

Master Semipresenziale

Product Design





Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Perché iscriversi a questo
Master Semipresenziale?

pag. 8

03

Obiettivi

pag. 12

04

Competenze

pag. 18

05

Strutturazione
del programma

pag. 22

06

Tirocinio

pag. 34

07

Dove posso svolgere il
Tirocinio?

pag. 40

08

Metodologia

pag. 44

09

Titolo

pag. 52

01 Presentazione

Lo sviluppo delle vendite su Internet ha aumentato l'importanza di un buon product design. Oggi esiste un mercato fisico e digitale caratterizzato dalla concorrenza tra le società di commercio di oggetti. In questo campo, a fare la differenza sono quelli che, oltre a offrire qualità e usabilità, curano la propria immagine e adattano il proprio aspetto alle esigenze del settore. Ecco perché il product designer è diventato una professione apprezzata. Tutto ciò che gli studenti hanno bisogno di sapere su questa materia può essere trovato in un programma completo in cui sono raggruppati i contenuti teorici più aggiornati. Inoltre, è supportato da un tirocinio di prima classe in una prestigiosa azienda internazionale, dove lo studente si confronterà con i migliori specialisti del Product Design.



“ Se cerchi una qualifica che ti offra i migliori contenuti teorici e la garanzia di uno tirocinio presso un'azienda leader nel settore del Design e del Marketing, questa è la migliore opportunità”

La storia del marketing ha dimostrato che, in molte occasioni, avere un prodotto di qualità che soddisfa le aspettative per cui è stato creato non è sufficiente se non è stato progettato con cura. Grandi multinazionali come LG, Apple, Coca Cola o McDonald's sono state costrette a ritirare i loro prodotti dal mercato a causa del rifiuto pubblico del messaggio trasmesso o del fallimento del progetto. La cura del Branding, associata a una buona strategia di Marketing e a un design ottimale basato sulle tendenze attuali della società, è essenziale se si vuole avere successo.

Inoltre, lo sviluppo del commercio online, in cui il cliente può vedere solo un'immagine, ha incoraggiato la necessità di curarla, privilegiando la creatività e il gusto rispetto all'usabilità stessa. Qualsiasi professionista che voglia avere successo in questo settore deve esserne consapevole e rendersi conto che è necessario essere preparati e conoscere nel dettaglio i vantaggi di questo campo. Per questo motivo, TECH ha deciso di creare questo Master Semipresenziale in Product Design, un programma multidisciplinare che fornirà una conoscenza ampia e completa dello stato attuale in questo settore.

Si tratta di un programma della durata di 12 mesi in cui lo studente avrà inizialmente accesso a 1500 ore dei migliori contenuti teorici e aggiuntivi 100% online. In questa sezione lavorerà sui fondamenti del design e della creatività, sulla tecnologia digitale, sul Marketing, sui dettagli dell'immagine aziendale e sul design per la produzione, la sostenibilità e i materiali migliori per ogni progetto.

Una volta superato il programma di studi, si avrà l'opportunità di svolgere un tirocinio di 120 ore presso un'azienda leader nel settore del Digital Marketing e del Design. È possibile partecipare attivamente a progetti moderni e all'avanguardia, utilizzare gli strumenti più sofisticati e affinare le proprie capacità e competenze professionali sotto la guida di specialisti. Si tratta quindi di un'opportunità unica per aggiungere al CV un'esperienza accademica unica che aiuterà a distinguersi in qualsiasi processo di reclutamento.

Questo **Master Semipresenziale in Product Design** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- Sviluppo di oltre 100 casi di studio presentati da professionisti del design e professori universitari con una vasta esperienza nell'industria creativa
- Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- Utilizzo degli strumenti più sofisticati del settore, con particolare attenzione alla padronanza delle strategie più all'avanguardia e delle tecniche di maggior successo
- Analisi e discussione di esempi reali tratti dalla pratica quotidiana per la comprensione di nuovi materiali fattibili per il Product Design
- Valutazione dei processi di ideazione, creatività e sperimentazione nel Product Design e saperli applicare a diversi progetti
- Guide pratiche per sviluppare una visione globale del design di packaging ed etichette, intendendolo come un'attività in cui si devono prendere in considerazione molti fattori, dal prodotto che accompagna al suo contesto fisico e socio-economico
- Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- Possibilità di svolgere un tirocinio presso un'azienda leader del settore

“

Il piano di studi è stato progettato da un team di esperti di design sulla base delle attuali tendenze del mercato e delle più recenti informazioni del settore"

In questa proposta di Master Semipresenziale, il programma è rivolto all'aggiornamento dei professionisti del design che necessitano di un alto livello di qualifica. I contenuti sono basati sulle più recenti evidenze del settore e orientati in modo didattico a integrare le conoscenze teoriche nella pratica creativa; gli elementi teorico-pratici faciliteranno l'aggiornamento delle conoscenze e consentiranno di prendere decisioni nella creazione, gestione, partecipazione e direzione di progetti.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale. La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Approfondirai la cura dell'immagine aziendale grazie alle tecniche comunicative di Branding e alle strategie più efficaci per ottenere gli obiettivi prefissati.

Avrai accesso a tutti i contenuti teorici e aggiuntivi fin dall'inizio del corso e potrai scaricarli su qualsiasi dispositivo dotato di connessione Internet, in modo da poterli consultare ogni volta che ne avrai bisogno.



02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Nel settore del Product Design le tendenze si rinnovano continuamente. Allo stesso tempo, non è sufficiente padroneggiare le considerazioni teoriche di questo quadro professionale. Richiede infatti una conoscenza pratica che dimostri scioltezza e abilità nell'uso di strumenti creativi complessi. In questo contesto, TECH ha sviluppato questo programma che combina lo studio didattico con un tirocinio presso grandi e prestigiosi centri. Grazie a questa qualifica, gli studenti raggiungono un elevato livello di padronanza delle tecnologie a loro disposizione e delle loro applicazioni più innovative. In questo modo potranno accedere a lavori sempre più competitivi e impegnativi.

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale? | 09 **tech**

“

Questo Master Semipresenziale è un'opportunità di apprendimento unica in cui TECH organizzerà un tirocinio che amplierà le tue esperienze e arricchirà il tuo CV personale"

1 Aggiornare le proprie conoscenze sulla base delle più recenti tecnologie disponibili

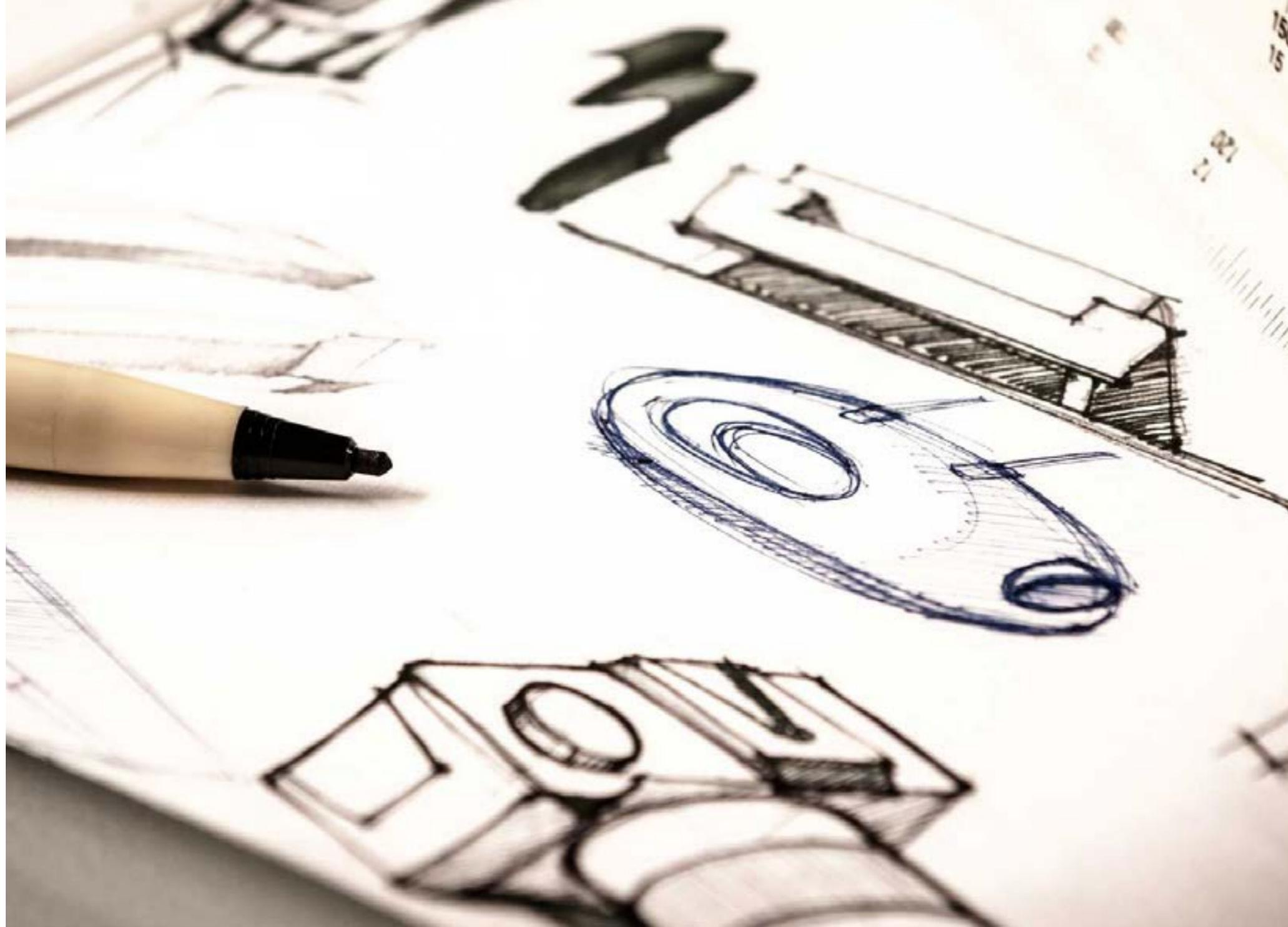
Con l'aiuto di questo tirocinio, gli studenti padroneggeranno lo sviluppo di prodotti ibridi, in cui vengono collegati diversi stili creativi. Si specializzeranno inoltre nella ricerca della multifunzionalità e delle tecnologie e degli strumenti produttivi che ne facilitano l'attuazione. Il piano di studi li aiuterà anche a conoscere le interfacce e le tecniche specifiche per gestirle.

2 Approfondire nuove competenze grazie all'esperienza dei migliori specialisti

Questo programma di studio offre agli studenti un supporto personalizzato in due fasi distinte. Nella prima, un personale docente composto da insegnanti esperti interagirà con loro per chiarire dubbi e concetti di interesse. La seconda fase, dedicata al tirocinio, sarà supportata da un tutor incaricato che si occuperà di integrare lo studente nei diversi progetti e nelle routine produttive dell'azienda in cui si trova.

3 Accedere ad ambienti di eccellenza nel Product Design

L'accurata selezione dei centri in cui si svolge il tirocinio di questa qualifica è stata una priorità per TECH. Grazie a questo, gli studenti potranno entrare in istituti in cui l'uso di risorse tecnologiche, considerate le più aggiornate del mercato, è una priorità. Allo stesso tempo, potranno testare i requisiti di un'area professionale considerata come una delle più rigorose ed esaustive nel campo del design.



4 Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Questo programma offre 1.500 ore di preparazione per la padronanza teorica del settore del Product Design. Allo stesso tempo, gli studenti potranno applicare quanto appreso in un tirocinio della durata di 3 settimane. In questo modo, saranno in grado di realizzare le competenze in maniera molto più rapida e flessibile.

5 Ampliare le frontiere della conoscenza

Questo Master Semipresenziale è unico nel suo genere nel mercato dell'istruzione, in quanto consente agli studenti di accedere a centri selezionati dedicati al Product Design e di dialogare grazie ai migliori professionisti del settore. Questo è possibile grazie ai conveni e ai contatti di cui TECH dispone, essendo la più grande università digitale del mondo.

“Avrai l'opportunità svolgere il tirocinio presso un centro di tua scelta”

03 Obiettivi

Le esigenze del mercato odierno richiedono la presenza di professionisti del design che padroneggino il lavoro creativo del prodotto adattato alle tendenze della società. Per questo motivo, TECH ha ritenuto necessario creare questo programma multidisciplinare, il cui obiettivo è quello di guidare agli studenti nella loro professionalizzazione e nel miglioramento delle loro competenze. Per questo motivo, fornirà gli strumenti accademici più recenti, che daranno una conoscenza completa che lo studente potrà sviluppare durante il suo tirocinio.

A man in a blue shirt is focused on his work, looking down at a precision tool or microscope in a laboratory or workshop setting. The background is blurred, showing shelves and equipment. The image is framed by a large teal and white geometric shape.

“Padroneggerai la tecnologia digitale associata alle immagini digitali e vettoriali, gestendo i programmi più sofisticati e complessi del settore del Design”



Obiettivo generale

- L'obiettivo principale di questo programma è che lo studente comprenda il processo creativo, analitico e di studio per realizzare qualsiasi tipo di progetto di design. Per questo motivo, verrà data particolare enfasi alle strategie di mercato e alla loro applicazione nei processi di comunicazione e Marketing, nonché al loro sviluppo. Inoltre, questo programma si propone di introdurre il designer ai concetti fondamentali che fanno parte della politica di comunicazione di un'organizzazione: la sua identità, la sua cultura, la sua immagine, il suo brand, la sua reputazione e la sua responsabilità sociale. Al termine del tirocinio, gli studenti apprenderanno in dettaglio le basi e i vantaggi del design, nonché i riferimenti, gli stili e i movimenti che lo hanno plasmato dalle origini ai giorni nostri



Un packaging interessante è essenziale. Pertanto, questo programma prevede un modulo specificamente dedicato alla progettazione di Packaging ed etichette"



Obiettivi specifici

Modulo 1 Fondamenti di Design

- Connettere e relazionare le varie aree del design, i campi di applicazione e le branche professionali
- Conoscere i processi di ideazione, creatività e sperimentazione e saperli applicare ai progetti
- Integrare il linguaggio e la semantica nei processi di ideazione di un progetto, relazionandoli con i suoi obiettivi e valori d'utilizzo

Modulo 2 I fondamenti della creatività

- Saper sintetizzare i propri interessi, attraverso l'osservazione e il pensiero critico, traducendoli in creazioni artistiche
- Superare la paura del blocco artistico e utilizzare le tecniche per combatterlo
- Indagare sé stessi, il proprio spazio emozionale e l'ambiente circostante in modo da effettuare un'analisi di questi elementi per utilizzarli a favore della propria creatività

Modulo 3 Tecnologia digitale

- Padroneggiare il vocabolario, le metodologie e i contenuti teorici e pratici in merito all'immagine digitale
- Padroneggiare il vocabolario, le metodologie e i contenuti teorici e pratici in merito all'immagine vettoriale

Modulo 4 Fondamenti di Marketing

- Comprendere il ruolo centrale della comunicazione in un'epoca storica definita dai paradigmi della società dell'informazione e della conoscenza
- Comprendere i processi comunicativi in tutte le loro manifestazioni sociali (interpersonali, di gruppo e mediatiche)
- Analizzare i diversi approcci disciplinari e teorici alla comunicazione
- Comprendere il vocabolario adatto al linguaggio di base del Marketing e della comunicazione
- Conoscere le caratteristiche dei social media e la loro differenza con i mass media, nonché le loro implicazioni e i cambiamenti che hanno generato nel marketing e nel design management

Modulo 5 Immagine aziendale

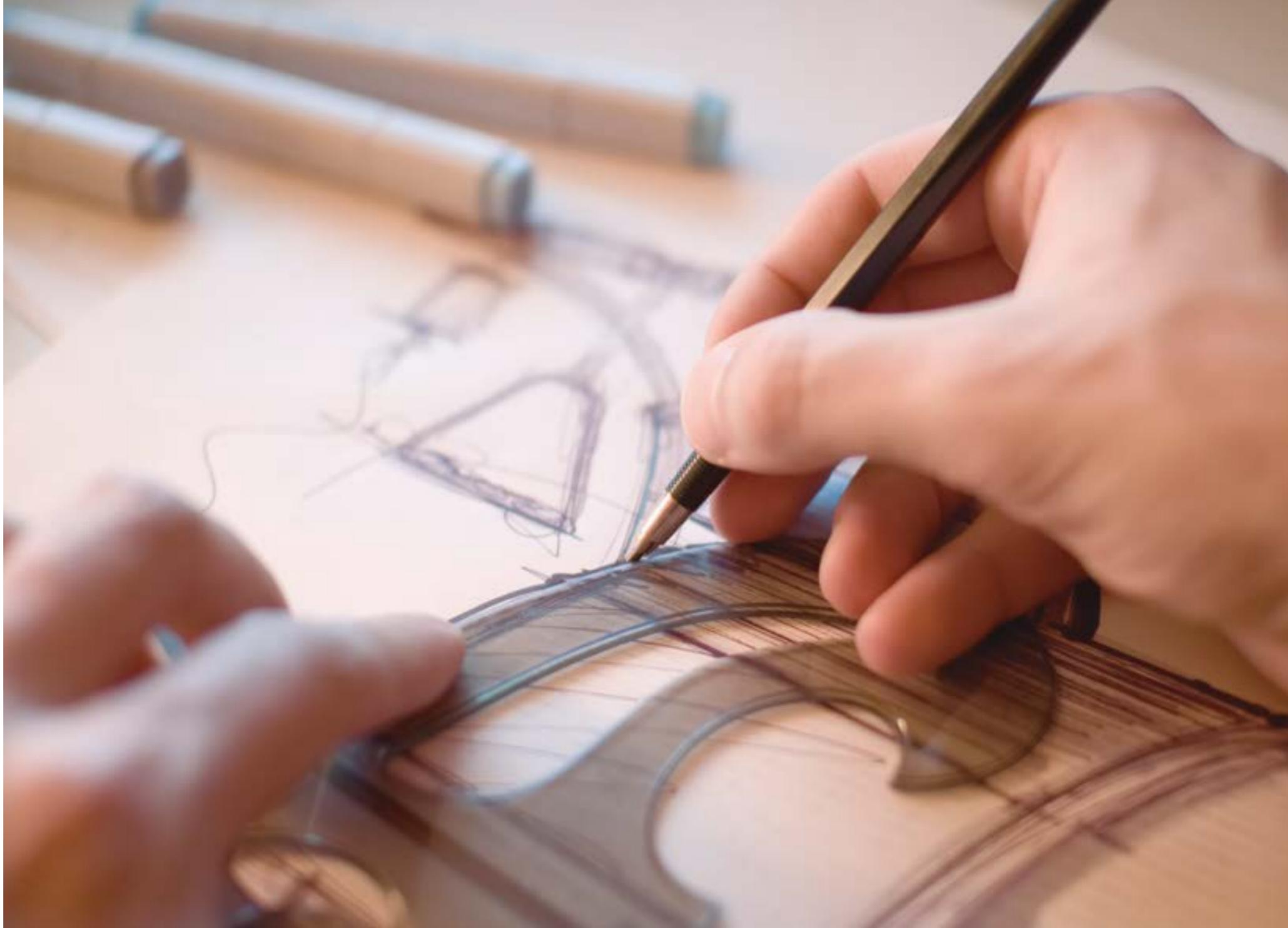
- Comprendere quali sono le aree strategiche che deve gestire un responsabile grafico nel processo comunicativo dell'identità grafica e visiva dei brand

Modulo 6 Design per la fabbricazione

- Raggiungere un livello sufficiente di conoscenza degli obiettivi e delle tecniche specifiche dell'area di produzione
- Analizzare la produzione da una prospettiva strategica

Modulo 7 Materiali

- Analizzare e valutare i materiali utilizzati in ingegneria in base alle loro proprietà
- Conoscere, analizzare e valutare i processi di corrosione e degrado dei materiali
- Valutare e analizzare le diverse tecniche di collaudo non distruttive dei materiali

**Modulo 8 Design sostenibile**

- Riconoscere l'ambiente della sostenibilità e il contesto ambientale
- Conoscere i principali strumenti di valutazione dell'impatto ambientale
- Riconoscere l'importanza della sostenibilità nel design
- Conoscere le normative ambientali vigenti in fase di progettazione
- Essere in grado di sviluppare una strategia di product design sostenibile

Modulo 9 Materiali di design

- Lavorare con i materiali più idonei in ogni caso, nel campo del product design
- Spiegare e descrivere le principali famiglie di materiali: la loro fabbricazione, i tipi, le proprietà, ecc.
- Avere criterio nell'identificare e selezionare, sulla base di un Briefing, le diverse gamme di materiali

Modulo 10 Packaging Design

- Promuovere negli studenti la visione globale del design di confezioni, imballaggi ed etichette, intendendolo come un'attività in cui si devono prendere in considerazione molti fattori, a partire dal prodotto che accompagna al suo contesto fisico e socio-economico
- Istruire gli studenti, attraverso la pratica, sulle competenze per lo sviluppo professionale di progetti di design di confezionamento, packaging ed etichettatura

04 Competenze

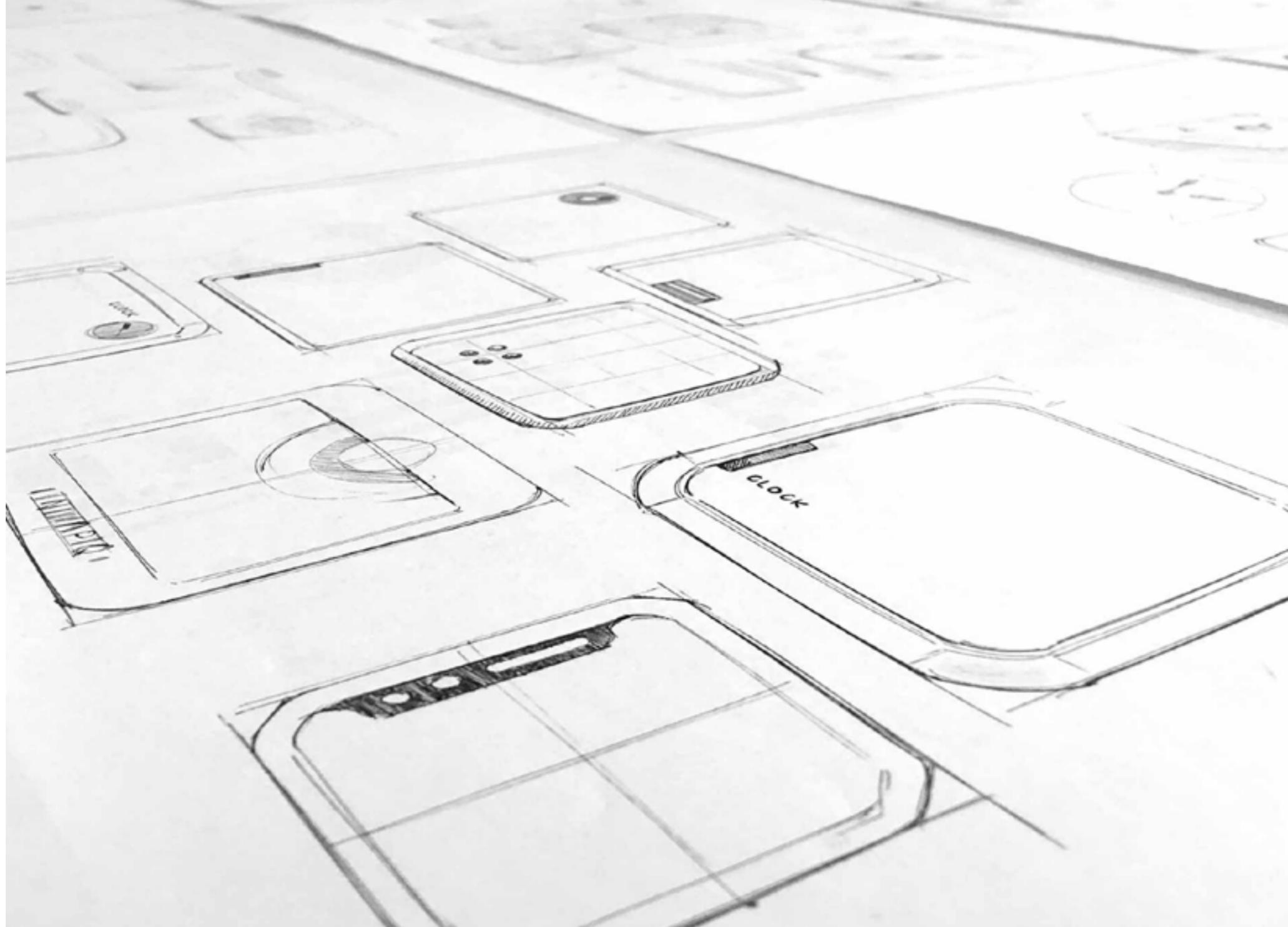
Oltre a servire da guida per ampliare e aggiornare le proprie conoscenze, questo Master Semipresenziale ha l'obiettivo di fornire agli studenti l'opportunità di perfezionare le proprie competenze professionali. Per questo motivo, durante la qualifica, lo specialista lavorerà sulle proprie capacità e attitudini creative, ampliando le tecniche e le strategie della propria prassi e implementando i concetti più innovativi legati al product design.

“ Studierai casi di successo e di fallimento, in modo da poter trarre da ciascuno di essi conclusioni che ti aiuteranno a stabilire le tue strategie”



Competenze generali

- Pianificare, sviluppare e presentare produzioni artistiche in modo appropriato, utilizzando strategie di produzione efficaci e i propri contributi creativi
- Padroneggiare i software di editing e modifica delle immagini e sviluppare le competenze necessarie per utilizzarli
- Conoscere gli strumenti e le strategie teoriche e pratiche che agevolano la comunicazione aziendale e istituzionale nelle organizzazioni di ogni tipo
- Saper selezionare in maniera corretta un metodo per organizzare le informazioni e la comunicazione per il buon uso di un marchio
- Ricercare e identificare gli elementi più significativi dell'azienda-cliente, nonché le sue esigenze per la creazione di strategie e messaggi per la comunicazione
- Identificare gli stadi e le fasi di produzione di un progetto
- Conoscere i principi dei nanomateriali
- Acquisire padronanza delle tecniche, delle modalità, dei processi e delle tendenze del confezionamento, dell'etichettatura nonché delle loro applicazioni industriali



Competenze specifiche

- Padroneggiare il software di design vettoriale e sviluppare le competenze necessarie per utilizzarlo
- Utilizzare il software di design editoriale e sviluppare le competenze per creare il proprio lavoro artistico finale
- Conoscere le strategie di coordinamento tra gli aspetti di creazione del prodotto, la produzione e le funzioni di commercializzazione, marketing e comunicazione
- Analizzare e valutare i materiali metallici, ferrosi e non
- Analizzare e valutare i materiali polimerici, di ceramica o composti
- Analizzare e valutare i materiali utilizzati nella fabbricazione additiva
- Sviluppare un sistema regolamentato di standard grafici di base fondato su elementi di identità visiva/branding
- Scegliere tra un'ampia gamma di prodotti quando si sviluppa una proposta di design per la produzione di massa
- Decidere i materiali più adatti per la realizzazione di modelli o prototipi

Strutturazione del programma

TECH prepara tutte le sue qualifiche sulla base degli ultimi sviluppi del settore in cui la qualifica viene sviluppata e seguendo i criteri professionali di esperti attivi. In questo modo è possibile mettere insieme programmi dinamici, aggiornati e altamente didattici, che sono accompagnati da centinaia di ore di materiale aggiuntivo mediante diversi formati: video dettagliati, riassunti dinamici delle unità, articoli di ricerca e ulteriori letture. In questo modo, lo studente ha la possibilità di contestualizzare le informazioni e di approfondire in modo personalizzato gli aspetti di maggiore interesse.

“

Grazie a questo programma imparerai in dettaglio i criteri da tenere in considerazione quando sviluppi una proposta di design per la produzione in serie”

Modulo 1. Fondamenti di Design

- 1.1. Storia del design
 - 1.1.1. La Rivoluzione Industriale
 - 1.1.2. Le fasi del Design
 - 1.1.3. Architettura
 - 1.1.4. La Scuola di Chicago
- 1.2. Stili e movimenti del Design
 - 1.2.1. Design decorativo
 - 1.2.2. Movimento Modernista
 - 1.2.3. Art Déco
 - 1.2.4. Disegno industriale
 - 1.2.5. La Bauhaus
 - 1.2.6. La II Guerra Mondiale
 - 1.2.7. Le Transvanguardie
 - 1.2.8. Design Contemporaneo
- 1.3. Designer e tendenze
 - 1.3.1. Interior Designer
 - 1.3.2. Graphic Designer
 - 1.3.3. Designer industriali o dei prodotti
 - 1.3.4. Design della moda
- 1.4. Metodologie progettuali del Design
 - 1.4.1. Bruno Munari
 - 1.4.2. Gui Bonsiepe
 - 1.4.3. J. Christopher Jones
 - 1.4.4. L. Bruce Archer
 - 1.4.5. Guillermo González Ruiz
 - 1.4.6. Jorge Frascara
 - 1.4.7. Bernd Löbach
 - 1.4.8. Joan Costa
 - 1.4.9. Norberto Chaves
- 1.5. Il linguaggio del Design
 - 1.5.1. Gli oggetti e il soggetto
 - 1.5.2. Semiotica degli oggetti
 - 1.5.3. La disposizione degli oggetti e la sua connotazione
 - 1.5.4. La Globalizzazione dei segni
 - 1.5.5. Proposta
- 1.6. Il Design e la sua dimensione estetico-formale
 - 1.6.1. Elementi visivi
 - 1.6.1.1. La forma
 - 1.6.1.2. La misura
 - 1.6.1.3. Il colore
 - 1.6.1.4. La texture
 - 1.6.2. Elementi di relazione
 - 1.6.2.1. Direzione
 - 1.6.2.2. Posizione
 - 1.6.2.3. Spazio
 - 1.6.2.4. Gravità
 - 1.6.3. Elementi pratici
 - 1.6.3.1. Rappresentazione
 - 1.6.3.2. Significato
 - 1.6.3.3. Funzione
 - 1.6.4. Quadro di riferimento
- 1.7. Metodi analitici del Design
 - 1.7.1. Design pragmatico
 - 1.7.2. Design analogico
 - 1.7.3. Design iconico
 - 1.7.4. Design canonico
 - 1.7.5. Principali autori e la loro metodologia

- 1.8. Design e semantica
 - 1.8.1. Semantica
 - 1.8.2. Significato
 - 1.8.3. Significato denotativo e significato connotativo
 - 1.8.4. Il lessico
 - 1.8.5. Campo lessicale e famiglia lessicale
 - 1.8.6. Le relazioni semantiche
 - 1.8.7. Il cambiamento semantico
 - 1.8.8. Cause dei cambiamenti semantici
- 1.9. Design e pragmatica
 - 1.9.1. Conseguenze pratiche, abduzione e semiotica
 - 1.9.2. Mediazione, corpo ed emozioni
 - 1.9.3. Apprendimento, esperienza e chiusura
 - 1.9.4. Identità, relazioni sociali e oggetti
- 1.10. Contesto attuale del Design
 - 1.10.1. Problemi attuali del Design
 - 1.10.2. I temi attuali del Design
 - 1.10.3. Contributi alla Metodologia

Modulo 2. I fondamenti della creatività

- 2.1. Introduzione creativa
 - 2.1.1. Lo stile nell'arte
 - 2.1.2. Educa il tuo sguardo
 - 2.1.3. Chiunque può essere creativo?
 - 2.1.4. I linguaggi pittorici
 - 2.1.5. Di cosa ho bisogno? Materiali
- 2.2. La percezione come primo atto creativo
 - 2.2.1. Cosa vedi? Cosa ascolti? Cosa senti?
 - 2.2.2. Percepisci, osserva, esamina attentamente
 - 2.2.3. Il ritratto e l'autoritratto: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Caso pratico: Fotodialogo Immergendosi dentro sé stessi
- 2.3. Affrontare il foglio bianco
 - 2.3.1. Disegnare senza paura
 - 2.3.2. Il quaderno come strumento
 - 2.3.3. Il libro dell'Artista, che cos'è?
 - 2.3.4. Riferimenti
- 2.4. Creando il nostro Libro di Artista I
 - 2.4.1. Analisi e gioco: matite e pennarelli
 - 2.4.2. Trucchi per sciogliere la mano
 - 2.4.3. Prime linee
 - 2.4.4. Il pennino
- 2.5. Creando il nostro Libro di Artista II
 - 2.5.1. La macchia
 - 2.5.2. Colori a cera Sperimentazione
 - 2.5.3. Pigmenti naturali
- 2.6. Creando il nostro Libro di Artista III
 - 2.6.1. Collage e fotomontaggio
 - 2.6.2. Strumenti tradizionali
 - 2.6.3. Strumenti online: Pinterest
 - 2.6.4. Sperimentazione con la composizione di immagini
- 2.7. Operare senza riflettere
 - 2.7.1. Che cosa si raggiunge operando senza riflettere?
 - 2.7.2. Improvvisare: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Action Painting*
- 2.8. Il critico come artista
 - 2.8.1. La critica costruttiva
 - 2.8.2. Manifesto sulla critica creativa
- 2.9. Il blocco creativo
 - 2.9.1. Che cos'è il blocco?
 - 2.9.2. Espandi i tuoi limiti
 - 2.9.3. Caso pratico: sporcarsi le mani
- 2.10. Studio del Libro dell'Artista
 - 2.10.1. Le emozioni e la loro gestione nell'ambito creativo
 - 2.10.2. Il tuo mondo in un quaderno
 - 2.10.3. Che cos'ho sentito? Autoanalisi
 - 2.10.4. Caso pratico: critica a me stesso

Modulo 3. Tecnologia digitale

- 3.1. Introduzione all'imaging digitale
 - 3.1.1. Le TIC
 - 3.1.2. Descrizione delle tecnologie
 - 3.1.3. Comandi
- 3.2. Immagine vettoriale Lavorare con oggetti
 - 3.2.1. Strumenti di scelta
 - 3.2.2. Raggruppamento
 - 3.2.3. Allineare e distribuire
 - 3.2.4. Guide Intelligenti
 - 3.2.5. Simboli
 - 3.2.6. Trasformare
 - 3.2.7. Distorsione
 - 3.2.8. Involucri
 - 3.2.9. Pathfinder
 - 3.2.10. Forme composte
 - 3.2.11. Tracciati composti
 - 3.2.12. Tagliare, dividere e separare
- 3.3. Immagine Vettoriale. Colore
 - 3.3.1. Modi di colore
 - 3.3.2. Strumento contagocce
 - 3.3.3. Campioni
 - 3.3.4. Gradienti
 - 3.3.5. Riempimento
 - 3.3.6. Pannello delle apparenze
 - 3.3.7. Attributi
- 3.4. Immagine vettoriale e Editing avanzato
 - 3.4.1. Gradiente di maglia
 - 3.4.2. Pannello di trasparenza
 - 3.4.3. Modi di fusione
 - 3.4.4. Tracciamento interattivo
 - 3.4.5. Maschere di ritaglio
 - 3.4.6. Testo



- 3.5. Immagine e Mappa di Bits I: livelli
 - 3.5.1. Creazione
 - 3.5.2. Collegamento
 - 3.5.3. Trasformazione
 - 3.5.4. Raggruppamento
 - 3.5.5. Livelli di regolazione
- 3.6. Immagine e Mappa di Bits II: selezioni, maschere e canali
 - 3.6.1. Strumento di selezione diretta
 - 3.6.2. Strumento di selezione lazo
 - 3.6.3. Strumento bacchetta magica
 - 3.6.4. Menù selezione Gamma di colori
 - 3.6.5. Canali
 - 3.6.6. Ritocco di maschere
 - 3.6.7. Maschere di ritaglio
 - 3.6.8. Maschere vettoriali
- 3.7. Immagine e Mappa di Bits III: modi di fusione e stili di livelli
 - 3.7.1. Stili dei livelli forma
 - 3.7.2. Opacità
 - 3.7.3. Opzioni di stili di livelli
 - 3.7.4. Modi di fusione
 - 3.7.5. Esempi di modi di fusione
- 3.8. Il progetto editoriale: tipologie e forme
 - 3.8.1. Il progetto editoriale
 - 3.8.2. Tipologie del progetto editoriale
 - 3.8.3. Creazione e configurazione del documento
- 3.9. Elementi compositivi del progetto editoriale
 - 3.9.1. Pagine maestre
 - 3.9.2. Reticolazione
 - 3.9.3. Integrazione e composizione del testo
 - 3.9.4. Integrazione di immagini

- 3.10. Impaginazione, esportazione e stampa
 - 3.10.1. Impaginazione
 - 3.10.1.1. Selezione e editing fotografico
 - 3.10.1.2. Verifica preliminare
 - 3.10.1.3. Confezionare
 - 3.10.2. Esportazione
 - 3.10.2.1. Esportazione per i mezzi digitali
 - 3.10.2.2. Esportazione per i mezzi fisici
 - 3.10.3. Stampa
 - 3.10.3.1. La stampa tradizionale
 - 3.10.3.1.1. Rilegatura
 - 3.10.3.2. La stampa digitale

Modulo 4. Fondamenti di Marketing

- 4.1. Introduzione al marketing
 - 4.1.1. Concetto di marketing
 - 4.1.1.1. Definizione di marketing
 - 4.1.1.2. Evoluzione del marketing e aspetti attuali
 - 4.1.2. Diversi approcci al marketing
- 4.2. Marketing in azienda: strategico e operativo; il marketing plan
 - 4.2.1. Direzione commerciale
 - 4.2.2. Importanza della direzione commerciale
 - 4.2.3. Molteplici tipologie in ambito direttivo
 - 4.2.4. Marketing strategico
 - 4.2.5. Strategia commerciale
 - 4.2.6. Ambiti di applicazione
 - 4.2.7. Pianificazione commerciale
 - 4.2.8. Il marketing plan
 - 4.2.9. Concetto e definizioni
 - 4.2.10. Fasi del marketing plan
 - 4.2.11. Tipi di marketing plan

- 4.3. Il contesto aziendale e il mercato delle organizzazioni
 - 4.3.1. Ambiente circostante
 - 4.3.2. Definizione e limiti del contesto
 - 4.3.3. Macroambiente
 - 4.3.4. Microambiente
 - 4.3.5. Il mercato
 - 4.3.6. Definizione e limiti del mercato
 - 4.3.7. Evoluzione dei mercati
 - 4.3.8. Tipologie di mercati
 - 4.3.9. L'importanza della concorrenza
- 4.4. Il comportamento del consumatore
 - 4.4.1. L'importanza del comportamento nella strategia
 - 4.4.2. Fattori d'influenza
 - 4.4.3. Benefici per l'azienda
 - 4.4.4. Benefici per il consumatore
 - 4.4.5. Approcci al comportamento del consumatore
 - 4.4.6. Caratteristiche e complessità
 - 4.4.7. Variabili coinvolte
 - 4.4.8. Diversi tipi di approccio
- 4.5. Fasi del processo di acquisto da parte del consumatore
 - 4.5.1. Approccio
 - 4.5.2. Approccio secondo diversi autori
 - 4.5.3. L'evoluzione del processo nella storia
 - 4.5.4. Tappe
 - 4.5.5. Riconoscere il problema
 - 4.5.6. Ricerca di informazioni
 - 4.5.7. Valutazione delle alternative
 - 4.5.8. Decisione d'acquisto
 - 4.5.9. Post acquisto
 - 4.5.10. Modelli nel processo decisionale
 - 4.5.11. Modello economico
 - 4.5.12. Modello psicologico
 - 4.5.13. Modelli di comportamento misti
 - 4.5.14. La segmentazione del mercato nella strategia delle organizzazioni

- 4.5.15. Segmentazione del mercato
- 4.5.16. Concetto
- 4.5.17. Tipi di segmentazione
- 4.5.18. L'influenza della segmentazione sulle strategie
- 4.5.19. Importanza della segmentazione nell'azienda
- 4.5.20. Pianificazione strategica basata sulla segmentazione
- 4.6. I criteri di segmentazione del mercato dei consumatori e dell'industria
- 4.7. Procedura di segmentazione
 - 4.7.1. Delimitazione del segmento
 - 4.7.2. Identificazione dei profili
 - 4.7.3. Valutazione della procedura
- 4.8. Criteri di segmentazione
 - 4.8.1. Caratteristiche geografiche
 - 4.8.2. Caratteristiche sociali ed economiche
 - 4.8.3. Altri criteri
 - 4.8.4. La risposta dei consumatori alla segmentazione
- 4.9. Mercato della domanda e dell'offerta Valutazione della segmentazione
 - 4.9.1. Analisi dell'offerta
 - 4.9.1.1. Classificazioni dell'offerta
 - 4.9.1.2. Determinazione dell'offerta
 - 4.9.1.3. Fattori che influenzano l'offerta
 - 4.9.2. Analisi della domanda
 - 4.9.2.1. Classificazioni della domanda
 - 4.9.2.2. Aree di mercato
 - 4.9.2.3. Stima della domanda
 - 4.9.3. Valutazione della segmentazione
 - 4.9.3.1. Sistemi di valutazione
 - 4.9.3.2. Metodi di monitoraggio
 - 4.9.3.3. Feedback
- 4.10. Il marketing mix
 - 4.10.1. Definizione di marketing mix
 - 4.10.1.1. concetto e definizione
 - 4.10.1.2. Storia ed evoluzione

- 4.10.2. Elementi di marketing mix
 - 4.10.2.1. Prodotto
 - 4.10.2.2. Prezzo
 - 4.10.2.3. Distribuzione
 - 4.10.2.4. Promozione
- 4.10.3. Le nuove 3 P del marketing
 - 4.10.3.1. Personalizzazione
 - 4.10.3.2. Partecipazione
 - 4.10.3.3. *Peer to Peer*
 - 4.10.3.4. Previsioni modellate
- 4.10.4. Strategie attuali per la gestione del portafoglio prodotti: strategie di marketing per la crescita e la competitività
- 4.10.5. Strategie di portafoglio
 - 4.10.5.1. La matrice BCG
 - 4.10.5.2. La matrice di Ansoff
 - 4.10.5.3. La matrice di posizionamento competitivo
- 4.10.6. Strategie
 - 4.10.6.1. Strategia di segmentazione
 - 4.10.6.2. Strategia di posizionamento
 - 4.10.6.3. Strategia di fidelizzazione
 - 4.10.6.4. Strategia funzionale

Modulo 5. Immagine aziendale

- 5.1. Identità
 - 5.1.1. Idea di identità
 - 5.1.2. Perché si ricerca l'identità?
 - 5.1.3. Tipi di identità
 - 5.1.4. Identità digitale
- 5.2. Identità aziendale
 - 5.2.1. Definizione: perché avere un'identità aziendale?
 - 5.2.2. Fattori che influiscono sull'identità aziendale
 - 5.2.3. Componenti dell'identità aziendale
 - 5.2.4. Comunicare l'identità
 - 5.2.5. Identità aziendale, *Branding* e immagine aziendale

- 5.3. Immagine aziendale
 - 5.3.1. Caratteristiche dell'immagine aziendale
 - 5.3.2. A cosa serve l'immagine aziendale?
 - 5.3.3. Tipi di immagine aziendale
 - 5.3.4. Esempi
- 5.4. I segni identificativi di base
 - 5.4.1. Il nome o *Naming*
 - 5.4.2. I loghi
 - 5.4.3. I monogrammi
 - 5.4.4. I loghi con immagini
- 5.5. Fattori per la memorizzazione dell'identità
 - 5.5.1. Originalità
 - 5.5.2. Valore simbolico
 - 5.5.3. Capacità di rimanere impresso
 - 5.5.4. Ripetizione
- 5.6. Metodologia per il processo di branding
 - 5.6.1. Studio del settore e della concorrenza
 - 5.6.2. *Briefing*, team di lavoro
 - 5.6.3. Definire la strategia e la personalità del brand: valori
 - 5.6.4. Pubblico di riferimento
- 5.7. Il cliente
 - 5.7.1. Capire com'è il cliente
 - 5.7.2. Tipologie di clienti
 - 5.7.3. Il processo di riunione
 - 5.7.4. L'importanza di conoscere il cliente
 - 5.7.5. Definizione del budget
- 5.8. Manuale d'identità aziendale
 - 5.8.1. Standard di realizzazione e applicazione del brand
 - 5.8.2. Font aziendale
 - 5.8.3. Colori aziendali
 - 5.8.4. Altri elementi grafici
 - 5.8.5. Esempi di manuali aziendali

- 5.9. Riprogettazione delle identità
 - 5.9.1. Motivi per scegliere una riprogettazione dell'identità
 - 5.9.2. Gestire il cambiamento dell'identità aziendale
 - 5.9.3. Pratica corretta Riferimenti visivi
 - 5.9.4. Pratica sbagliata Riferimenti visivi
- 5.10. Progetto di identità del brand
 - 5.10.1. Presentazione e spiegazione del progetto: riferimenti
 - 5.10.2. *Brainstorming*: analisi di mercato
 - 5.10.3. Pubblico di riferimento, valore del brand
 - 5.10.4. Prime idee e bozzetti: tecniche creative
 - 5.10.5. Definizione del progetto: font e colori
 - 5.10.6. Consegna e correzione dei progetti

Modulo 6. Design per la fabbricazione

- 6.1. Disegno per la fabbricazione e l'assemblaggio
- 6.2. Conformazione per modello
 - 6.2.1. Fusione
 - 6.2.2. Iniezione
- 6.3. Conformazione per deformazione
 - 6.3.1. Deformazione plastica
 - 6.3.2. Stampa
 - 6.3.3. Forgiatura
 - 6.3.4. Estrusione
- 6.4. Conformazione per perdita di materiale
 - 6.4.1. Per abrasione
 - 6.4.2. Per asportazione di frammenti
- 6.5. Trattamenti termici
 - 6.5.1. Temperato
 - 6.5.2. Rinvenuto
 - 6.5.3. Ricotto
 - 6.5.4. Normalizzato
 - 6.5.5. Trattamento termochimico

- 6.6. Applicazione di vernici e rivestimenti
 - 6.6.1. Trattamenti elettrochimici
 - 6.6.2. Trattamenti elettrolitici
 - 6.6.3. Pitture, lacche e vernici
- 6.7. Formato da polimeri e materiali di ceramica
- 6.8. Fabbricazione di pezzi di materiali composti
- 6.9. Fabbricazione additiva
 - 6.9.1. *Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Direct Energy Deposition*
 - 6.9.3. *Binder Jetting*
 - 6.9.4. *Bound Powder Extrusion*
- 6.10. Ingegneria robusta
 - 6.10.1. Metodo Taguchi
 - 6.10.2. Progetto di esperimenti
 - 6.10.3. Controllo statistico dei processi

Modulo 7. Materiali

- 7.1. Proprietà dei materiali
 - 7.1.1. Proprietà meccaniche
 - 7.1.2. Proprietà elettriche
 - 7.1.3. Proprietà ottiche
 - 7.1.4. Proprietà magnetiche
- 7.2. Materiali metallici I. Leghe ferrose
- 7.3. Materiali metallici II Leghe non ferrose
- 7.4. Materiali polimerici
 - 7.4.1. Termoplastici
 - 7.4.2. Plastiche termostabili
- 7.5. Materiali di ceramica
- 7.6. Materiali composti
- 7.7. Biomateriali
- 7.8. Nanomateriali
- 7.9. Corrosione e usura di materiali
 - 7.9.1. Tipi di corrosione
 - 7.9.2. Ossidazione di metalli
 - 7.9.3. Controllo della corrosione

- 7.10. Test non distruttivi
 - 7.10.1. Ispezioni visive ed endoscopiche
 - 7.10.2. Ultrasuoni
 - 7.10.3. Radiografie
 - 7.10.4. Correnti parassite di Foucault (Eddy)
 - 7.10.5. Particelle magnetiche
 - 7.10.6. Liquidi penetranti
 - 7.10.7. Termografia infrarossa

Modulo 8. Design sostenibile

- 8.1. Stato ambientale
 - 8.1.1. Contesto ambientale
 - 8.1.2. Percezione ambientale
 - 8.1.3. Consumo e consumismo
- 8.2. Produzione sostenibile
 - 8.2.1. Impronta ecologica
 - 8.2.2. Biocapacità
 - 8.2.3. Deficit ecologico
- 8.3. Sostenibilità e innovazione
 - 8.3.1. Processi di produzione
 - 8.3.2. Gestione dei processi
 - 8.3.3. Avvio della produzione
 - 8.3.4. La Produttività tramite il design
- 8.4. Introduzione all'Eco-design
 - 8.4.1. Sviluppo sostenibile
 - 8.4.2. Ecologia industriale
 - 8.4.3. Ecoefficienza
 - 8.4.4. Introduzione al concetto di Eco-design
- 8.5. Metodologie di Eco-design
 - 8.5.1. Proposte metodologiche per l'implementazione dell'Eco-design
 - 8.5.2. Preparazione del progetto (forze motrici, legislazione)
 - 8.5.3. Aspetti ambientali

- 8.6. Valutazione del ciclo di vita (LCA)
 - 8.6.1. Unità funzionale
 - 8.6.2. Inventario
 - 8.6.3. Rapporto di impatto
 - 8.6.4. Formulare conclusioni e strategie
- 8.7. Idee di miglioramento (strategie di Eco-design)
 - 8.7.1. Ridurre l'impatto
 - 8.7.2. Aumentare l'unità funzionale
 - 8.7.3. Impatto positivo
- 8.8. Economia Circolare
 - 8.8.1. Definizione
 - 8.8.2. Evoluzione
 - 8.8.3. Casi di successo
- 8.9. *Cradle to Cradle*
 - 8.9.1. Definizione
 - 8.9.2. Evoluzione
 - 8.9.3. Casi di successo
- 8.10. Regolamenti Ambientali
 - 8.10.1. Perché è necessaria una regolamentazione
 - 8.10.2. Chi stabilisce i regolamenti
 - 8.10.3. Quadro ambientale dell'Unione Europea
 - 8.10.4. La regolamentazione nel processo di sviluppo

Modulo 9. Materiali di Design

- 9.1. Il materiale come ispirazione
 - 9.1.1. Ricerca di materiali
 - 9.1.2. Classificazione
 - 9.1.3. Il materiale e il suo contesto
- 9.2. Materiali di design
 - 9.2.1. Usi comuni
 - 9.2.2. Controindicazioni
 - 9.2.3. Combinazione di materiali

- 9.3. Arte + Innovazione
 - 9.3.1. Materiali nell'arte
 - 9.3.2. Nuovi materiali
 - 9.3.3. Materiali composti
- 9.4. Fisica
 - 9.4.1. Concetti di base
 - 9.4.2. Composizione dei materiali
 - 9.4.3. Test meccanici
- 9.5. Tecnologia
 - 9.5.1. Materiali intelligenti
 - 9.5.2. Materiali dinamici
 - 9.5.3. Il futuro dei materiali
- 9.6. Sostenibilità
 - 9.6.1. Raccolta
 - 9.6.2. Uso
 - 9.6.3. Gestione finale
- 9.7. Biomimetica
 - 9.7.1. Riflessione
 - 9.7.2. Trasparenza
 - 9.7.3. Altre tecniche
- 9.8. Innovazione
 - 9.8.1. Casi di successo
 - 9.8.2. Ricerca sui materiali
 - 9.8.3. Fonti di ricerca
- 9.9. Prevenzione dei rischi
 - 9.9.1. Fattore di sicurezza
 - 9.9.2. Fuoco
 - 9.9.3. Rottura
 - 9.9.4. Altri rischi
- 9.10. Regolamenti e legislazione
 - 9.10.1. Regolamenti in base all'applicazione
 - 9.10.2. Regolamenti specifici del settore
 - 9.10.3. Regolamenti in base al luogo

Modulo 10. Packaging Design

- 10.1. Introduzione al *Packaging*
 - 10.1.1. Prospettiva storica
 - 10.1.2. Caratteristiche e funzionalità
 - 10.1.3. Descrizione del sistema-prodotto e del ciclo di vita
- 10.2. Ricerca sul *Packaging*
 - 10.2.1. Fonti di Informazione
 - 10.2.2. Lavoro sul campo
 - 10.2.3. Confronto e strategie
- 10.3. *Packaging* strutturale
 - 10.3.1. Analisi delle esigenze specifiche
 - 10.3.2. Forma, colore, odore, volume e texture
 - 10.3.3. Ergonomia del pacco
- 10.4. Marketing del *Packaging*
 - 10.4.1. Relazione del pacco con il brand e il prodotto
 - 10.4.2. Applicazioni di immagine della marca
 - 10.4.3. Esempi
- 10.5. Comunicazione nel *Packaging*
 - 10.5.1. Relazione del pacco con il prodotto, il cliente e l'utente
 - 10.5.2. Design dei sensi
 - 10.5.3. Design dell'esperienza
- 10.6. Materiali e processi produttivi
 - 10.6.1. Vetro
 - 10.6.2. Carta e cartone
 - 10.6.3. Metallo
 - 10.6.4. Plastiche
 - 10.6.5. Materiali composti da materiali naturali
- 10.7. Sostenibilità applicata al *Packaging*
 - 10.7.1. Strategie di ecodesign
 - 10.7.2. Analisi del ciclo di vita
 - 10.7.3. Il packaging come rifiuto



- 10.8. Legislazione
 - 10.8.1. Regolamenti specifici: identificazione e codifica
 - 10.8.2. Regolamenti su materiali plastici
 - 10.8.3. Tendenze attuali
- 10.9. Innovazione nel *Packaging*
 - 10.9.1. Differenziarsi con il *Packaging*
 - 10.9.2. Ultime tendenze
 - 10.9.3. *Design per tutti*
- 10.10. Progetti di *Packaging*
 - 10.10.1. Casi di studio
 - 10.10.2. Strategie di *Packaging*
 - 10.10.3. Esercizi pratici

“ Un passo decisivo nella tua carriera professionale che ti aiuterà a crescere come specialista altamente qualificato nel settore del product design ”

06 Tirocinio

Al termine del periodo teorico, il progettista avrà la possibilità di accedere a un tirocinio di 120 ore di durata distribuite nel corso di 3 settimane. Avrà la possibilità partecipare attivamente a progetti industriali e di lavorare con un team di professionisti con una lunga carriera nel settore. In questo modo, potrà applicare tutto ciò che ha imparato nella prima fase, concentrandosi sul perfezionamento delle competenze attraverso il lavoro e la risoluzione di situazioni complesse e reali.

“

Un tutor ti guiderà durante il tuo tirocinio, in modo che tu possa trarne il massimo vantaggio in ogni momento"

Questo programma in Product Design è stato proposto da TECH con l'obiettivo di fornire allo studente un tirocinio di 3 settimane presso un centro prestigioso nel settore del design e del Marketing. Si svolgerà dal lunedì al venerdì con giornate consecutive di 8 ore, lavorando fianco a fianco con specialisti aggiunti che lo accompagneranno in ogni momento e lo guideranno affinché possa trarre il massimo da questa esperienza. Questo tirocinio gli permetterà di partecipare attivamente ai progetti di design che si stanno sviluppando in quel momento in azienda, applicando le strategie e le tecniche più aggiornate e utilizzando gli strumenti e l'hardware più sofisticati del settore.

In questa proposta didattica completamente pratica, le attività sono finalizzate allo sviluppo e al miglioramento delle competenze necessarie per l'erogazione di servizi di ideazione, pianificazione e creazione di progetti relativi a diverse tipologie di prodotti, e sono orientate alla preparazione specifica per l'esercizio dell'attività con un elevato rendimento professionale.

Si tratta, senza dubbio, di un'opportunità unica per acquisire una conoscenza ampia e specializzata lavorando presso un'azienda leader e moderna, caratterizzata dalla qualità professionale e dalla garanzia di successo dei suoi progetti. Inoltre, diventerà un'esperienza fondamentale che aiuterà lo studente a perfezionare le proprie competenze professionali e a completare il proprio CV con un tratto distintivo che lo farà emergere in qualsiasi processo di reclutamento.

Il tirocinio in azienda permetterà di completare un numero minimo di attività nei servizi di progettazione e creazione, nonché in relazione ad altre aree del centro: Marketing, Branding, direzione creativa, sviluppo operativo o eco-design, che gli daranno la possibilità di mettere in pratica i processi creativi più innovativi in modo completo.

L'insegnamento pratico sarà realizzato con la partecipazione attiva dello studente che svolge le attività e le procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con l'accompagnamento e la guida dei docenti e degli altri partner didattici che facilitano il lavoro di gruppo e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per la prassi del design (imparare a essere e imparare a relazionarsi).



Farai parte di un team di progettisti altamente qualificati e dovrai collaborare attivamente con loro per portare avanti i progetti attraverso l'uso delle tecniche e delle strategie più recenti"



Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica del tirocinio e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro del centro stesso; le attività proposte sono le seguenti:

Modulo	Attività Pratica
Design per la fabbricazione di prodotti	Progettare i prodotti tenendo conto di tutti i processi di fabbricazione attraverso cui devono passare
	Applicare una specifica metodologia di ingegneria robusta per anticipare i potenziali fallimenti nel product design
	Sviluppare un progetto di product design tenendo conto del <i>Packaging</i> stesso
Tecnologie digitali per il Design del Prodotto	Realizzare immagini vettoriali, oggetti e colori avanzati
	Creare un'immagine <i>Bitmaps</i> adeguata utilizzando gli strumenti digitali
	Impaginare ed esportare il nostro lavoro tenendo conto del processo di stampa
Materiali per il Product Design e il loro uso sostenibile	Utilizzare materiali metallici, polimerici, ceramici o compositi per progettare un prodotto.
	Eeguire test non distruttivi per valutare le proprietà e la durata del prodotto
	Applicare fattori di sicurezza quali incendio, rottura o altri pericoli nel processo di creazione del prodotto
Marketing e Immagine Aziendale nel Product Design	Utilizzare metodologie e tecniche di eco-design per generare prodotti ecocompatibili.
	Progettare prodotti per proiettare la propria immagine aziendale e l'identità del brand.
	Applicare le tecniche di marketing strategico e operativo dell'azienda
	Sviluppare la segmentazione del prodotto per progettarlo di conseguenza

Assicurazione di responsabilità civile

La preoccupazione principale di questa istituzione è quella di garantire la sicurezza sia dei tirocinanti sia degli altri agenti che collaborano ai processi di tirocinio in azienda. All'interno delle misure rivolte a questo fine ultimo, esiste la risposta a qualsiasi incidente che possa verificarsi durante il processo di insegnamento-apprendimento.

A tal fine, questa entità educativo si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del seminario educativo all'interno del centro di collocamento.

La polizza di responsabilità civile per i tirocinanti deve garantire una copertura assicurativa completa e deve essere stipulata prima dell'inizio del periodo di tirocinio. In questo modo, il tirocinante non dovrà preoccuparsi in caso di situazioni impreviste e avrà a disposizione una copertura fino al termine del periodo di tirocinio presso il centro.



Condizioni generali del tirocinio

Le condizioni generali dell'accordo di tirocinio per il programma sono le seguenti:

1. TUTORAGGIO: durante il Tirocinio agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande che potrebbero sorgere. Da un lato, lo studente disporrà di un tutor professionale appartenente al centro di inserimento lavorativo che lo guiderà e lo supporterà in ogni momento. Dall'altro lato, lo studente disporrà anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e aiutando a risolvere qualsiasi problema durante l'intero percorso. In questo modo, il professionista sarà accompagnato in ogni momento e potrà risolvere tutti gli eventuali dubbi, sia di natura pratica che accademica.

2. DURATA: il programma del tirocinio avrà una durata di tre settimane consecutive di preparazione pratica, distribuite in giornate di 8 ore lavorative, per cinque giorni alla settimana. I giorni di frequenza e l'orario saranno di competenza del centro, che informerà debitamente e preventivamente il professionista, con un sufficiente anticipo per facilitarne l'organizzazione.

3. MANCATA PRESENTAZIONE: in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Master Semipresenziale, lo studente perderà il diritto allo stesso senza possibilità di rimborso o di modifica di date. L'assenza per più di due giorni senza un giustificato motivo/certificato medico comporterà la rinuncia dello studente al tirocinio e, pertanto, la relativa automatica cessazione. In caso di ulteriori problemi durante lo svolgimento del tirocinio, essi dovranno essere debitamente e urgentemente segnalati al tutor accademico.

4. CERTIFICAZIONE: Lo studente che supererà il Master Semipresenziale riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

5. RAPPORTO DI LAVORO: Il Master Semipresenziale non costituisce alcun tipo di rapporto lavorativo.

6. STUDI PRECEDENTI: Alcuni centri potranno richiedere un certificato di studi precedenti per la partecipazione al Master Semipresenziale. In tal caso, sarà necessario esibirlo al dipartimento tirocini di TECH affinché venga confermata l'assegnazione del centro prescelto.

7. NON INCLUDE: il Master Semipresenziale non includerà nessun elemento non menzionato all'interno delle presenti condizioni. Pertanto, non sono inclusi alloggio, trasporto verso la città in cui si svolge il tirocinio, visti o qualsiasi altro servizio non menzionato.

Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

07

Dove posso svolgere il Tirocinio?

Per la selezione dei tirocini, TECH sottopone le aziende a un rigoroso e severo controllo di qualità che garantisce un'esperienza gratificante e didattica allo studente. In questo modo, il designer che accede a questo Master Semipresenziale avrà l'opportunità di svolgere un tirocinio in una grande realtà del settore del design e del Marketing digitale, caratterizzata non solo dal prestigio internazionale, ma anche dalla qualità umana del suo team di professionisti.

Dove posso svolgere il Tirocinio? | 41 **tech**

“

Lavorare attivamente e fianco a fianco con designer specializzati è il modo migliore per completare una qualifica che segnerà un prima e un dopo nella tua carriera professionale"



Gli studenti potranno svolgere il tirocinio di questo Master Semipresenziale presso i seguenti centri:



Design

Piensamarketing

Paese: Argentina
Città: Río Negro

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

Agenzia di marketing e comunicazione sociale
e digitale

Ambiti pratici di competenza:

- Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali
- MBA in Digital Marketing



Cogli questa opportunità per circondarti di professionisti esperti e nutrirti della loro metodologia di lavoro"



08 Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: **il Relearning**.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il **New England Journal of Medicine**.

“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“

Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



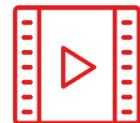
Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



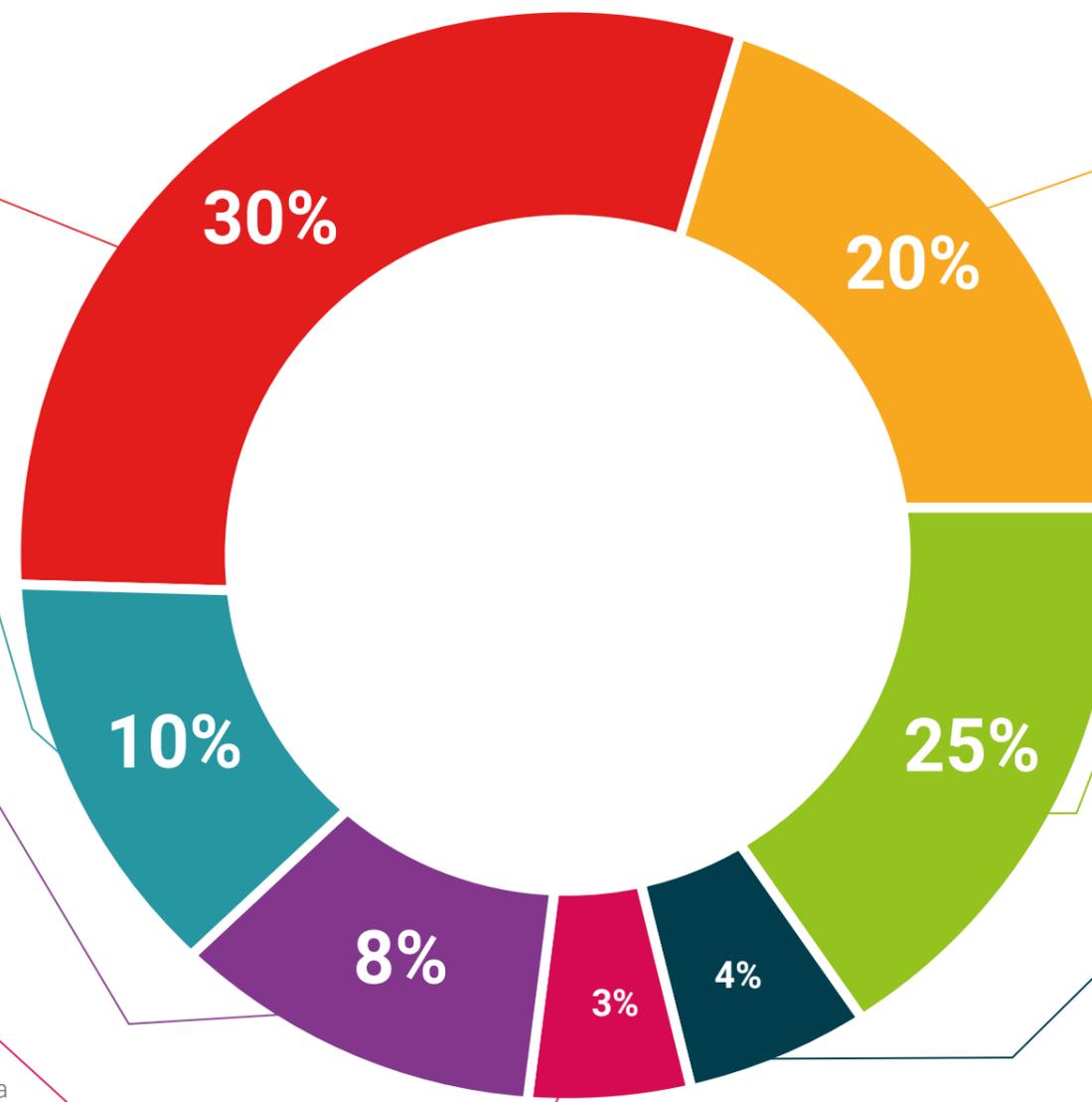
Pratiche di competenze e competenze

Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.



Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



09

Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale in Product Design garantisce, oltre alla specializzazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso ad una qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica.

Titolo | 53 **tech**

“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Master Semipresenziale in Product Design** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del programma.

Oltre alla qualifica, sarà possibile ottenere un certificato e un attestato dei contenuti del programma. A tal fine, sarà necessario contattare il proprio consulente accademico, che fornirà tutte le informazioni necessarie.

Titolo: **Master Semipresenziale in Product Design**

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

N° Ore Ufficiali: **1.620 o.**



Master Semipresenziale in Product Design

Tipo di Insegnamento	Ore
Obbligatorio (OB)	1.500
Opzionale (OP)	0
Tirocinio Esterno (TE)	120
Tesi di Master (TM)	0
Totale	1.620

Distribuzione generale del Programma				
Corso	Insegnamento	Ore	Codice	
1°	Fondamenti di Design	150	OB	
1°	I fondamenti della creatività	150	OB	
1°	Tecnologia digitale	150	OB	
1°	Fondamenti di Marketing	150	OB	
1°	Immagine aziendale	150	OB	
1°	Design per la fabbricazione	150	OB	
1°	Materiali	150	OB	
1°	Design sostenibile	150	OB	
1°	Materiali di Design	150	OB	
1°	Packaging Design	150	OB	

Tere Guevara Navarro
Rettrice

tech università tecnologica

*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingua



Master Semipresenziale Product Design

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

Ore teoriche: **1.620**

Master Semipresenziale

Product Design

