. Quellen
  - 2.5.1. Zeitoptimierung (Seiten mit freien Ai-Motiven)
  - 2.5.2. Versionen und Änderungen (Vektorzeichnung)
  - 2.5.3. Vorteile von Ai gegenüber Photoshop in der digitalen Illustration
- 2.6. Formate
  - 2.6.1. Entwerfen in einem vorgegebenen Format
  - 2.6.2. Erstellen des Formats von Grund auf
  - 2.6.3. Neue Formate und Anwendungen

- 2.7. Materialien
  - 2.7.1. Gängige Materialien und ihre Anwendungen
  - 2.7.2. Das *Packaging* als Objekt der Begierde
  - 2.7.3. Neue Materialien
- 2.8. Physisches *Packaging*
  - 2.8.1. Tags
  - 2.8.2. Boxen
  - 2.8.3. Dankeschreiben/Einladungen
  - 2.8.4. Wrappers
- 2.9. Digitales *Packaging*
  - 2.9.1. Newsletters
  - 2.9.2. *Banners* und Web
  - 2.9.3. Das Instagram-Format
- 2.10. *Moke-Up*
  - 2.10.1. Integration eines *Moke-Up*
  - 2.10.2. Kostenlose *Moke-Up* Portale
  - 2.10.3. Verwendung von *Moke-Up*
  - 2.10.4. Erstellen einer eigenen *Moke-Up*

### Modul 3. Ecodesign: Materialien für das Design von Packaging

- 3.1. Nachhaltigkeit: neue Triebfeder des Designs
  - 3.1.1. Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Soziales, Umwelt und Wirtschaft
  - 3.1.2. Nachhaltigkeit innerhalb des Geschäftsmodells
  - 3.1.3. Nachhaltigkeit eingebettet in den gesamten *Packaging*prozess: vom Design bis zum Recycling
- 3.2. Kreislaufwirtschaft im *Packaging*
  - 3.2.1. Zirkularität in ästhetischen Umgebungen
  - 3.2.2. Die Anwendung der Kreislaufwirtschaft im *Packaging*
  - 3.2.3. Die Herausforderungen der Kreislaufwirtschaft im *Packaging*
- 3.3. Nachhaltiges Design von *Packaging*
  - 3.3.1. Ziele des nachhaltigen Designs
  - 3.3.2. Schwierigkeiten des nachhaltigen Designs
  - 3.3.3. Herausforderungen des nachhaltigen Designs

- 3.4. Nachhaltige Materialien
  - 3.4.1. *Packaging* aus Materialien natürlichen Ursprungs
  - 3.4.2. *Packaging* aus kompostierbaren Materialien
  - 3.4.3. *Packaging* aus biologisch abbaubaren Materialien
- 3.5. Verwendung von Plastik
  - 3.5.1. Die Auswirkungen von Plastik auf die Welt
  - 3.5.2. Alternativen zu Plastik
  - 3.5.3. Recycelter Kunststoff
- 3.6. Nachhaltige Herstellungsprozesse
  - 3.6.1. Nachhaltige Prozesse in der sozialen Dimension
  - 3.6.2. Nachhaltige Prozesse in der Umweltdimension
  - 3.6.3. Nachhaltige Prozesse in der Wirtschafts- und Governance-Dimension
- 3.7. Recycling
  - 3.7.1. Recycelte Materialien
  - 3.7.2. Recycling-Prozess
  - 3.7.3. Der Preis für Recycling im *Packaging*
- 3.8. Gestaltung von *Packaging* für Recycling und Wiederverwendung
  - 3.8.1. Das zweite Leben des *Packaging*
  - 3.8.2. Entwerfen für Recycling
  - 3.8.3. Entwerfen für die Wiederverwendung
- 3.9. Optimierung und Vielseitigkeit des *Packaging*
  - 3.9.1. Wenn weniger mehr ist im *Packaging*
  - 3.9.2. Wie kann man *Packaging* reduzieren, ohne den Markenwert zu verlieren?
  - 3.9.3. Wann kann *Packaging* eliminiert werden, ohne dass der Markenwert verloren geht
- 3.10. Wie kann man das Bewusstsein der Verbraucher für *Packaging* schärfen?
  - 3.10.1. Bildung
  - 3.10.2. Bewusstsein
  - 3.10.3. Den Verbraucher in den *Packaging*prozess einbeziehen

## Modul 4. Die Struktur des *Packaging*

- 4.1. Die Illustration des *Packaging*
  - 4.1.2. Kultur des *Packaging* (Resonanz)
  - 4.1.3. Die Funktionen des digitalen *Packaging*
  - 4.1.4. Die Ziele des Packagingdesigns
- 4.2. Strukturelle Zusammensetzung
  - 4.2.1. Wahl der Form (Struktur)
  - 4.2.2. Color *Matching*
  - 4.2.3. 2D Textur
- 4.3. Ausdrucksstarke Techniken
  - 4.3.1. Spezifische Illustrationen
  - 4.3.2. Abstrakte Illustrationen
  - 4.3.3. Humor in verpackten Produkten
- 4.4. Visuelle Darstellungstechniken
  - 4.4.1. Vereinigungen
  - 4.4.2. Symbolische Metaphern
  - 4.4.3. Visuelle Hyperbel - Übertreibungen (*In Focus*: Visuelle Hierarchie)
- 4.5. Konzeptioneller Entwurf
  - 4.5.1. Demografische und ethnografische Forschung
  - 4.5.2. *Retail Research & Digital Research*
  - 4.5.3. Markenkonzept, Verpackungsdesign (*In Focus*: *Culture Map*)
- 4.6. Elemente des Packagingdesigns
  - 4.6.1. Das Anzeigefeld
  - 4.6.2. Die Bildsprache der Marke
  - 4.6.3. *Concept Board* (*In Focus*: der Name des Produkts und der Name der Marke)
- 4.7. *Lettering*
  - 4.7.1. Typografie
  - 4.7.2. Abstand zwischen den Zeilen
  - 4.7.3. Typografische Grundsätze (*In Focus*: Typografie und Technologie)

- 4.8. Etappen des Packagingdesigns
  - 4.8.1. Projektstruktur und *Briefing*
  - 4.8.2. Kommunikation der Strategie
  - 4.8.3. Designverfeinerung und Vorproduktion (*In Focus*: Für wen sind die Produkte von *Luxury Packaging* gedacht?)
- 4.9. Das sinnliche Erlebnis
  - 4.9.1. Wie hört sich *Packaging* an?
  - 4.9.2. Berühren in 2D
  - 4.9.3. Sensorische Bewertung (*In Focus*: die virtuelle sensorische Erfahrung)
- 4.10. Virtuelles *Packaging*
  - 4.10.1. Verpackungen im Metaversum
  - 4.10.2. Luxusmarken
  - 4.10.3. Im *Packaging* enthaltenes audiovisuelles Material (*In Focus*: *Unboxing* im Metaversum)

## Modul 5. *Packaging* für Schmuck und Kosmetika

- 5.1. Die Wettbewerbsfähigkeit des Kosmetiksektors
  - 5.1.1. Die Bedürfnisse der Verbraucher von *Packaging*
  - 5.1.2. Das breite Spektrum der Kosmetikmarken
  - 5.1.3. *Packaging*design als Differenzierungsmerkmal in der Kosmetikbranche
- 5.2. Stile im kosmetischen Design
  - 5.2.1. Feminines Design
  - 5.2.2. Maskulines Design
  - 5.2.3. *No Gender* Design
- 5.3. Das Design von Creme- und Seifenverpackungen
  - 5.3.1. Definition von Linien: rund oder eckig?
  - 5.3.2. Personalisierung der *Front*
  - 5.3.3. Kühne Muster vs. Nüchterne Muster
- 5.4. Sicherheit und Schutz von Cremes
  - 5.4.1. Konservierung von Antioxidantien
  - 5.4.2. Risiken einer schlechten Verpackung
  - 5.4.3. Opazität der Verpackung?

- 5.5. Parfüms
  - 5.5.1. Natürliche Inhaltsstoffe
  - 5.5.2. Parfümverpackung: Farbe oder Glas
  - 5.5.3. Die Struktur der Flasche
- 5.6. Das Design des Packaging für Make-up
  - 5.6.1. Illustration auf Lidschattenboxen
  - 5.6.2. Sonderausgaben
  - 5.6.3. Floraler Stil vs. Minimaler Stil
- 5.7. *Packaging*trends im gesamten Verpackungsprozess
  - 5.7.1. Äußere Verpackung - Beutel
  - 5.7.2. Innere Verpackung - Schachtel
  - 5.7.3. Produktverpackung-Flasche
- 5.8. Kreatives experimentelles *Packaging*
  - 5.8.1. Das Juwel als Einzelstück
  - 5.8.2. Raffinesse und Eleganz
  - 5.8.3. Der Zauberkasten
- 5.9. Die Auswahl der Farben bei der Gestaltung von Packaging von Schmuckstücken
  - 5.9.1. Die klassische Palette
  - 5.9.2. Die Farbe Gold und ihre Symbolik
  - 5.9.3. Metall, ein kaltes und farbloses Material
- 5.10. Das Design von Schmuckkästchen
  - 5.10.1. Das Schneiden von Holz: Kanten und Fächer
  - 5.10.2. Futter aus Stoff oder Samt
  - 5.10.3. Das Design der Schmuckpräsentation
- 5.11. *Luxury Jewelry Packaging*
  - 5.11.1. Das *Packaging* aus Leder
  - 5.11.2. Die Verwendung von Bändern und Satin
  - 5.11.3. Der Platz für das Logo





## Modul 6. Gourmet-Packaging und Weine

- 6.1. Grundlagen des Gourmet-Packaging
  - 6.1.1. Praktisches und ästhetisches Design
  - 6.1.2. Die Verwendung von Glas und Karton
  - 6.1.3. Die Ergonomie der Verpackung
- 6.2. Informationsarchitektur
  - 6.2.1. Priorität: ästhetisch oder funktional
  - 6.2.2. Komplementäre Werte
  - 6.2.3. Die zu übermittelnde Botschaft
- 6.3. Logo Entwurf
  - 6.3.1. Der Isotyp
  - 6.3.2. Der Isologotyp
  - 6.3.3. Das Etikett
- 6.4. Unverzichtbarer Inhalt im Packaging für Gourmet und Wein
  - 6.4.1. Ursprungsbezeichnung
  - 6.4.2. Beschreibung des Produkts
  - 6.4.3. Besondere Gütezeichen
- 6.5. Die Eigenschaften von Wein und Gourmetprodukten
  - 6.5.1. Die Erhaltung der Qualität
  - 6.5.2. Die Erhaltung des Geschmacks
  - 6.5.3. Präsentation
- 6.6. Persönlichkeit von Gourmet- und Weinmarken
  - 6.6.1. Familienerbe
  - 6.6.2. Inspirierende gute Zeiten
  - 6.6.3. Der Geschmackssinn tritt über die Augen ein
- 6.7. Das Etikett
  - 6.7.1. Papier-Typologie
  - 6.7.2. Eigenschaften des Papiers
  - 6.7.3. Zusätzliche Informationen (*In Focus: die Verwendung von Recyclingpapier für Etiketten*)
- 6.8. Kork
  - 6.8.1. Die Qualität des Korkstopfens
  - 6.8.2. Naturkork, *Twin-Top*, agglomerierter und kolmierter Kork
  - 6.8.3. Druck auf den Korken (Procork, T-Cork, Cava oder Multipieza)

- 6.9. Glas
  - 6.9.1. Gussformen und Formen für Glas
  - 6.9.2. Höhe und Farbe der Flasche
  - 6.9.3. Das Design der Schutzverschlusskapseln
- 6.10. Gourmet-Packaging
  - 6.10.1. Das Produkt auf einen Blick
  - 6.10.2. Klare, lesbare und ordentliche Beschriftung
  - 6.10.3. Frische entwerfen

## Modul 7. Verpackung und Design im FMCG

- 7.1. Transparenz bei Lebensmittel-Packaging
  - 7.1.1. Gesundheit verpacken
  - 7.1.2. Lebensmittelverpackungen aus Kunststoff und biologisch abbaubare Materialien
  - 7.1.3. Polymere
- 7.2. Neue Lebensmittelverpackungen
  - 7.2.1. Biopolymere
  - 7.2.2. Organische Säuren
  - 7.2.3. Gas- und Temperaturanzeige
- 7.3. Nano Packaging
  - 7.3.1. Nanopartikel
  - 7.3.2. Nanomaterialien
  - 7.3.3. Nanoemulsionen
- 7.4. Die Gegenwart des FMCG-Packaging
  - 7.4.1. *Active Packaging*
  - 7.4.2. *Intelligent Packaging*
  - 7.4.3. *Smart Packaging*
- 7.5. Massenproduktion
  - 7.5.1. *Packaging* und Vertrieb
  - 7.5.2. Primärverpackung
  - 7.5.3. Sekundärverpackung (Fall: Kellogg's Schachteln)
- 7.6. Das Auftreten von FMCG
  - 7.6.1. Lebensmittel-Fotografie
  - 7.6.2. Anschauliche Illustrationen
  - 7.6.3. Effizientes Design

- 7.7. Interaktives *Packaging*
  - 7.7.1. Die Funktionalität eines interaktiven *Packagings*
  - 7.7.2. Arten von interaktiven *Packagings*
  - 7.7.3. Interaktive Beziehungen
- 7.8. Design von Lebensmittelverpackungen
  - 7.8.1. Form und Größe
  - 7.8.2. Frische oder verarbeitete Lebensmittel
  - 7.8.3. Design in der Produktetikettierung
- 7.9. Kommerzielles *Packaging*
  - 7.9.1. *From Common to Premium*
  - 7.9.2. Funktionelles Design mit *Twist*
  - 7.9.3. Massen Anpassung
- 7.10. Bewertung des *Packaging*-Designs
  - 7.10.1. Ist es klar, was Ihr Produkt ist?
  - 7.10.2. Ist es eine ehrliche Darstellung des Produkts?
  - 7.10.3. Wie wird das Produkt im Laden oder in 3D aussehen?
  - 7.10.4. Vielseitigkeit

## Modul 8. Marketing & Branding im *Packaging*

- 8.1. Künstliche Intelligenz im *Packaging*design
  - 8.1.1. Die Aktivierung der Kreativität durch Daten
  - 8.1.2. Techniken zur Differenzierung
  - 8.1.3. Neugestaltung und Bewertung
- 8.2. *Branding* für "Wrapper"
  - 8.2.1. Markenidentität
  - 8.2.2. Design auf der Grundlage von *Branding*
  - 8.2.3. Die wirtschaftlichen Auswirkungen von *Branding* beim *Packaging*
- 8.3. Digitale Strategie
  - 8.3.1. Geschäftsstrategien in Verbindung mit Identität
  - 8.3.2. Werbung
  - 8.3.3. Bewertung der Positionierung
- 8.4. Der Prozess der Datenauswertung
  - 8.4.1. Visuelle Kommunikation durch Daten verwalten
  - 8.4.2. Sammeln und Auswählen von Daten
  - 8.4.3. Analyse der Daten

- 8.5. Konsumgewohnheiten der *Premium*-Umgebung
  - 8.5.1. Wichtige Marketing-Metriken
  - 8.5.2. Die wichtigsten Metriken des *Packaging*
  - 8.5.3. Die Erstellung von sequentiellen Mustern
- 8.6. Innovation in der *Packaging*branche
  - 8.6.1. Kreativitätsmanagement
  - 8.6.2. Prädiktive Techniken
  - 8.6.3. Simulation von Innovationsszenarien
- 8.7. Die Verwendung von *Big Data* für die Erstellung der Ikone
  - 8.7.1. Der *Packaging*-Markt
  - 8.7.2. Der Verbraucher des *Packaging*
  - 8.7.3. Segmentierung und Wert
- 8.8. Wertschöpfung im Laufe der Zeit
  - 8.8.1. Strategien der Loyalität
  - 8.8.2. Botschafter generieren
  - 8.8.3. Effiziente Verwaltung der Kommunikation
- 8.9. Benutzererfahrung
  - 8.9.1. Die digitale Umgebung
  - 8.9.2. *Engagement* erzeugen
  - 8.9.3. Mitteilungen
- 8.10. Projektleitung
  - 8.10.1. Vorbereitung des *Briefings*
  - 8.10.2. Strategische Kommunikation
  - 8.10.3. Wertekommunikation

## Modul 9. Kreative Leitung

- 9.1. Entwicklung des *Packaging*
  - 9.1.1. Visuelle Kommunikation
  - 9.1.2. Spekulative Geschichte des *Packaging*
  - 9.1.3. Ästhetische Grundlagen
- 9.2. Produkt-Erzählung
  - 9.2.1. Identifizieren ihrer Geschichte. Was ist die Botschaft?
  - 9.2.2. Identifizieren des Zielpublikums
  - 9.2.3. Gespräch zwischen Marke und Verbraucher
- 9.3. Markenstrategie
  - 9.3.1. *Briefings*
  - 9.3.2. Mechanismen und eigene Sprachen
  - 9.3.3. Material Research. Tendenzen
- 9.4. Workshop Spekulation
  - 9.4.1. Kunst und Raum. Bände
  - 9.4.2. Physischer Raum I. Spiel, Zeit und Zufall
  - 9.4.3. Digitaler Raum I. *Virtual Making*
- 9.5. Die Produktumgebung
  - 9.5.1. Die Voraussetzungen und ihre Lage
  - 9.5.2. Physischer Raum II
  - 9.5.3. Digitaler Raum II
- 9.6. Technische Kreativität
  - 9.6.1. Komposition
  - 9.6.2. Exquisite Leiche. Die Vielfalt der Bilder
  - 9.6.3. *Hypergraphics*. Die auf den Raum angewandte Grafik
- 9.7. Produktion und Entwicklung von *Packaging*
  - 9.7.1. Materialien als Botschaft
  - 9.7.2. Traditionelle und moderne Techniken
  - 9.7.3. Warum entscheiden Sie sich für ein Bild?
- 9.8. *Art Direction*
  - 9.8.1. Anwendung der Produktbeschreibungen
  - 9.8.2. Farbpalette und ihre Bedeutung
  - 9.8.3. Identifizierung des Werbeansatzes



- 9.9. Postproduktion
  - 9.9.1. Fotografie
  - 9.9.2. Beleuchtung
  - 9.9.3. Auswirkungen
- 9.10. Das Projektunternehmen
  - 9.10.1. Portfolio
  - 9.10.2. Instagram
  - 9.10.3. Reflexion *Workshop*

## Modul 10. Operative Entwicklung des *Packaging*

- 10.1. Die Wertschöpfungskette des *Packaging*
  - 10.1.1. Der Lebenszyklus eines „Wrappers“
  - 10.1.2. Funktionalität
  - 10.1.3. Die Rolle des Designs in der Lieferkette
- 10.2. *Stock Packaging*
  - 10.2.1. Lagerung
  - 10.2.2. Verteilung: Verfolgung und Rückverfolgung
  - 10.2.3. Integration der Operationalität in das Design
- 10.3. Der *Retail* und der E-Commerce
  - 10.3.1. Die neue Realität des *Packaging* in Geschäften
  - 10.3.2. Concept Stores
  - 10.3.3. Gestaltung von Paketen für die Hauszustellung (*In Focus*: Standardisierung vs. Personalisierung)
- 10.4. Industrielles *Packaging*
  - 10.4.1. Kostenanalyse
  - 10.4.2. Die Grenzen des *Packaging*designs
  - 10.4.3. Bewertung des *Packaging*prozesses
- 10.5. Innovation im *Packaging Design*
  - 10.5.1. Die Entwicklung des Verpackungskonzepts
  - 10.5.2. Die Qualität des *Packaging*
  - 10.5.3. Die Verwaltung von Sendungen im Online-Kanal
- 10.6. Strategie des *Packaging*
  - 10.6.1. Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackung im System des *Packaging*
  - 10.6.2. Der Produkthersteller und der Designer des *Packaging*
  - 10.6.3. *Decision Making*
- 10.7. Konzeptentwicklung
  - 10.7.1. *OKR Technique (Objectives and Key Results)*
  - 10.7.2. *Framing Techniques*
  - 10.7.3. *Canvas Technique*
- 10.8. Das Designprodukt
  - 10.8.1. Prototyping (*Story Map* + Live Data)
  - 10.8.2. Testen (*Concierge Test* + Benutzerfreundlichkeit/Zuverlässigkeit/Verhalten)
  - 10.8.3. Bewertung
- 10.9. Rechtliche und regulatorische Aspekte
  - 10.9.1. Geistiges Eigentum
  - 10.9.2. Fälschung
  - 10.9.3. Vertraulichkeit
- 10.10. Der Beruf des *Packaging*-Designers
  - 10.10.1. *Stakeholders*
  - 10.10.2. Arbeitsumfeld
  - 10.10.3. Arbeitsbeziehungen mit Kunden



Ein Abschluss, der Ihnen Spezialwissen über künstliche Intelligenz im Verpackungsdesign und andere Zukunftstrends vermittelt"



# 07

# Praktikum

Nach Abschluss der theoretischen Phase haben die Studenten die Möglichkeit, ein Praktikum in einem renommierten Unternehmen im Bereich Design und digitales Marketing zu absolvieren. Auf diese Weise können sie ihre Fähigkeiten auf der Grundlage all dessen, was sie während des Studiengangs gelernt haben, weiterentwickeln, indem sie Seite an Seite mit Profis aus der Branche arbeiten, die über jahrelange Erfahrung in der Umsetzung erfolgreicher Projekte verfügen. Zusätzlich zu dem Wissen aus erster Hand über die neuesten Techniken und Strategien können sie 3 Wochen Erfahrung in einem renommierten Zentrum in ihren Lebenslauf aufnehmen.



“

*Sie haben die Möglichkeit, sich für ein 3-wöchiges Praktikum in einem Unternehmen für digitales Marketing und Design zu bewerben, um Seite an Seite mit den Profis der Branche zu arbeiten“*

Dieses Programm für Packaging Design wird von TECH angeboten, um den Studenten einen dreiwöchigen Aufenthalt in einem renommierten Zentrum für Produktdesign und Marketing zu ermöglichen. Der Aufenthalt findet von Montag bis Freitag statt, mit jeweils achtstündigen Arbeitstagen. Sie werden Seite an Seite mit Fachleuten arbeiten, die ihnen jederzeit mit Rat und Tat zur Seite stehen, damit sie diese Erfahrung optimal nutzen können. Dieses Praktikum gibt den Studenten die Möglichkeit, sich aktiv an den Designprojekten zu beteiligen, die zu diesem Zeitpunkt im Unternehmen entwickelt werden, indem sie die modernsten Strategien und Techniken anwenden und mit den fortschrittlichsten Werkzeugen und Geräten der Branche arbeiten.

Im Rahmen dieser praxisorientierten Weiterbildung zielen die Aktivitäten auf die Entwicklung und Vervollkommnung der für den Entwurf, die Planung und die Herstellung von Verpackungen erforderlichen Fähigkeiten ab, und sind auf eine spezifische Fortbildung für die Ausübung der Tätigkeit mit einer hohen professionellen Leistung ausgerichtet.

Es handelt sich zweifellos um eine einzigartige Gelegenheit, umfassende und spezialisierte Kenntnisse zu erwerben, indem man in einem innovativen und modernen Unternehmen arbeitet, das sich durch seine professionelle Qualität und den garantierten Erfolg seiner Projekte auszeichnet. Darüber hinaus ist es eine grundlegende Erfahrung, die den Studenten hilft, ihre beruflichen Fähigkeiten zu vervollkommen und ihren Lebenslauf um ein Unterscheidungsmerkmal zu bereichern, das sie in jedem Personalauswahlverfahren hervorhebt.

Der Aufenthalt in einem Unternehmen ermöglicht es, eine Mindestanzahl von praktischen Aktivitäten in den Bereichen Design und Kreation sowie in anderen Abteilungen des Zentrums zu absolvieren: Marketing, *Branding*, kreative Leitung, operationelle Entwicklung oder Ökodesign, was den Studenten die Möglichkeit gibt, die innovativsten kreativen Prozesse in die Praxis umzusetzen.

Der praktische Unterricht wird unter aktiver Beteiligung der Studenten durchgeführt, die die Aktivitäten und Verfahren der einzelnen Kompetenzbereiche ausführen (Lernen zu lernen und zu tun). Dabei werden sie von den Dozenten und anderen Mitpraktikanten begleitet und angeleitet, um Teamarbeit und multidisziplinäre Integration als übergreifende Kompetenzen für die Praxis des Designs zu fördern (Lernen zu sein und zu lernen, sich aufeinander zu beziehen).



*Eine einmalige Gelegenheit, etwas über aktives, intelligentes oder smart Packaging zu lernen und es in Ihre zukünftigen Designprozesse zu integrieren"*



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
<b>Kreative Leitung von <i>Packaging</i>- und Marketingstrategien</b>	Erstellen eines Markenplans und einer Produkterzählung durch das <i>Packaging</i>
	Entwerfen von Branding, digitalen Strategien und Implementierung von Elementen der künstlichen Intelligenz in den Prozess der Verpackungserstellung
	Anwenden der modernsten <i>Packaging</i> -Strategien, die auf die Erfahrung des Benutzers mit dem Produkt ausgerichtet sind
<b>Techniken für das <i>Packaging</i> Design</b>	Erstellen von Etiketten, Schachteln und Verpackungen für physische Verpackungen
	Entwerfen von Webbannern, <i>Newsletter</i> und Instagram-Werbemitteln für digitale Medien
	Anwenden von Formen, Schriftzügen und der Farbpalette eines bestimmten <i>Packagings</i>
	Korrigieren von Layout und Farben bestimmter geometrischer Figuren
	Exportieren der Arbeit unter Berücksichtigung der Formate für Papier, Druck und digitale Medien
<b><i>Packaging</i> Design für Luxus- und Gourmetprodukte</b>	Entwerfen spezifischer Verpackungen für Schmuck oder Luxusprodukte
	Entwerfen von Logos und spezifischem <i>Packaging</i> für den Gourmetbereich
	Gestalten von Etiketten mit spezifischer Typologie und Informationen für den Gourmet-Sektor
<b><i>Packaging</i> Design für den Massenkonsum und dessen operative Entwicklung</b>	Entwerfen und Gestalten von Verpackungen für digitale Umgebungen mit spezifischen Formaten und Materialien
	Verwenden von <i>Active Packaging</i> , <i>Intelligent Packaging</i> oder <i>Smart Packaging</i> im Produktdesign
	Entwerfen von Verpackungen mit Blick auf die direkte Lieferung nach Hause
	<i>Prototyping</i> , Testen und Bewerten eines endgültigen Verpackungsdesigns
<b>Ökodesign und neue Materialien für <i>Packaging</i></b>	umweltfreundlicher, biologisch abbaubarer und essbarer Materialien als Teil einer nachhaltigen <i>Packaging</i> Design-Strategie
	Optimieren der Produktverpackung unter dem Gesichtspunkt des Recyclings und der Wiederverwendung



## 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 der Praktikumsvereinbarung für das Programm lauten wie folgt:

**1. BETREUUNG:** 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. VORBILDUNG:** 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?

Im Rahmen seines Engagements für das berufliche Wachstum und die Entwicklung der Studenten wählt TECH für seine Praktika nur die besten Zentren in dem Bereich aus, in dem der Abschluss entwickelt wird. In diesem Fall hat der Designer Zugang zu einem 120-stündigen Praktikum in einem führenden Unternehmen im Bereich digitales Marketing und Design, das über ein hervorragendes Team verfügt, das seine aktive Teilnahme an den Projekten garantiert, die zum Zeitpunkt des Praktikumsbeginns entwickelt werden.






“

*Sie erhalten einen Tutor, der Sie während Ihres Praktikums begleitet, damit Sie die 120 Stunden Praktikum optimal nutzen können”*



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



Design

### Piensamarketing

Land	Stadt
Argentinien	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.



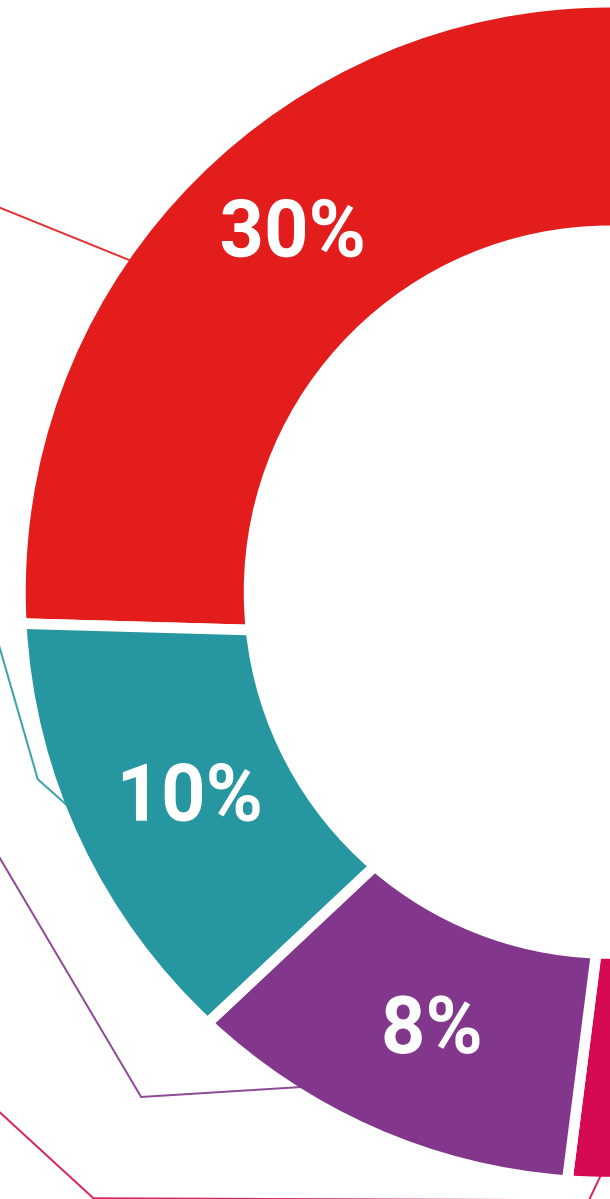
#### Übungen für Fertigkeiten und Kompetenzen

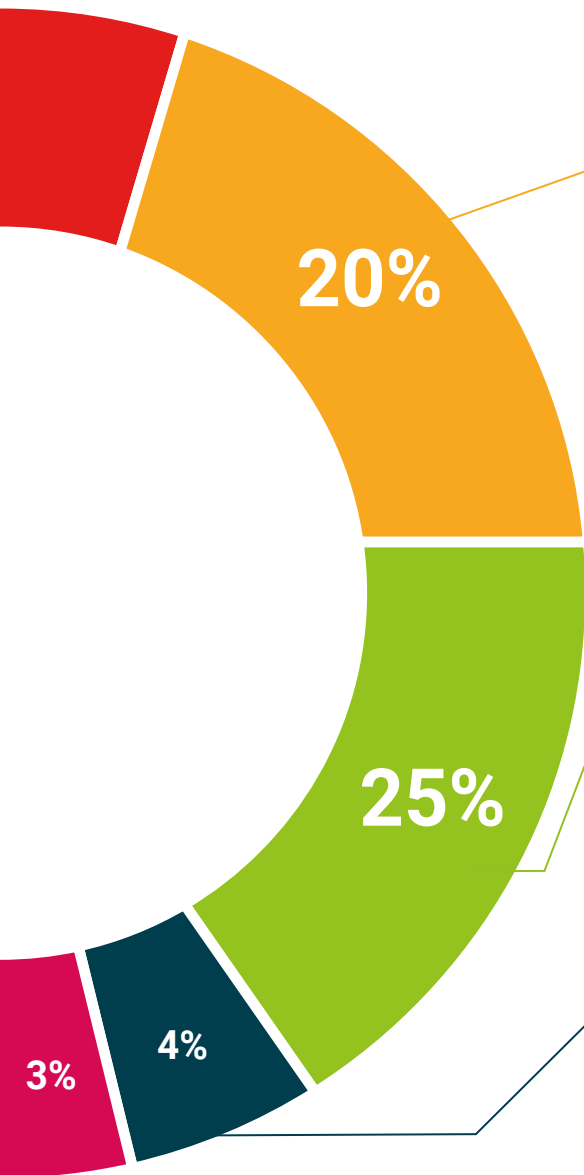
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Übungen und Aktivitäten zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



#### 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 Packaging 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 Packaging 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.

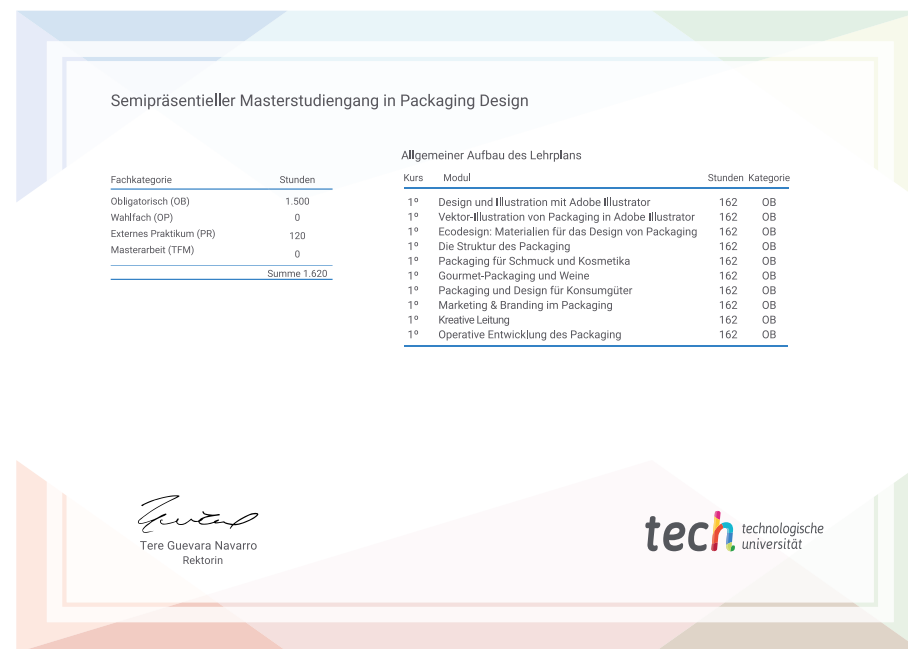
Titel: **Blended-Learning-Masterstudiengang in Packaging Design**

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 Packaging Design

Modalität: Blended Learning (Online + Praktikum)

Dauer: 12 Monate

Qualifizierung: TECH Technologische Universität

Unterrichtsstunden: 1.620 Std.

# Blended-Learning-Masterstudiengang Packaging Design

