

Universitätsexperte Verpackungslogistik



Universitätsexperte Verpackungslogistik

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Internetzugang: www.techtitute.com/de/design/spezialisierung/spezialisierung-verpackungslogistik

Index

01

Präsentation

Seite 4

02

Ziele

Seite 8

03

Kursleitung

Seite 12

04

Struktur und Inhalt

Seite 18

05

Methodik

Seite 24

06

Qualifizierung

Seite 32

01

Präsentation

Beim *Packaging Design* geht es nicht nur darum, eine attraktive Verpackung zu schaffen, die sich mit dem Produkt identifiziert, sondern es müssen auch die operativen Aspekte berücksichtigt werden, um einem komplexen und koordinierten Lager- und Vertriebssystem gerecht zu werden. Die Bestimmung des Stellenwerts des Designs innerhalb der gesamten Lieferkette eines Produkts ist ein grundlegender Teil des kreativen Prozesses, ebenso wie die Festlegung der Grundlagen, die für den Sektor, für den das Produkt bestimmt ist, angemessen sind. In diesem Fall erwirbt der Student durch diese Fortbildung die notwendigen Kenntnisse, um die Verpackungslogistik in Bereichen wie Gourmet, Wein, Schmuck und Kosmetik sowie Verpackung und Design im Massenkonsum zu verstehen. Und das alles durch eine 100%ige Online-Methode, die auf *Relearning* basiert, was dem Lernprozess Flexibilität und Effizienz verleiht.

A white paper bag is shown against a background of green leaves. The bag has the text 'Hooray' printed on it in a green, serif font. Below it, in a smaller green font, is the text 'Your sparkling concrete product just arrived!'. The bag is partially open, and the leaves are in the foreground, creating a layered effect.

Hooray

*Your sparkling concrete
product just arrived!*



Nach Abschluss des Programms sind Sie in der Lage, in verschiedenen Märkten zu arbeiten und innovative und funktionelle Verpackungslösungen für deren Produkte zu entwickeln. Starten Sie jetzt!"

Das Verständnis der Rolle des Verpackungsdesigns in der Lieferkette ist die Grundlage für die Generierung von Ideen. Jede Branche hat spezifische Bedingungen und Eigenschaften, die der Designer berücksichtigen muss. Daher ist eine operationelle Sichtweise des Designs erforderlich, die durch rechtliche Aspekte, die im Berufsumfeld zu berücksichtigen sind, sowie durch Prototyping- und Produktentwicklungstechniken, die auf Verpackungen angewendet werden können, ergänzt wird.

Im Kosmetikbereich zum Beispiel kaufen 65% der Verbraucher das Produkt wegen der Verpackung, der Etikettierung und als Fortsetzung des Schönheitserlebnisses, was sie dazu veranlasst, das eine oder andere Konkurrenzprodukt zu kaufen. Die Schmuckbranche war ihrerseits Vorreiter in Sachen Unboxing, ihre Schachteln verlangen nach Eleganz und Raffinesse, nach zeitlosem Luxus aus Leder und Samt in intensiven, aber traditionellen Farben, unter denen das Markenlogo, fast immer in Goldschrift, prangt.

Der Wein- und Gourmetsektor ist ein Markt für Premiumprodukte, auf dem sich das sinnliche Erlebnis des Verbrauchers im Design widerspiegeln muss. Die Verwendung von Glas, das Zusammenspiel von Farben und Typografie, die Gestaltung des Logos und die Sekundärverpackung für den korrekten Transport und Vertrieb werden berücksichtigt. Der Massenkonsumgütersektor erfordert Verpackungsstrukturen, die einem originellen Design entsprechen, es dem Kunden jedoch ermöglichen, das Produkt jeden Tag zu genießen, ohne die Qualität des Inhalts oder dessen Eigenschaften zu verlieren.

Neue Vorschriften und Designkonzepte für nachhaltigere Verpackungen, die sogar Nanotechnologie zur Temperaturregulierung oder den Ersatz von Etiketten durch QR-Codes beinhalten, sind nur einige der Strategien, die in diesem Programm behandelt werden. Die Studenten erhalten das Profil eines neuen Designers mit technischen und menschlichen Fähigkeiten, die sie in ihrem Arbeitsumfeld auszeichnen.

All dies wird durch die hochmoderne 100%ige Online-Studienmethodik von TECH erreicht, die die Flexibilität und Qualität bietet, die der heutige Berufstätige benötigt, um seinen Arbeitsalltag mit einem neuen Ziel der intellektuellen Verbesserung zu verbinden. Begleitet von einem hochqualifizierten Dozententeam, das zahlreiche multimediale Lehrmittel wie praktische Übungen, Videotechniken, interaktive Zusammenfassungen oder Meisterklassen einsetzt, um den Prozess zu erleichtern.

Dieser **Universitätsexperte in Verpackungslogistik** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt. Seine hervorstechendsten Merkmale sind:

- ◆ Entwicklung von Fallstudien, die von Experten für Design, Marketing und Kommunikation vorgestellt werden
- ◆ Der anschauliche, schematische und äußerst praxisnahe Inhalt soll wissenschaftliche und praktische Informationen zu den für die berufliche Praxis wesentlichen Disziplinen vermitteln
- ◆ Er enthält praktische Übungen, in denen der Selbstbewertungsprozess durchgeführt werden kann, um das Lernen zu verbessern
- ◆ Sein besonderer Schwerpunkt liegt auf innovativen Methoden
- ◆ Theoretische Vorträge, Fragen an den Experten, Diskussionsforen zu kontroversen Themen und individuelle Reflexionsarbeit
- ◆ Die Verfügbarkeit des Zugriffs auf die Inhalte von jedem festen oder tragbaren Gerät mit Internetanschluss



Sie werden in der Lage sein, Nanotechnologie und interaktive Techniken für Packaging auf dem Massenkonsum-Markt als Teil einer Strategie der ständigen Innovation in Ihren Entwürfen zu integrieren"



Die Technologie und das Relearning, die in der Studienmethodik der TECH Global University eingesetzt werden, ermöglichen den Erwerb von Fertigkeiten und Kenntnissen mit besseren Ergebnissen als jede andere derzeit verfügbare Methodik"

Zu den Dozenten des Programms gehören Experten aus der Branche, die ihre Berufserfahrung in diese Fortbildung einbringen, sowie renommierte Fachleute von Referenzgesellschaften und angesehenen Universitäten.

Die multimedialen Inhalte, die mit der neuesten Bildungstechnologie entwickelt wurden, werden der Fachkraft ein situierendes und kontextbezogenes Lernen ermöglichen, d. h. eine simulierte Umgebung, die eine immersive Fortbildung bietet, die auf die Ausführung von realen Situationen ausgerichtet ist.

Das Konzept dieses Programms konzentriert sich auf problemorientiertes Lernen, bei dem die Fachkraft versuchen wird, die verschiedenen Situationen aus der beruflichen Praxis zu lösen, die während des akademischen Programms auftreten. Zu diesem Zweck wird sie von einem innovativen interaktiven Videosystem unterstützt, das von renommierten Experten entwickelt wurde.

Erfahren Sie, wie Sie die richtige Verpackung für Produkte aus den Bereichen Gourmet, Wein, Schmuck, Kosmetik und Konsumgüter entwerfen. Mit den neuesten Markttrends.

In diesem Studiengang beherrschen Sie die Techniken der Produktentwicklung, des Prototyping und des Testens und wenden sie auf das Verpackungsdesign an.



02 Ziele

Ziel dieses Universitätsexperten in Verpackungslogistik ist es, die Grundlagen des Verpackungsdesigns für Konsumgüter, Schmuck, Kosmetik, Feinkost und Wein zu vermitteln, um die Bedeutung und Rolle des Packaging in der Lieferkette zu verstehen. Ziel ist es, die Studenten in die Lage zu versetzen, die jeweiligen Anforderungen zu verstehen und die Techniken zu beherrschen, die für eine präzise Umsetzung erforderlich sind, so dass sie am Ende des Programms über alle erforderlichen Fähigkeiten und Fertigkeiten verfügen, um erfolgreich umweltverträgliche und an neue Technologien angepasste Designmodelle zu entwickeln.





“

Die neue Vorschrift, dass alle Kunststoffverpackungen bis 2030 recyclingfähig sein müssen, hat zu neuen Szenarien für das Verpackungsdesign geführt. Lernen Sie diese in dieser Fortbildung kennen"



Allgemeine Ziele

- ◆ Schaffen einer konzeptionellen, experimentellen und/oder kommerziellen visuellen Identität, die für alle Arten von Produkten geeignet ist
- ◆ Verwalten eines kompletten *Packaging*-Projekts und eines maßgeschneiderten Portfolios
- ◆ Berücksichtigen der gesamte Wertschöpfungskette eines Produkts: vom Design bis zum Öffnen des Pakets zu Hause oder dem Verkauf im Geschäft
- ◆ Entwickeln von *Branding*- und Marketingstrategien durch den Einsatz von *Big Data* und einer kontinuierlichen Auswertung
- ◆ Entwerfen aller *Packaging* Designs mit einem fortgeschrittenen Wissen über ihre Materialien und realen Anwendungen
- ◆ Umgehen mit *Ecopackaging* und den Materialien, die bei der Gestaltung von Produktverpackungen eine Rolle spielen
- ◆ Anwenden von *Packaging* Design von Massenkonsum bis hin zu Kosmetik, Schmuck oder Gourmet-Produkten und dem Markt für *Luxus-Packaging*

“

Mit diesem Universitätsexperten beherrschen Sie alle Inhalte der Kasuistik und der technischen Aspekte der Verpackung von Weinen und Gourmetprodukten und finden ein Gleichgewicht zwischen funktionellem Design und Ästhetik"





Spezifische Ziele

Modul 1. Packaging für Schmuck und Kosmetik

- ◆ Berücksichtigen der Bedürfnisse der Kosmetikkonsumenten, sowohl der traditionellen als auch der aufstrebenden, da das *Packaging* von Kosmetik in den meisten Fällen über den Kauf eines Produkts entscheidet
- ◆ Beherrschen von 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 Verpackungswert
- ◆ Entwickeln neuer Entwürfe auf der Grundlage des *Packaging* Design von Schmuckstücken unter Berücksichtigung der Hauptlinien des Designs im Luxussektor

Modul 2. 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 des *Packaging* von Wein- und Gourmet-Produkten, 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 der Benutzererfahrung unter Berücksichtigung der Tatsache, dass es sich um eine sensorische Erfahrung handelt, bei der der Geschmackssinn auch über die Augen wahrgenommen werden muss

Modul 3. Packaging und Design im Massenkonsum

- ◆ 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 von Ergebnissen des *Packaging* Designs sowohl aus funktionaler als auch aus ästhetischer Sicht
- ◆ Managen von Personalisierungstrends im Bereich des Designs für Marken und die Öffentlichkeit

Modul 4. 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
- ◆ Beherrschen der eigenen Rolle als Designer und Verbessern der Arbeitsbeziehungen

03

Kursleitung

Ein Team von Fachleuten aus den Bereichen Design, Wirtschaft und Kommunikation leitet dieses Programm und ist für die sorgfältige Auswahl aller Inhalte der vier Module verantwortlich. Sie werden ihre Erfahrungen und Kenntnisse weitergeben, die für ein effizientes Verpackungsdesign in den Bereichen Gourmet, Wein, Schmuck, Kosmetik und Konsumgüter unter Berücksichtigung der Lieferkette des Produkts erforderlich sind. Neben einer innovativen und effizienten Lehrmethodik verfügt der Studiengang über ein hoch qualifiziertes Dozententeam, das den Studenten die Antworten gibt, die sie zu diesem Thema benötigen.





“

Experten werden Sie während des gesamten Lernprozesses begleiten, um eine operative Vision des Designs zu entwickeln, die durch die rechtlichen Aspekte ergänzt wird, die im Umfeld des Berufs zu berücksichtigen sind"

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 "Das Muster der Ewigkeit: Schaffung einer spiralförmigen Identität für automatisierte Modetrends"
- ♦ Kommunikation, Marketing und soziale Kampagnen, Kulturerbe - Digitales Marketing
- ♦ Chefredakteurin, Chroma-Presse
- ♦ Verantwortliche für Marketing und soziale Medien, Servicecom
- ♦ Verfasserin von Webinhalten, Premium Difusión, Diario Siglo XXI und Magazine Of Managers
- ♦ Promotion in Design und Marketingdaten, Polytechnische Universität von Madrid
- ♦ Hochschulabschluss in Informationswissenschaften der Kommunikation, des Marketings und der Werbung von Madrid, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Aufbaustudium in Marketing und Kommunikation in Mode- und Luxusunternehmen, Universität Complutense von Madrid
- ♦ Zertifizierte in Datenanalyse und Kreativität mit Python in China
- ♦ Masterstudiengang in Fashion Business School, Fakultät für Mode der Universität Navarra

Professoren

Fr. Sigüenza, Eva

- ◆ Beraterin in Agenturen für Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit im Bereich *Lifestyle*
- ◆ Koordinatorin für Öffentlichkeitsarbeit in Penaira
- ◆ Beraterin für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei OmnicomPRGroup
- ◆ Kundenbetreuerin bei der Agentur TTPR
- ◆ Kundenbetreuerin bei Ogilvy Public Relations Worldwide
- ◆ Spezialistin für Kampagnen für den Luxus- und Haute Horlogerie-Sektor mit Kunden wie Panerai
- ◆ Hochschulabschluss in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, Europäische Universität von Madrid
- ◆ Masterstudiengang in Digitales Marketing und *E-Commerce* der EAE Business School

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. Macías, Lola

- ◆ Marketingberaterin und Forscherin
- ◆ Zugelassene Externe Beraterin von IVACE, Institut für Auslandsförderung der Valencianischen Gemeinschaft, in den Beratungsprogrammen zur Internationalisierung von Exportunternehmen
- ◆ Koordinatorin der Beobachtungsstelle für den Textilmarkt, Aitex
- ◆ Mehr als 20 Jahre Erfahrung auf dem Gebiet der Internationalisierung, als Exportmanagerin in Unternehmen verschiedener Branchen

- ◆ Dozentin an der Europäischen Universität von Valencia
- ◆ Dozentin an der Autonomen Universität von Barcelona
- ◆ Dozentin im Masterstudiengang *Mode, Design Management* und *Operations* an der Universität CEU-Cardenal
- ◆ Doktorandin in Marketing Universität von Valencia
- ◆ Hochschulabschluss in Betriebswirtschaft an der Universität von Valencia, Absolvierte ihr letztes Jahr an der Business School der University of Nottingham, UK
- ◆ Masterstudiengang in Management und Verwaltung von Handelsunternehmen, Institut d' Administration des Entreprises, Université Paris I. Pantheon - Sorbonne
- ◆ Masterstudiengang in *Mode, Design Management* und *Operations* Aitex, Forschungsvereinigung der Textilindustrie
- ◆ Masterstudiengang in der Lehrerausbildung für Mittel- und Oberschule und Berufsausbildung an der Katholischen Universität von Valencia

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.
- ◆ Koordinatorin 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 Universität Oberta von Katalonien
- ◆ Masterstudiengang in Marketing durch die Universität Oberta von Katalonien
- ◆ Masterstudiengang an der ISEM Fashion Business School der Universität von Navarra
- ◆ Zertifizierter *Coach* an der Europäischen Schule für *Coaching*

04

Struktur und Inhalt

Der Universitätsexperte in Verpackungslogistik besteht aus 4 Modulen mit exklusiven Inhalten, die von renommierten Dozenten ausgewählt und in verschiedenen schriftlichen und audiovisuellen Formaten angeboten werden, so dass die Fachleute auf dynamische und bequeme Weise die Werkzeuge und das Fachwissen über die neuen Trends der Produktverpackungsmodelle für bestimmte Marktsektoren erwerben können. Die Methodik basiert auf dem Relearning und ist zu 100% online, so dass die Fachleute in ihrer Weiterbildung voranschreiten können, ohne ihren derzeitigen Lebensrhythmus aufgeben zu müssen.



“

*Ihnen wird ein individuelles
Bildungsprogramm angeboten,
das von Experten geleitet wird"*

Modul 1. Packaging für Schmuck und Kosmetik

- 1.1. Die Wettbewerbsfähigkeit des Kosmetiksektors
 - 1.1.1. Die Bedürfnisse der Verbraucher von *Packaging*
 - 1.1.2. Das breite Spektrum der Kosmetikmarken
 - 1.1.3. *Packaging* Design als Differenzierungsmerkmal in der Kosmetikbranche
- 1.2. Stile im kosmetischen Design
 - 1.2.1. Feminines Design
 - 1.2.2. Maskulines Design
 - 1.2.3. *No Gender* Design
- 1.3. Das Design von Creme- und Seifenverpackungen
 - 1.3.1. Definition von Linien: rund oder eckig?
 - 1.3.2. Personalisierung der *Front*
 - 1.3.3. Kühne Muster vs. Nüchterne Muster
- 1.4. Sicherheit und Schutz von Cremes
 - 1.4.1. Konservierung von Antioxidantien
 - 1.4.2. Risiken einer schlechten Verpackung
 - 1.4.3. Opazität der Verpackung?
- 1.5. Parfüms
 - 1.5.1. Natürliche Inhaltsstoffe
 - 1.5.2. Parfümverpackung: Farbe oder Glas
 - 1.5.3. Die Struktur der Flasche
- 1.6. Das Design des *Packaging* für Make-up
 - 1.6.1. Illustration auf Lidschattenboxen
 - 1.6.2. Sonderausgaben
 - 1.6.3. Floraler Stil vs. Minimaler Stil
- 1.7. *Packaging* Trends im gesamten Verpackungsprozess
 - 1.7.1. Äußere Verpackung - Beutel
 - 1.7.2. Innere Verpackung - Schachtel
 - 1.7.3. Produktverpackung-Flasche

- 1.8. Kreatives experimentelles *Packaging*
 - 1.8.1. Das Juwel als Einzelstück
 - 1.8.2. Raffinesse und Eleganz
 - 1.8.3. Der Zauberkasten
- 1.9. Die Auswahl der Farben bei der Gestaltung von *Packaging* von Schmuckstücken
 - 1.9.1. Die klassische Palette
 - 1.9.2. Die Farbe Gold und ihre Symbolik
 - 1.9.3. Metall, ein kaltes und farbloses Material
- 1.10. Das Design von Schmuckkästchen
 - 1.10.1. Das Schneiden von Holz: Kanten und Fächer
 - 1.10.2. Futter aus Stoff oder Samt
 - 1.10.3. Das Design der Schmuckpräsentation
- 1.11. *Luxury Jewelry Packaging*
 - 1.11.1. Das *Packaging* aus Leder
 - 1.11.2. Die Verwendung von Bändern und Satin
 - 1.11.3. Der Platz für das Logo

Modul 2. Gourmet-Packaging und Weine

- 2.1. Grundlagen des *Gourmet-Packaging*
 - 2.1.1. Praktisches und ästhetisches Design
 - 2.1.2. Die Verwendung von Glas und Karton
 - 2.1.3. Die Ergonomie der Verpackung
- 2.2. Informationsarchitektur
 - 2.2.1. Priorität: ästhetisch oder funktional
 - 2.2.2. Komplementäre Werte
 - 2.2.3. Die zu übermittelnde Botschaft
- 2.3. Logo Entwurf
 - 2.3.1. Der Isotyp
 - 2.3.2. Der Isologotyp
 - 2.3.3. Das Etikett

- 2.4. Unverzichtbarer Inhalt in *Packaging* für Gourmet und Wein
 - 2.4.1. Ursprungsbezeichnung
 - 2.4.2. Beschreibung des Produkts
 - 2.4.3. Besondere Gütezeichen
- 2.5. Die Eigenschaften von Wein und Gourmetprodukten
 - 2.5.1. Die Erhaltung der Qualität
 - 2.5.2. Die Erhaltung des Geschmacks
 - 2.5.3. Präsentation
- 2.6. Persönlichkeit von Gourmet- und Weinmarken
 - 2.6.1. Familienerbe
 - 2.6.2. Inspirierende gute Zeiten
 - 2.6.3. Der Geschmackssinn tritt über die Augen ein
- 2.7. Das Etikett
 - 2.7.1. Papier-Typologie
 - 2.7.2. Eigenschaften des Papiers
 - 2.7.3. Zusätzliche Informationen (*In Focus*: Die Verwendung von Recyclingpapier auf Etiketten)
- 2.8. Kork
 - 2.8.1. Die Qualität des Korkstopfens
 - 2.8.2. Naturkork, *Twin-Top*, agglomeriert und gefüllt
 - 2.8.3. Druck auf den Korken (*Procork*, *T-Cork*, *Cava* oder *Multipiece*)
- 2.9. Glas
 - 2.9.1. Gussformen und Formen für Glas
 - 2.9.2. Höhe und Farbe der Flasche
 - 2.9.3. Das Design der Schutzverschlusskapseln
- 2.10. Gourmet-*Packaging*
 - 2.10.1. Das Produkt auf einen Blick
 - 2.10.2. Klare, lesbare und ordentliche Beschriftung
 - 2.10.3. Frische entwerfen

Modul 3. Packaging und Design im Massenkonsum

- 3.1. Transparenz bei Lebensmittel-*Packaging*
 - 3.1.1. Gesundheit verpacken
 - 3.1.2. Lebensmittelverpackungen aus Kunststoff und biologisch abbaubare Materialien
 - 3.1.3. Polymere
- 3.2. Neue Lebensmittelverpackungen
 - 3.2.1. Biopolymere
 - 3.2.2. Organische Säuren
 - 3.2.3. Gas- und Temperaturanzeige
- 3.3. Nano *Packaging*
 - 3.3.1. Nanopartikel
 - 3.3.2. Nanomaterialien
 - 3.3.3. Nanoemulsionen
- 3.4. Die Gegenwart des Massenkonsum-*Packaging*
 - 3.4.1. *Active Packaging*
 - 3.4.2. *Intelligent Packaging*
 - 3.4.3. *Smart Packaging*
- 3.5. Massenproduktion
 - 3.5.1. *Packaging* und Vertrieb
 - 3.5.2. Primärverpackung
 - 3.5.3. Sekundärverpackung (Fall: Kellogg's Schachteln)
- 3.6. Das Auftreten des Massenkonsums
 - 3.6.1. Lebensmittel-Fotografie
 - 3.6.2. Anschauliche Illustrationen
 - 3.6.3. Effizientes Design
- 3.7. Interaktives *Packaging*
 - 3.7.1. Die Funktionalität eines interaktiven *Packagings*
 - 3.7.2. Arten von interaktivem *Packaging*
 - 3.7.3. Interaktive Beziehungen

- 3.8. Design von Lebensmittelverpackungen
 - 3.8.1. Form und Größe
 - 3.8.2. Frische oder verarbeitete Lebensmittel
 - 3.8.3. Design in der Produktetikettierung
- 3.9. Kommerzielles *Packaging*
 - 3.9.1. *From Common to Premium*
 - 3.9.2. Funktionelles Design mit *Twist*
 - 3.9.3. Massenanpassung
- 3.10. Bewertung des *Packaging*-Designs
 - 3.10.1. Ist es klar, was das Produkt ist?
 - 3.10.2. Ist es eine ehrliche Darstellung des Produkts?
 - 3.10.3. Wie wird das Produkt im Laden oder in 3D aussehen?
 - 3.10.4. Vielseitigkeit

Modul 4. Operative Entwicklung des Packaging

- 4.1. Die Wertschöpfungskette des *Packaging*
 - 4.1.1. Der Lebenszyklus eines "Wrappers"
 - 4.1.2. Funktionalität
 - 4.1.3. Die Rolle des Designs in der Lieferkette
- 4.2. *Stock Packaging*
 - 4.2.1. Lagerung
 - 4.2.2. Verteilung: Verfolgung und Rückverfolgung
 - 4.2.3. Integration der Operationalität in das Design
- 4.3. Der *Retail* und der *E-Commerce*
 - 4.3.1. Die neue Realität des *Packaging* in Geschäften
 - 4.3.2. *Concept Stores*
 - 4.3.3. Gestaltung von Paketen für die Hauszustellung (*In Focus*: Standardisierung vs. Personalisierung)
- 4.4. Industrielles *Packaging*
 - 4.4.1. Kostenanalyse
 - 4.4.2. Die Grenzen des *Packaging* Design
 - 4.4.3. Bewertung des *Packaging* Prozesses





- 4.5. Innovation im *Packaging* Design
 - 4.5.1. Die Entwicklung des Verpackungskonzepts
 - 4.5.2. Die Qualität des *Packaging*
 - 4.5.3. Die Verwaltung von Sendungen im Online-Kanal
- 4.6. Strategie des *Packaging*
 - 4.6.1. Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackung im System des *Packaging*
 - 4.6.2. Der Produkthersteller und der Designer des *Packagings*
 - 4.6.3. *Decision Making*
- 4.7. Konzeptentwicklung
 - 4.7.1. *OKR Technique (Objectives and Key Results)*
 - 4.7.2. *Framing Techniques*
 - 4.7.3. *Canvas Technique*
- 4.8. Das Designprodukt
 - 4.8.1. Prototyping (*Story Map + Live Data*)
 - 4.8.2. Testen (*Concierge Test + Benutzerfreundlichkeit/Zuverlässigkeit/Verhalten*)
 - 4.8.3. Bewertung
- 4.9. Rechtliche und regulatorische Aspekte
 - 4.9.1. Geistiges Eigentum
 - 4.9.2. Fälschung
 - 4.9.3. Vertraulichkeit
- 4.10. Der Beruf des *Packaging*-Designers
 - 4.10.1. *Stakeholders*
 - 4.10.2. Arbeitsumfeld
 - 4.10.3. Arbeitsbeziehungen mit Kunden

05 Methodik

Dieses Fortbildungsprogramm bietet eine andere Art des Lernens. Unsere Methodik wird durch eine zyklische Lernmethode entwickelt: **das Relearning**.

Dieses Lehrsystem wird z. B. an den renommiertesten medizinischen Fakultäten der Welt angewandt und wird von wichtigen Publikationen wie dem **New England Journal of Medicine** als eines der effektivsten angesehen.



“

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

Fallstudie zur Kontextualisierung aller Inhalte

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

“

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



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



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

Eine innovative und andersartige Lernmethode

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

“ *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 die Jurastudenten das Recht nicht nur anhand theoretischer Inhalte erlernen, sondern ihnen reale, komplexe Situationen vorlegen, damit sie fundierte Entscheidungen treffen und Werturteile darüber fällen können, wie diese zu lösen sind. Sie wurde 1924 als Standardlehrmethode in Harvard eingeführt.

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

Relearning Methodik

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

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

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

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

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

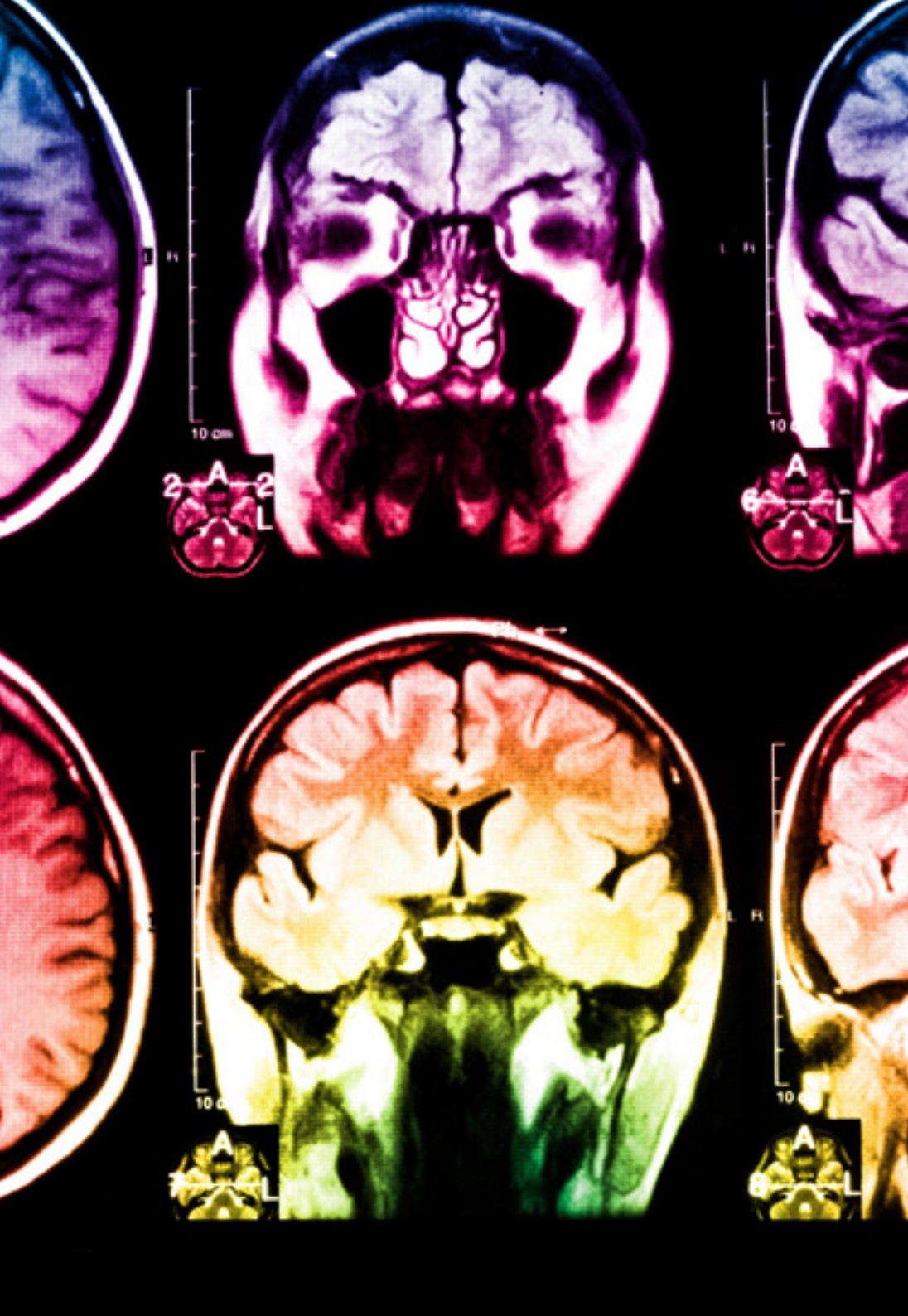


In unserem Programm ist das Lernen kein linearer Prozess, sondern erfolgt in einer Spirale (lernen, verlernen, vergessen und neu lernen). Daher wird jedes dieser Elemente konzentrisch kombiniert. Mit dieser Methode wurden mehr als 650.000 Hochschulabsolventen mit beispiellosem Erfolg in so unterschiedlichen Bereichen wie Biochemie, Genetik, Chirurgie, internationales Recht, Managementfähigkeiten, Sportwissenschaft, Philosophie, Recht, Ingenieurwesen, Journalismus, Geschichte, Finanzmärkte und -Instrumente ausgebildet. Dies alles in einem sehr anspruchsvollen Umfeld mit einer Studentenschaft mit hohem sozioökonomischem Profil und einem Durchschnittsalter von 43,5 Jahren.

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

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

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



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



Studienmaterial

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

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



Meisterklassen

Die Nützlichkeit der Expertenbeobachtung ist wissenschaftlich belegt.

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



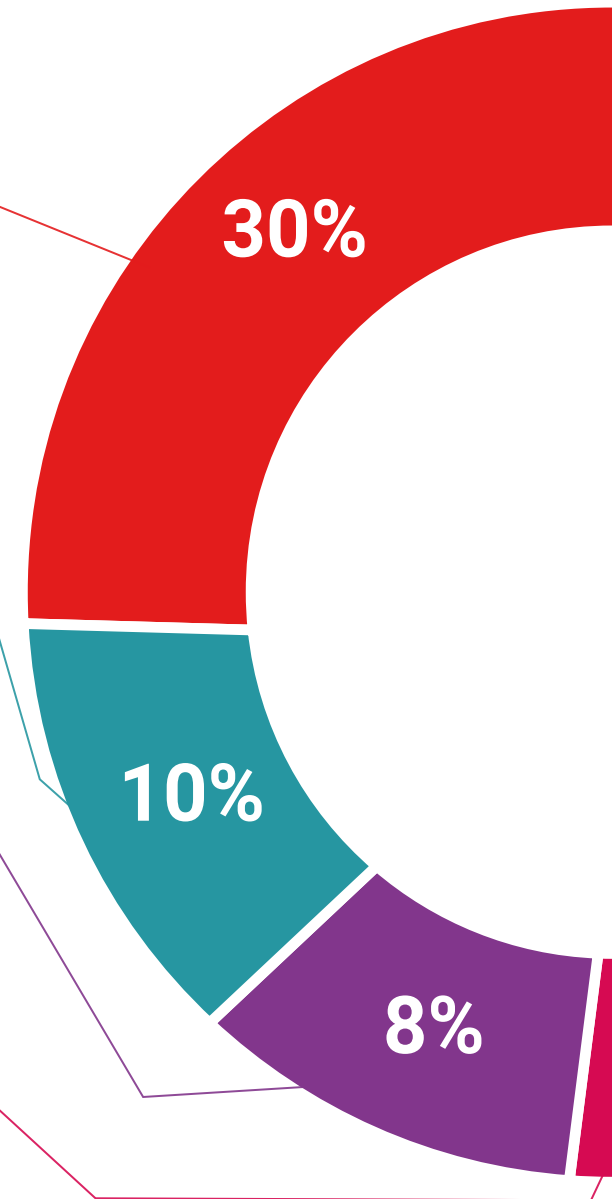
Fertigkeiten und Kompetenzen Praktiken

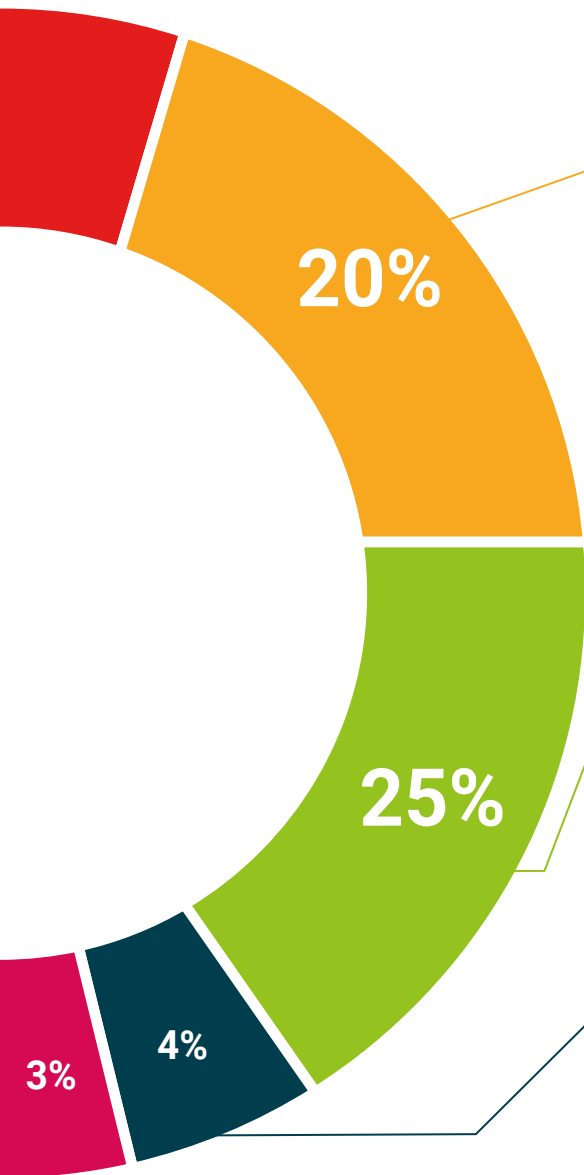
Sie werden Aktivitäten durchführen, um spezifische Kompetenzen und Fertigkeiten in jedem Fachbereich zu entwickeln. Praktiken und Dynamiken zum Erwerb und zur Entwicklung der Fähigkeiten und Fertigkeiten, die ein Spezialist im Rahmen der Globalisierung, in der wir leben, entwickeln muss.



Weitere Lektüren

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





Fallstudien

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



Interaktive Zusammenfassungen

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

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



Prüfung und Nachprüfung

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



06

Qualifizierung

Der Universitätsexperte in Verpackungslogistik 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 **Universitätsexperte in Verpackungslogistik** enthält das vollständigste und aktuellste Programm auf dem Markt.

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

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

Titel: **Universitätsexperte in Verpackungslogistik**

Anzahl der offiziellen Arbeitsstunden: **600 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 institut
virtuelles Klassenzimmer

tech technologische
universität

Universitätsexperte
Verpackungslogistik

- » Modalität: online
- » Dauer: 6 Monate
- » Qualifizierung: TECH Technologische Universität
- » Zeitplan: in Ihrem eigenen Tempo
- » Prüfungen: online

Universitätsexperte Verpackungslogistik

