

Mestrado Próprio b-learning

Design de Produtos





Mestrado Próprio b-learning Design de Produtos

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Universidade Tecnológica

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/design/mestrado-proprio-b-learning/mestrado-proprio-b-learning-design-produtos

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Porquê fazer este Mestrado
Próprio b-learning?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 18

05

Planificação do programa
de estágio

pág. 22

06

Estágios

pág. 34

07

Onde posso fazer os
estágios?

pág. 40

08

Metodologia

pág. 44

09

Certificação

pág. 52

01

Apresentação

O desenvolvimento das vendas pela internet aumentou a importância de um bom design de produtos. Atualmente, existe um mercado físico e digital marcado pela concorrência entre empresas de comércio de objetos. Neste domínio, aqueles que, para além de oferecerem qualidade e facilidade de utilização, fazem a diferença são os que cuidam da sua imagem e a adaptam às exigências do setor. É por isso que o designer de produtos se tornou numa profissão valorizada. Os alunos encontrarão tudo o que precisam de saber sobre esta disciplina num Mestrado Próprio b-learning abrangente que inclui os conteúdos teóricos mais atualizados. Além disso, é apoiado por um estágio prático de topo numa empresa internacional de prestígio, onde o aluno irá conviver com os melhores especialistas em Design de Produtos.



“

Se procura um Mestrado Próprio b-learning que lhe proporcione os melhores conteúdos teóricos e a garantia de um estágio prático numa empresa líder no setor do Design e do Marketing, está no sítio certo"

A história da comercialização demonstrou que, em muitas ocasiões, não basta ter um produto de qualidade que corresponda às expectativas para as quais foi criado se não tiver sido cuidadosamente concebido. Grandes multinacionais como a LG, a Apple, a Coca-Cola ou a McDonald's foram obrigadas a retirar os seus produtos do mercado devido à rejeição pública da mensagem que lançaram ou ao fracasso estrondoso do seu lançamento. O cuidado com o branding, associado a uma boa estratégia de marketing e a um design ideal baseado nas tendências atuais da sociedade, é essencial se quiser ter sucesso.

Além disso, o desenvolvimento do comércio online, no qual o cliente apenas vê uma imagem, incentivou também a necessidade de cuidar da mesma, valorizando a criatividade e o gosto em detrimento da própria usabilidade. Qualquer profissional que queira ser bem sucedido neste setor deve estar ciente deste facto e compreender que é necessário estar preparado e conhecer em pormenor os meandros da indústria. É por isso que a TECH decidiu lançar este completo e multidisciplinar Mestrado Próprio b-learning em Design de Produtos, que lhe proporcionará um conhecimento amplo e abrangente do estado atual nesta área.

Trata-se de um Mestrado Próprio b-learning de 12 meses no qual o aluno terá inicialmente acesso a 1500 horas dos melhores conteúdos teóricos e complementares 100% online. Nesta secção, trabalhará os fundamentos do design e da criatividade, a tecnologia digital, o marketing, os meandros da imagem corporativa e o design para a produção, a sustentabilidade e os melhores materiais para cada projeto.

Uma vez concluída a parte teórica, terá a oportunidade de realizar um estágio de 120 horas numa empresa líder no setor do Marketing Digital e do Design. Aqui, poderá participar ativamente em projetos modernos e de ponta, utilizar as ferramentas mais sofisticadas e aperfeiçoar as suas aptidões e competências profissionais sob a orientação de especialistas. Trata-se, portanto, de uma oportunidade única de acrescentar ao seu currículo uma experiência académica singular que o ajudará a destacar-se em qualquer processo de seleção.

Este **Mestrado Próprio b-learning em Design de Produtos** conta com o conteúdo educativo mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 casos práticos apresentados por profissionais de design e professores universitários com vasta experiência na indústria criativa
- ♦ Os seus conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos com que foram concebidos incluem informação científica e exaustiva sobre as disciplinas que são essenciais para o exercício profissional
- ♦ Manuseamento das ferramentas mais sofisticadas do setor com especial ênfase no domínio das estratégias mais avançadas e das técnicas de maior sucesso
- ♦ Análise e discussão de exemplos reais da prática quotidiana para compreender novos materiais viáveis para o Design de Produtos
- ♦ Avaliação dos processos de ideação, criatividade e experimentação em matéria de Design de Produtos e aprender a aplicá-los a diferentes projetos
- ♦ Suscitar nos alunos uma visão global do design de recipientes, embalagens e rótulos, entendendo-a como uma atividade na qual muitos fatores têm de ser tidos em conta, desde o produto que acompanha até ao seu contexto físico e socioeconómico
- ♦ Tudo isto será complementado por lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet
- ♦ Além disso, terá a possibilidade de realizar um estágio numa empresa de referência

“

Os conteúdos educativos foram concebidos por uma equipa de especialistas em design com base nas tendências atuais do mercado e nas informações mais recentes do setor"

Este Mestrado Próprio b-learning, de carácter profissional e modalidade b-learning, destina-se a atualizar os profissionais de design que necessitam de um elevado nível de qualificação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências do setor e orientados de forma didática para integrar os conhecimentos teóricos na prática criativa, sendo que os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização dos conhecimentos e permitirão a tomada de decisões na criação, gestão, participação e direção de projetos.

Graças aos seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirá ao profissional de Design uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais. A estrutura deste Mestrado Próprio b-learning centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem durante o mesmo. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas reconhecidos.

Aprofundará os seus conhecimentos sobre os cuidados a ter com a imagem da empresa através de técnicas de branding comunicativo e das estratégias mais eficazes para atingir os objetivos traçados.

Terá acesso a todos os conteúdos teóricos e complementares desde o início do Mestrado Próprio b-learning e poderá transferi-los para qualquer dispositivo com ligação à internet para os poder consultar sempre que precisar.



02

Porquê fazer este Mestrado Próprio b-learning?

No setor do Design de Produtos, as tendências estão constantemente a renovar-se. Ao mesmo tempo, não basta dominar as considerações teóricas deste quadro profissional. Exige também conhecimentos práticos que demonstrem fluência e capacidade na utilização de ferramentas criativas complexas. Neste contexto, a TECH desenvolveu este Mestrado Próprio b-learning que combina o estudo didático com um estágio intensivo em grandes e prestigiados centros. Com este Mestrado Próprio b-learning, os alunos atingem um elevado nível de domínio das tecnologias ao seu alcance e das suas aplicações mais inovadoras. Desta forma, poderão aceder a empregos cada vez mais competitivos e exigentes.



“

Este Mestrado Próprio b-learning é uma oportunidade única de aprendizagem na qual a TECH lhe proporcionará um estágio profissional que alargará as suas experiências e enriquecerá o seu currículo pessoal”

1. Atualizar-se com a tecnologia mais recente disponível

Com a ajuda deste Mestrado Próprio b-learning, os alunos dominarão o desenvolvimento de produtos híbridos nos quais se conectam diferentes estilos criativos. Especializar-se-ão também na procura da multifuncionalidade e das tecnologias e ferramentas produtivas que facilitam a sua aplicação. Os conteúdos educativos ajudá-los-ão também a conhecer as suas interfaces e técnicas específicas para as dominar.

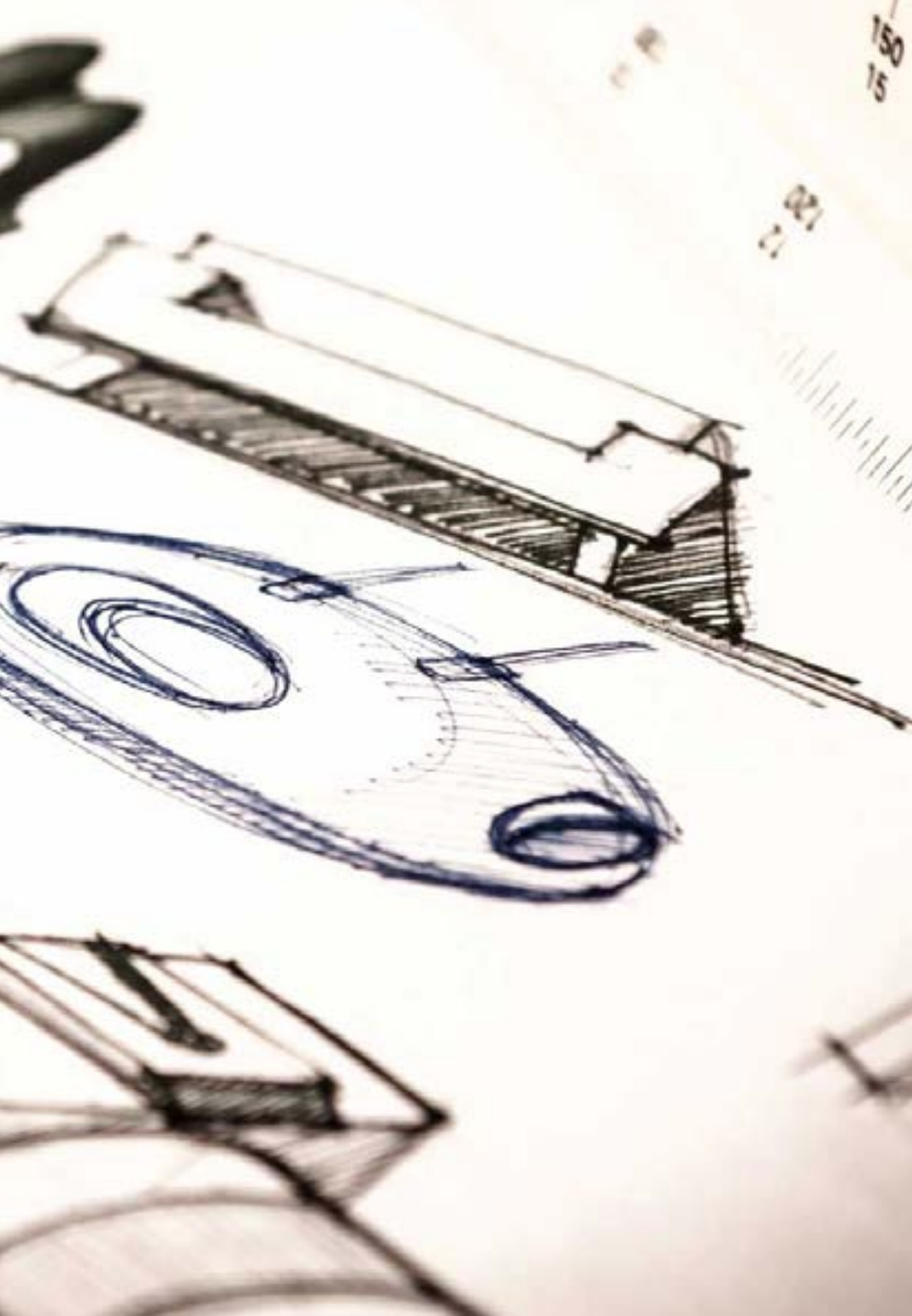
2. Aprofundar conhecimentos recorrendo à experiência dos melhores especialistas

Este plano de estudos oferece aos alunos um apoio personalizado em duas fases distintas. Na primeira delas, um corpo docente constituído por professores experientes interage com os alunos para esclarecer dúvidas e conceitos de interesse. A segunda parte, dedicada ao estágio, será apoiada por um orientador designado que se encarregará de integrar o estudante em diferentes projetos e rotinas produtivas da empresa onde se encontra.

3. Aprofundar conhecimentos em ambientes de prestígio no domínio do Design de Produtos

A seleção cuidadosa dos centros onde se realiza a Formação Prática deste Mestrado Próprio b-learning tem sido uma prioridade para a TECH. Graças a isso, os alunos poderão ingressar em instituições onde a utilização de recursos tecnológicos, considerados os mais atualizados do mercado, é uma prioridade. Ao mesmo tempo, poderá testar as exigências de uma área profissional considerada entre as mais rigorosas e exaustivas no domínio do design.





4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Este Mestrado Próprio b-learning oferece 1500 horas educativas para o domínio teórico do setor do Design de Produtos. Ao mesmo tempo, os alunos poderão aplicar o que aprenderam num estágio prático com a duração de 3 semanas. Deste modo, poderão adquirir competências de forma muito mais rápida e flexível.

5. Alargar as fronteiras do conhecimento

Este Mestrado Próprio b-learning é único no seu género no mercado educativo, uma vez que dá aos estudantes acesso a centros seletos dedicados ao Design de Produtos e ao diálogo com os melhores profissionais do setor. Isto apenas é possível graças à rede de contactos e colaborações da TECH, a maior universidade digital do momento.

“

Terá uma imersão prática total no centro da sua escolha”

03

Objetivos

As exigências do mercado atual requerem a presença de profissionais de design que dominem o trabalho criativo do produto adaptado às tendências da sociedade. Por esta razão, a TECH considerou necessário lançar este Mestrado Próprio b-learning multidisciplinar cujo objetivo é orientar os alunos na sua profissionalização e na melhoria das suas competências. Para o efeito, o centro coloca à sua disposição as mais recentes ferramentas académicas que lhe proporcionarão um conhecimento abrangente que poderá desenvolver durante o seu estágio prático.





“

Dominação a tecnologia digital associada às imagens digitais e vetoriais manipulando os programas mais sofisticados e complexos do setor do design”



Objetivo geral

- O principal objetivo deste Mestrado Próprio b-learning é que o aluno compreenda o processo criativo, de análise e de estudo para realizar qualquer tipo de projeto de design. Por este motivo, será dada especial ênfase às estratégias de mercado e à sua aplicação nos processos de comunicação e marketing, bem como ao seu desenvolvimento. Além disso, visa também introduzir o designer nos conceitos básicos que fazem parte da política de comunicação de uma organização: a sua identidade, a sua cultura, a sua imagem, a sua marca, a sua reputação e a sua responsabilidade social. No final do estágio, os alunos aprenderão em pormenor os fundamentos e as complexidades do design, bem como as referências, estilos e movimentos que o moldaram desde os seus primórdios até aos dias de hoje.



Uma embalagem atrativa é também essencial. Por conseguinte, este Mestrado Próprio b-learning inclui um módulo especificamente dedicado ao design de embalagens e rótulos"





Objetivos específicos

Módulo 1. Fundamentos do design

- ♦ Conectar e correlacionar as diferentes áreas do *design*, os campos de aplicação e os ramos profissionais
- ♦ Conhecer os processos de ideação, criatividade e experimentação, e saber aplicá-los a projetos
- ♦ Integrar a linguagem e a semântica nos processos de idealização de um projeto, relacionando-os com os seus objetivos e valores de utilização

Módulo 2. Fundamentos da criatividade

- ♦ Saber sintetizar os próprios interesses através da observação e do pensamento crítico, traduzindo-os em criações artísticas
- ♦ Perder o medo do bloqueio artístico e utilizar técnicas para o combater
- ♦ Questionar-se a si próprio, ao seu espaço emocional e ao seu redor, de modo a que se faça uma análise destes elementos de modo a utilizá-los a favor da sua própria criatividade

Módulo 3. Tecnologia digital

- ♦ Dominar o vocabulário, as metodologias e os conteúdos teórico-práticos da imagem digital
- ♦ Dominar o vocabulário, metodologias e conteúdos teórico-práticos da imagem vetorial

Módulo 4. Fundamentos de Marketing

- ♦ Perceber o papel central da comunicação num tempo histórico definido pelos paradigmas da sociedade da informação e do conhecimento
- ♦ Conhecer os processos de comunicação em todas as suas manifestações sociais (interpessoal, mediática e de grupo)
- ♦ Analisar as diferentes abordagens disciplinares e teóricas referentes à comunicação
- ♦ Desenvolver a compreensão de um vocabulário adaptado à linguagem básica do marketing e da comunicação
- ♦ Conhecer as características dos meios de comunicação social e a sua diferença com os meios de comunicação de massas, bem como as suas implicações e as mudanças que geraram no marketing e na gestão do design

Módulo 5. Imagem corporativa

- ♦ Perceber quais as áreas estratégicas que um *designer* gráfico deve gerir no processo comunicativo da identidade gráfica e visual das marcas

Módulo 6. Design para fabrico

- ♦ Alcançar um nível suficiente de conhecimentos relacionados com os objetivos e técnicas específicas relativas à área de produção
- ♦ Analisar a produção a partir de uma perspetiva estratégica

Módulo 7. Materiais

- ♦ Analisar e avaliar os materiais utilizados na engenharia com base nas suas propriedades
- ♦ Conhecer, analisar e avaliar os processos de corrosão e degradação dos materiais
- ♦ Avaliar e analisar as diferentes técnicas de ensaios não destrutivos de materiais





Módulo 8. Design sustentável

- ♦ Reconhecer o ambiente da sustentabilidade e o contexto ambiental
- ♦ Conhecer os principais instrumentos de análise de impacto ambiental
- ♦ Reconhecer a importância da sustentabilidade no *design*
- ♦ Conhecer os regulamentos ambientais relevantes para a concepção
- ♦ Ser capaz de desenvolver uma estratégia de concepção de produtos sustentáveis

Módulo 9. Materiais para desenho

- ♦ Trabalhar com os materiais mais adequados em cada caso no domínio a concepção produtos
- ♦ Explicar e descrever as principais famílias de materiais: o seu fabrico, tipologias, propriedades, etc.
- ♦ Ter os critérios necessários para poder identificar e selecionar, de acordo com um briefing, as diferentes gamas de materiais

Módulo 10. Design de Embalagens

- ♦ Suscitar nos alunos uma visão global do design de recipientes, embalagens e rótulos, entendendo-a como uma atividade em que muitos fatores têm de ser tidos em conta, desde o produto que acompanha até ao seu contexto físico e socioeconómico
- ♦ Formar os alunos, através da prática, na competência para o desenvolvimento profissional de projetos de design de recipientes, embalagens e rótulos

04

Competências

Para além de servir de guia na expansão e atualização dos seus conhecimentos, este Mestrado Próprio b-learning visa proporcionar aos alunos a oportunidade de aperfeiçoarem as suas competências profissionais. É por isso que, durante o Mestrado Próprio b-learning, o especialista trabalhará as suas competências e aptidões criativas, ampliando as técnicas e estratégias da sua praxis e implementando nesta os conceitos mais inovadores relacionados com o design de produtos.





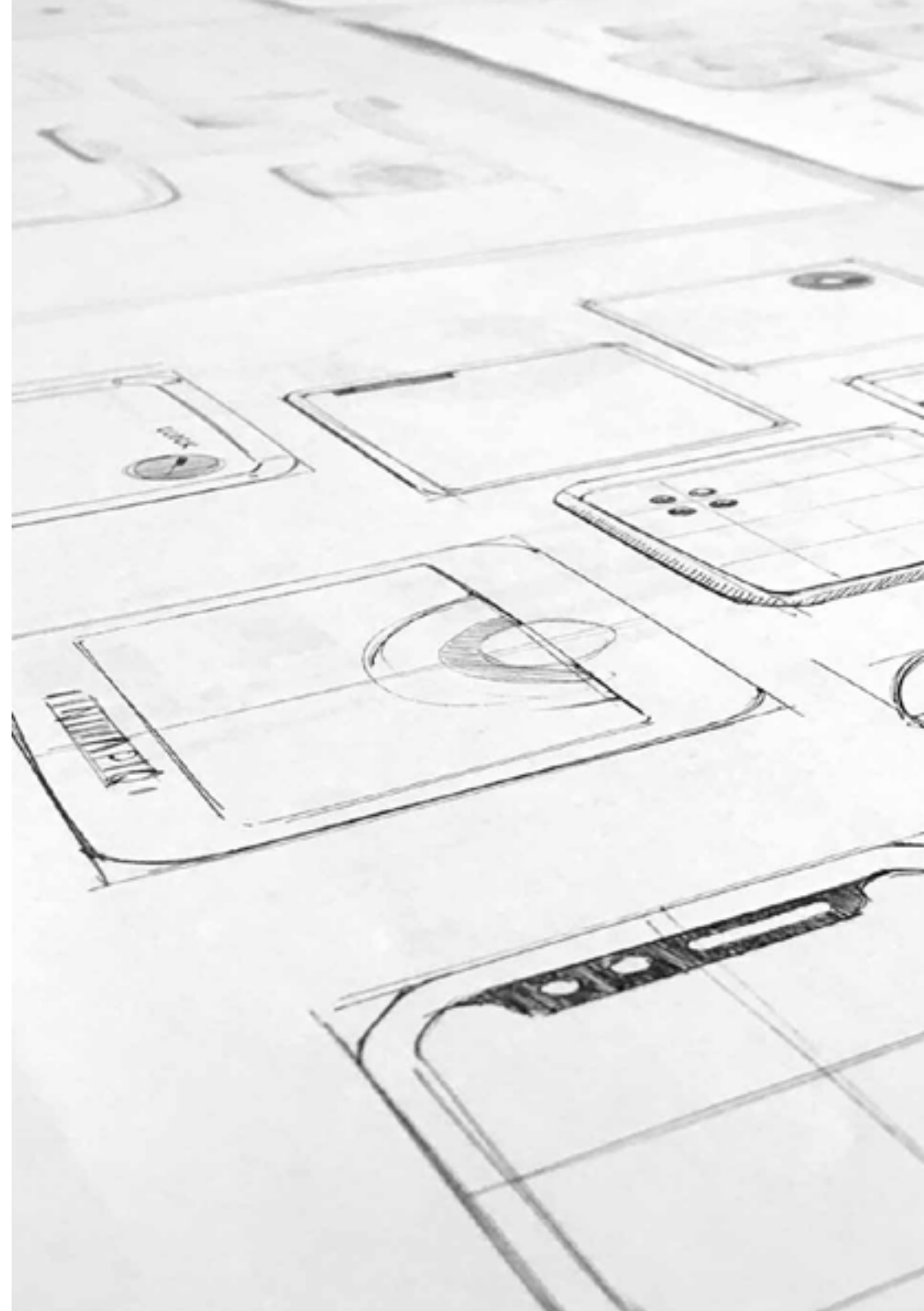
“

Estudará casos de sucesso e insucesso para que possa tirar de cada um deles as conclusões que o ajudarão a estabelecer as suas próprias estratégias”



Competências gerais

- ♦ Planear, desenvolver e apresentar convenientemente produções artísticas, utilizando estratégias de produção eficazes e com as suas próprias contribuições criativas
- ♦ Dominar o software de retoque e manipulação de imagens e desenvolver as competências necessárias para a sua utilização
- ♦ Conhecer as ferramentas e estratégias teórico-práticas que facilitam a gestão da comunicação empresarial e institucional em organizações de todo o tipo
- ♦ Saber seleccionar corretamente um método de organização da informação e comunicação para o uso adequado de uma marca
- ♦ Investigar e identificar os elementos mais significativos da empresa-cliente, bem como as suas necessidades para a criação de estratégias e mensagens comunicativas
- ♦ Identificar as etapas e fases produtivas de um projeto
- ♦ Conhecer os princípios dos nanomateriais
- ♦ Obter o conhecimento e domínio de técnicas, formas, processos e tendências do design de recipientes, embalagens e rótulos e das suas aplicações industriais





Competências específicas

- ♦ Manusear software de design vetorial e desenvolver as competências necessárias para a sua utilização
- ♦ Utilizar software de design editorial e desenvolver as competências para criar a sua própria arte final
- ♦ Dominar as estratégias de coordenação entre os aspetos da criação de um produto, a sua produção e as funções de comercialização, marketing e comunicação
- ♦ Analisar e avaliar materiais metálicos, tanto férricos como não férricos
- ♦ Analisar e avaliar materiais poliméricos, cerâmicos e compostos
- ♦ Analisar e avaliar os materiais utilizados no fabrico de aditivos
- ♦ Desenvolver um sistema regulamentado por normas gráficas básicas baseadas em elementos de identidade visual/marca
- ♦ Escolher corretamente, dentro de um amplo espectro de opções, na altura de desenvolver uma proposta de design para produção em massa
- ♦ Decidir sobre os materiais mais adequados para a realização de maquetes ou protótipos

05

Planeamento do ensino

A TECH prepara todas as suas qualificações com base nos últimos desenvolvimentos no setor em que a mesma se desenvolve e seguindo os critérios profissionais de especialistas no ativo. Desta forma, é possível criar capacitações dinâmicas, atualizadas e altamente formativas que são acompanhados por centenas de horas de material adicional em diferentes formatos: vídeos detalhados, resumos dinâmicos de cada módulo, artigos de investigação e leituras complementares. Assim, o aluno tem a possibilidade de contextualizar a informação e aprofundar, de forma personalizada, os aspetos que mais lhe interessam.



“

Graças a este Mestrado Próprio b-learning, aprenderá em pormenor os critérios a ter em conta na elaboração de uma proposta de design para produção em série"

Módulo 1. Fundamentos do design

- 1.1. História do *design*
 - 1.1.1. A Revolução Industrial
 - 1.1.2. As fases da concepção
 - 1.1.3. Arquitetura
 - 1.1.4. A Escola de Chicago
- 1.2. Estilos e movimentos do design
 - 1.2.1. Design decorativo
 - 1.2.2. Movimento modernista
 - 1.2.3. Art Deco
 - 1.2.4. Design industrial
 - 1.2.5. A Bauhaus
 - 1.2.6. 2ª Guerra Mundial
 - 1.2.7. Transvanguarda
 - 1.2.8. Design contemporâneo
- 1.3. Designers e tendências
 - 1.3.1. Designers de interiores
 - 1.3.2. Designers gráficos
 - 1.3.3. Designers industriais ou de produto
 - 1.3.4. Designers de moda
- 1.4. Metodologia de projetos de 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. A linguagem no design
 - 1.5.1. Os objetos e o sujeito
 - 1.5.2. Semiótica dos objetos
 - 1.5.3. A disposição do objeto e a sua conotação
 - 1.5.4. A globalização dos sinais
 - 1.5.5. Proposta
- 1.6. O design e a sua dimensão estética-formal
 - 1.6.1. Elementos visuais
 - 1.6.1.1. A forma
 - 1.6.1.2. A medida
 - 1.6.1.3. A cor
 - 1.6.1.4. A textura
 - 1.6.2. Elementos relacionais
 - 1.6.2.1. Direção
 - 1.6.2.2. Posição
 - 1.6.2.3. Espaço
 - 1.6.2.4. Gravidade
 - 1.6.3. Elementos práticos
 - 1.6.3.1. Representação
 - 1.6.3.2. Significado
 - 1.6.3.3. Função
 - 1.6.4. Quadro de referência
- 1.7. Métodos analíticos do design
 - 1.7.1. Design pragmático
 - 1.7.2. Design analógico
 - 1.7.3. Design icônico
 - 1.7.4. Design canônico
 - 1.7.5. Principais autores e a sua metodologia

- 1.8. Design e semântica
 - 1.8.1. Semântica
 - 1.8.2. O significado
 - 1.8.3. Significado denotativo e significado conotativo
 - 1.8.4. O léxico
 - 1.8.5. Campo lexical e família lexical
 - 1.8.6. As relações semânticas
 - 1.8.7. A mudança semântica
 - 1.8.8. Causas da mudança semântica
- 1.9. Design e pragmática
 - 1.9.1. Consequências práticas, abdução e semiótica
 - 1.9.2. Mediação, corpo e emoções
 - 1.9.3. Aprendizagem, experiência e encerramento
 - 1.9.4. Identidade, relações sociais e objetos
- 1.10. Contexto atual do design
 - 1.10.1. Problemas atuais do design
 - 1.10.2. Questões atuais do design
 - 1.10.3. Contribuições sobre a metodologia

Módulo 2. Fundamentos da criatividade

- 2.1. Introdução criativa
 - 2.1.1. O estilo na arte
 - 2.1.2. Eduque o seu olhar
 - 2.1.3. Qualquer um pode ser criativo?
 - 2.1.4. Linguagens pictóricas
 - 2.1.5. De que preciso? Materiais
- 2.2. Percepção como primeiro ato criativo
 - 2.2.1. O que vê? O que ouve? O que sente?
 - 2.2.2. Percebe, observa, examina atentamente
 - 2.2.3. O retrato e o autorretrato: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Caso prático: Fotodiálogo. Mergulhar em si mesmo

- 2.3. Enfrentar o papel em branco
 - 2.3.1. Desenhar sem medo
 - 2.3.2. O caderno como ferramenta
 - 2.3.3. O Livro do artista, o que é?
 - 2.3.4. Referências
- 2.4. Criação do nosso livro do artista
 - 2.4.1. Análise e jogo: lápis e marcadores
 - 2.4.2. Truques para soltar a mão
 - 2.4.3. Primeiras linhas
 - 2.4.4. A esferográfica
- 2.5. Criação do nosso livro do artista II
 - 2.5.1. A mancha
 - 2.5.2. Os lápis de cera. Experimentação
 - 2.5.3. Pigmentos naturais
- 2.6. Criação do nosso livro do artista III
 - 2.6.1. Colagem e fotomontagem
 - 2.6.2. Ferramentas tradicionais
 - 2.6.3. Ferramentas *online*: Pinterest
 - 2.6.4. Experimentação com composição de imagem
- 2.7. Fazer sem pensar
 - 2.7.1. O que se consegue fazer sem pensar?
 - 2.7.2. Improvisar: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Pintura de ação*
- 2.8. O crítico como artista
 - 2.8.1. A crítica construtiva
 - 2.8.2. Manifesto sobre uma crítica criativa
- 2.9. O bloqueio criativo
 - 2.9.1. O que é o bloqueio?
 - 2.9.2. Expanda os seus limites
 - 2.9.3. Caso prático: sujar as mãos
- 2.10. Estudo do livro do artista
 - 2.10.1. As emoções e a sua gestão no domínio criativo
 - 2.10.2. O eu próprio num caderno
 - 2.10.3. O que senti? Autoanálise
 - 2.10.4. Caso prático: Crítica a mim próprio

Módulo 3. Tecnologia digital

- 3.1. Introdução à imagem digital
 - 3.1.1. As TIC
 - 3.1.2. Descrição das tecnologias
 - 3.1.3. Comandos
- 3.2. Imagem vetorial. Trabalhar com objetos
 - 3.2.1. Ferramentas de seleção
 - 3.2.2. Agrupamento
 - 3.2.3. Alinhar e distribuir
 - 3.2.4. Guias inteligentes
 - 3.2.5. Símbolos
 - 3.2.6. Transformar
 - 3.2.7. Distorção
 - 3.2.8. Envolventes
 - 3.2.9. Pathfinder
 - 3.2.10. Formas compostas
 - 3.2.11. Traçados compostos
 - 3.2.12. Cortar, dividir e separar
- 3.3. Imagem vetorial. Cor
 - 3.3.1. Modos de cor
 - 3.3.2. Ferramenta conta-gotas
 - 3.3.3. Amostras
 - 3.3.4. Gradeados
 - 3.3.5. Preenchimento de padrões
 - 3.3.6. Painel de aparência
 - 3.3.7. Atributos
- 3.4. Imagem vetorial. Edição avançada
 - 3.4.1. Malha em graduado
 - 3.4.2. Painel de transparência
 - 3.4.3. Modos de fusão
 - 3.4.4. Decalque interativo
 - 3.4.5. Máscaras de recorte
 - 3.4.6. Texto



- 3.5. Imagem Mapa de Bits. Camadas
 - 3.5.1. Criação
 - 3.5.2. Ligação
 - 3.5.3. Transformação
 - 3.5.4. Agrupamento
 - 3.5.5. Camadas de ajustamento
- 3.6. Imagem Mapa de Bits. Seleções, máscaras e canais
 - 3.6.1. Ferramenta de seleção da moldura
 - 3.6.2. Ferramenta de seleção Laço
 - 3.6.3. Ferramenta de varinha mágica
 - 3.6.4. Menu de seleções. Gama de cores
 - 3.6.5. Canais
 - 3.6.6. Retoque de máscaras
 - 3.6.7. Máscaras de recorte
 - 3.6.8. Máscaras vectoriais
- 3.7. Imagem Mapa de Bits. Modos de fusão e estilos de camadas
 - 3.7.1. Estilos de camadas
 - 3.7.2. Opacidade
 - 3.7.3. Opções de estilos de camadas
 - 3.7.4. Modos de fusão
 - 3.7.5. Exemplos de modos de fusão
- 3.8. O projeto editorial. Tipos e formas
 - 3.8.1. O projeto editorial
 - 3.8.2. Tipologia dos projetos editoriais
 - 3.8.3. Criação e configuração do documento
- 3.9. Elementos de composição do projeto editorial
 - 3.9.1. Páginas principais
 - 3.9.2. Reticulação
 - 3.9.3. Integração e composição de texto
 - 3.9.4. Integração de imagem

- 3.10. **Layout**, exportação e impressão
 - 3.10.1. Paginação
 - 3.10.1.1. Seleção e edição fotográfica
 - 3.10.1.2. Verificação preliminar
 - 3.10.1.3. Empacotar
 - 3.10.2. Exportação
 - 3.10.2.1. Exportação para meios digitais
 - 3.10.2.2. Exportação para o meio físico
 - 3.10.3. Impressão
 - 3.10.3.1. Impressão tradicional
 - 3.10.3.1.1. Encadernação
 - 3.10.3.2. Impressão digital

Módulo 4. Fundamentos de Marketing

- 4.1. Introdução à mercadotecnia
 - 4.1.1. Conceito de marketing
 - 4.1.1.1. Definição de mercadotecnia
 - 4.1.1.2. Evolução e estado atual da mercadotecnia
 - 4.1.2. Diferentes abordagens ao marketing
- 4.2. Mercadotecnia na empresa: estratégica e operacional. O plano de mercadotecnia
 - 4.2.1. A gestão comercial
 - 4.2.2. Importância da gestão comercial
 - 4.2.3. Diversidade de formas de liderança
 - 4.2.4. O marketing estratégico
 - 4.2.5. A estratégia comercial
 - 4.2.6. Âmbitos de aplicação
 - 4.2.7. O planeamento comercial
 - 4.2.8. O plano de marketing
 - 4.2.9. Conceitos e definições
 - 4.2.10. Etapas do plano de mercadotecnia
 - 4.2.11. Tipos de plano de mercadotecnia

- 4.3. O meio empresarial e o mercado para as organizações
 - 4.3.1. O ambiente
 - 4.3.2. Conceitos e limites do ambiente
 - 4.3.3. Macro-ambiente
 - 4.3.4. Microambiente
 - 4.3.5. O mercado
 - 4.3.6. Conceitos e limites do mercado
 - 4.3.7. Evolução dos mercados
 - 4.3.8. Tipos de mercados
 - 4.3.9. A importância da concorrência
- 4.4. Comportamento do consumidor
 - 4.4.1. A importância do comportamento na estratégia
 - 4.4.2. Fatores de influência
 - 4.4.3. Vantagens para a empresa
 - 4.4.4. Benefícios para o consumidor
 - 4.4.5. Abordagens ao comportamento dos consumidores
 - 4.4.6. Características e complexidade
 - 4.4.7. Variáveis envolvidas
 - 4.4.8. Diferentes tipos de abordagens
- 4.5. Etapas do processo de compra do consumidor
 - 4.5.1. Foco
 - 4.5.2. Abordagem de acordo com diferentes autores
 - 4.5.3. A evolução do processo na história
 - 4.5.4. Fases
 - 4.5.5. Reconhecimento do problema
 - 4.5.6. Procura de informações
 - 4.5.7. Avaliação de alternativas
 - 4.5.8. Decisão de compra
 - 4.5.9. Pós-compra
 - 4.5.10. Modelos na tomada de decisões
 - 4.5.11. Modelo econômico
 - 4.5.12. Modelo psicológico
 - 4.5.13. Modelos de comportamento mistos
 - 4.5.14. Segmentação do mercado na estratégia das organizações
 - 4.5.15. Segmentação de mercado
 - 4.5.16. Conceito
 - 4.5.17. Tipos de segmentação
 - 4.5.18. A influência da segmentação nas estratégias
 - 4.5.19. Importância da segmentação na empresa
 - 4.5.20. Planificação de estratégias baseadas na segmentação
- 4.6. Critérios de segmentação dos mercados de consumo e industrial
- 4.7. Procedimento para a segmentação
 - 4.7.1. Delimitação do segmento
 - 4.7.2. Identificação de perfis
 - 4.7.3. Avaliação do procedimento
- 4.8. Critérios de segmentação
 - 4.8.1. Características geográficas
 - 4.8.2. Características sociais e econômicas
 - 4.8.3. Outros critérios
 - 4.8.4. Reação dos consumidores à segmentação
- 4.9. Mercado da oferta-procura. Avaliação da segmentação
 - 4.9.1. Análise da oferta
 - 4.9.1.1. Classificação da oferta
 - 4.9.1.2. Determinação da oferta
 - 4.9.1.3. Fatores que afetam a oferta
 - 4.9.2. Análise da procura
 - 4.9.2.1. Classificação da procura
 - 4.9.2.2. Áreas de mercado
 - 4.9.2.3. Estimativa da procura
 - 4.9.3. Avaliação da segmentação
 - 4.9.3.1. Sistemas de avaliação
 - 4.9.3.2. Métodos de monitorização
 - 4.9.3.3. Retroalimentação
- 4.10. A mercadotecnia mix
 - 4.10.1. Definição de marketing mix
 - 4.10.1.1. conceito e definição
 - 4.10.1.2. História e evolução

- 4.10.2. Elementos do marketing mix
 - 4.10.2.1. Produto
 - 4.10.2.2. Preço
 - 4.10.2.3. Distribuição
 - 4.10.2.4. Promoção
- 4.10.3. Os novos 4P do marketing
 - 4.10.3.1. Personalização
 - 4.10.3.2. Participação
 - 4.10.3.3. *Peer to Peer*
 - 4.10.3.4. Previsões modeladas
- 4.10.4. Estratégias de gestão atual da carteira de produtos. Crescimento e estratégias competitivas de marketing
- 4.10.5. Estratégias de carteira
 - 4.10.5.1. A matriz BCG
 - 4.10.5.2. A matriz Ansoff
 - 4.10.5.3. A matriz de posição competitiva
- 4.10.6. Estratégias
 - 4.10.6.1. Estratégia de segmentação
 - 4.10.6.2. Estratégia de posicionamento
 - 4.10.6.3. Estratégia de fidelização
 - 4.10.6.4. Estratégia funcional

Módulo 5. Imagem corporativa

- 5.1. A identidade
 - 5.1.1. Ideia de identidade
 - 5.1.2. Porque procuramos a identidade?
 - 5.1.3. Tipos de identidade
 - 5.1.4. Identidade digital
- 5.2. Identidade corporativa
 - 5.2.1. Definição. Porquê ter uma identidade corporativa?
 - 5.2.2. Fatores que influenciam a identidade corporativa
 - 5.2.3. Componentes da identidade corporativa
 - 5.2.4. Comunicação da identidade
 - 5.2.5. Identidade corporativa, *branding* e imagem corporativa

- 5.3. Imagem corporativa
 - 5.3.1. características da imagem corporativa
 - 5.3.2. Para que serve a imagem corporativa?
 - 5.3.3. Tipos de imagem corporativa
 - 5.3.4. Exemplos
- 5.4. Os sinais básicos de identificação
 - 5.4.1. O nome ou *naming*
 - 5.4.2. Logótipos
 - 5.4.3. Monogramas
 - 5.4.4. Imagótipo
- 5.5. Fatores de memorização da identidade
 - 5.5.1. Originalidade
 - 5.5.2. Valor simbólico
 - 5.5.3. Pregnância
 - 5.5.4. Repetição
- 5.6. Metodologia para o processo de criação de uma marca
 - 5.6.1. Estudo do setor e da concorrência
 - 5.6.2. *Briefing*, modelo
 - 5.6.3. Definir estratégia e personalidade da marca. Os valores
 - 5.6.4. Público-alvo
- 5.7. O cliente
 - 5.7.1. Intuir como é o cliente
 - 5.7.2. Tipologias de clientes
 - 5.7.3. O processo de reunião
 - 5.7.4. A importância de conhecer o cliente
 - 5.7.5. Instauração de um orçamento
- 5.8. Manual de identidade corporativa
 - 5.8.1. Normas de construção e aplicação da marca
 - 5.8.2. Tipografia corporativa
 - 5.8.3. Cores corporativas
 - 5.8.4. Outros elementos gráficos
 - 5.8.5. Exemplos de manuais empresariais

- 5.9. *Redesign* da identidade
 - 5.9.1. Razões para optar pelo *redesign* de uma identidade
 - 5.9.2. Gerir uma mudança na identidade corporativa
 - 5.9.3. Boas práticas. Referências visuais
 - 5.9.4. Más práticas. Referências visuais
- 5.10. Projeto de identidade da marca
 - 5.10.1. Apresentação e explicação do projeto. Referências
 - 5.10.2. *Brainstorming*. Análise do mercado
 - 5.10.3. Público-alvo, valor da marca
 - 5.10.4. Primeiras ideias e esboços. Técnicas criativas
 - 5.10.5. Estabelecimento do projeto. Tipografias e cores
 - 5.10.6. Entrega e correção de projetos

Módulo 6. Design para fabrico

- 6.1. Design para fabrico e montagem
- 6.2. Enformação por moldagem
 - 6.2.1. Fundição
 - 6.2.2. Injeção
- 6.3. Enformação por deformação
 - 6.3.1. Deformação plástica
 - 6.3.2. Estampagem
 - 6.3.3. Forja
 - 6.3.4. Extrusão
- 6.4. Enformação por perda de material
 - 6.4.1. Por abrasão
 - 6.4.2. Por remoção de metal
- 6.5. Tratamento térmico
 - 6.5.1. Temperamento
 - 6.5.2. Revenimento
 - 6.5.3. Recozimento
 - 6.5.4. Normalização
 - 6.5.5. Tratamentos termoquímicos

- 6.6. Aplicação de tintas e revestimentos
 - 6.6.1. Tratamentos eletroquímicos
 - 6.6.2. Tratamentos eletrolíticos
 - 6.6.3. Tintas, lacas e vernizes
- 6.7. Enformação de polímeros e materiais cerâmicos
- 6.8. Fabrico de peças de materiais compostos
- 6.9. Fabricação aditiva
 - 6.9.1. *Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Deposição direta de energia*
 - 6.9.3. *Binder Jetting*
 - 6.9.4. *Bound Powder Extrusion*
- 6.10. Engenharia robusta
 - 6.10.1. Método Taguchi
 - 6.10.2. Design de experiências
 - 6.10.3. Controlo estatístico de processos

Módulo 7. Materiais

- 7.1. Propriedades dos materiais
 - 7.1.1. Propriedades mecânicas
 - 7.1.2. Propriedades elétricas
 - 7.1.3. Propriedades óticas
 - 7.1.4. Propriedades magnéticas
- 7.2. Materiais metálicos I. Férricos
- 7.3. Materiais metálicos II. Não férricos
- 7.4. Materiais poliméricos
 - 7.4.1. Termoplásticos
 - 7.4.2. Plásticos termoendurecíveis
- 7.5. Materiais cerâmicos
- 7.6. Materiais compostos
- 7.7. Biomateriais
- 7.8. Nanomateriais
- 7.9. Corrosão e degradação dos materiais
 - 7.9.1. Tipos de corrosão
 - 7.9.2. Oxidação de metais
 - 7.9.3. Controlo da corrosão

- 7.10. Ensaaios não destrutivos
 - 7.10.1. Inspeções visuais e endoscopias
 - 7.10.2. Ultrassom
 - 7.10.3. Radiografias
 - 7.10.4. Correntes parasíticas Foucolt (Eddy)
 - 7.10.5. Partículas magnéticas
 - 7.10.6. Líquidos penetrantes
 - 7.10.7. Termografia de infravermelhos

Módulo 8. *Design* sustentável

- 8.1. Estado ambiental
 - 8.1.1. Contexto ambiental
 - 8.1.2. Perceção ambiental
 - 8.1.3. Consumo e consumismo
- 8.2. Produção sustentável
 - 8.2.1. Pegada ecológica
 - 8.2.2. Biocapacidade
 - 8.2.3. Défice ecológico
- 8.3. Sustentabilidade e inovação
 - 8.3.1. Processos de produção
 - 8.3.2. Gestão de processos
 - 8.3.3. Início da produção
 - 8.3.4. Produtividade mediante o desenho
- 8.4. Introdução. *Ecodesign*
 - 8.4.1. Desenvolvimento sustentável
 - 8.4.2. Ecologia industrial
 - 8.4.3. Ecoeficiência
 - 8.4.4. Introdução ao conceito de *Ecodesign*
- 8.5. Metodologias do *Ecodesign*
 - 8.5.1. Propostas metodológicas para a implementação do *Ecodesign*
 - 8.5.2. Preparação do projeto (forças motrizes, legislação)
 - 8.5.3. Aspetos ambientais

- 8.6. Avaliação do Ciclo de Vida (LCA)
 - 8.6.1. Unidade funcional
 - 8.6.2. Inventário
 - 8.6.3. Lista de impactos
 - 8.6.4. Geração de conclusões e estratégia
- 8.7. Ideias de melhoria (estratégias de *ecodesign*)
 - 8.7.1. Reduzir o impacto
 - 8.7.2. Aumentar a unidade funcional
 - 8.7.3. Impacto positivo
- 8.8. A economia circular
 - 8.8.1. Definição
 - 8.8.2. Evolução
 - 8.8.3. Casos de sucesso
- 8.9. *De berço a berço*
 - 8.9.1. Definição
 - 8.9.2. Evolução
 - 8.9.3. Casos de sucesso
- 8.10. Regulamentos Ambientais
 - 8.10.1. Porque precisamos de regulamentação
 - 8.10.2. Quem faz a regulamentação
 - 8.10.3. Quadro ambiental da União Europeia
 - 8.10.4. Regulamentos no processo de desenvolvimento

Módulo 9. Materiais para o design

- 9.1. O material como inspiração
 - 9.1.1. Procura de materiais
 - 9.1.2. Classificação
 - 9.1.3. O material e o seu contexto
- 9.2. Materiais para desenho
 - 9.2.1. Utilizações comuns
 - 9.2.2. Contraindicações
 - 9.2.3. Combinação de materiais

- 9.3. Arte + Inovação
 - 9.3.1. Materiais na arte
 - 9.3.2. Novos materiais
 - 9.3.3. Materiais compostos
- 9.4. Física
 - 9.4.1. Conceitos básicos
 - 9.4.2. Composição dos materiais
 - 9.4.3. Ensaio mecânicos
- 9.5. Tecnologia
 - 9.5.1. Materiais inteligentes
 - 9.5.2. Materiais dinâmicos
 - 9.5.3. O futuro nos materiais
- 9.6. Sustentabilidade
 - 9.6.1. Aquisição
 - 9.6.2. Utilização
 - 9.6.3. Gestão final
- 9.7. Biomimética
 - 9.7.1. Reflexão
 - 9.7.2. Transparência
 - 9.7.3. Outras técnicas
- 9.8. Inovação
 - 9.8.1. Casos de sucesso
 - 9.8.2. Investigação de materiais
 - 9.8.3. Fontes de investigação
- 9.9. Prevenção de riscos
 - 9.9.1. Fator de segurança
 - 9.9.2. Incêndio
 - 9.9.3. Rutura
 - 9.9.4. Outros riscos
- 9.10. Regulamentos e legislação
 - 9.10.1. Regulamentos de acordo com a aplicação
 - 9.10.2. Regulamentos de acordo com o setor
 - 9.10.3. Regulamentos de acordo com a localização

Módulo 10. Design de Embalagens

- 10.1. Introdução ao *packaging*
 - 10.1.1. Perspetiva histórica
 - 10.1.2. Características funcionais
 - 10.1.3. Descrição do sistema-produto e do ciclo de vida
- 10.2. Investigação sobre o *packaging*
 - 10.2.1. Fontes de informação
 - 10.2.2. Trabalho de campo
 - 10.2.3. Comparações e estratégias
- 10.3. *Embalagem* estrutural
 - 10.3.1. Análise de necessidades específicas
 - 10.3.2. Forma, cor, cheiro, volume e texturas
 - 10.3.3. Ergonomia do recipiente
- 10.4. Marketing do *Packaging*
 - 10.4.1. Relação da embalagem com a marca e o produto
 - 10.4.2. Aplicação da imagem da marca
 - 10.4.3. Exemplos
- 10.5. Comunicação em *packaging*
 - 10.5.1. Relação da embalagem com o produto, o cliente e o utilizador
 - 10.5.2. Design de sentidos
 - 10.5.3. Design de experiência
- 10.6. Materiais e processos de produção
 - 10.6.1. Vidro
 - 10.6.2. Papel e cartão
 - 10.6.3. Metal
 - 10.6.4. Plásticos
 - 10.6.5. Materiais compostos por materiais naturais
- 10.7. Sustentabilidade aplicada ao *packaging*
 - 10.7.1. Estratégias de ecodesign
 - 10.7.2. Análise do ciclo de vida
 - 10.7.3. Embalagem como resíduo



- 10.8. Legislação
 - 10.8.1. Regulamentos específicos: identificação e codificação
 - 10.8.2. Regulamentos de plástico
 - 10.8.3. Tendências no regulamento
- 10.9. Inovação em *packaging*
 - 10.9.1. Diferenciação através da embalagem
 - 10.9.2. Últimas tendências
 - 10.9.3. *Design for all*
- 10.10. Projetos de *packaging*
 - 10.10.1. Casos de estudo
 - 10.10.2. Estratégia de *packaging*
 - 10.10.3. Exercício prático

“

Uma decisão importante na sua carreira que o ajudará a desenvolver-se como um profissional altamente qualificado no setor do design de produtos”

06

Estágios

No final do período teórico, o designer terá a possibilidade de realizar um estágio de 120 horas de duração distribuídas ao longo de 3 semanas. Aqui, poderá participar ativamente em projetos industriais e trabalhar em conjunto com uma equipa de profissionais com uma longa e extensa carreira no setor. Desta forma, poderão aplicar tudo o que aprenderam na primeira fase, concentrando-se no aperfeiçoamento das suas competências através do trabalho e da resolução de situações complexas e reais.





“

Um orientador orientá-lo-á durante o estágio para que possa tirar sempre o máximo partido do mesmo”

Este Mestrado Próprio b-learning em Design de Produtos foi proposto pela TECH com o objetivo de proporcionar ao aluno um estágio de 3 semanas num centro de prestígio no setor do design e marketing. O Mestrado Próprio b-learning decorrerá de segunda a sexta-feira, com jornadas de 8 horas consecutivas, trabalhando lado a lado com especialistas que o acompanharão em todos os momentos e o orientarão para que possa tirar o máximo partido desta experiência. Este estágio permitir-lhe-á participar ativamente nos projetos de design que estejam a ser desenvolvidos nesse momento na empresa, aplicando as estratégias e técnicas mais recentes e manuseando as ferramentas e o hardware mais sofisticados do setor.

Nesta formação totalmente prática, as atividades visam desenvolver e aperfeiçoar as competências necessárias à prática do design, planeamento e criação de projetos relacionados com variados tipos de produtos e sendo orientadas para o exercício da atividade e um alto desempenho profissional.

Trata-se, sem dúvida, de uma oportunidade única de adquirir um conhecimento amplo e especializado, trabalhando numa empresa líder e moderna, caracterizada pela sua qualidade profissional e pelo sucesso garantido dos seus projetos. Além disso, tornar-se-á numa experiência fundamental que ajudará o aluno a aperfeiçoar as suas competências profissionais e a completar o seu CV com uma característica distintiva que o fará sobressair em qualquer processo de seleção.

O estágio intensivo na empresa permitir-lhe-á realizar um número mínimo de atividades de estágio nos serviços de design e criação, bem como em relação a outras áreas do centro: Marketing, branding, gestão criativa, desenvolvimento operacional ou eco-design, o que lhe dará a possibilidade de implementar os procedimentos criativos mais inovadores de uma forma abrangente.

A parte prática será realizada com a participação ativa do aluno na realização das atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e orientação dos professores e outros colegas de formação, o que facilita o trabalho em equipa e a integração multidisciplinar como competências transversais à praxis do Design (aprender a ser e aprender a relacionar-se).



Integrará uma equipa de designers altamente qualificados e terá de trabalhar ativamente com eles para fazer avançar os projetos através da utilização das técnicas e estratégias mais recentes"



Os procedimentos descritos a seguir constituirão a base da parte prática da formação e a sua aplicação está sujeita à disponibilidade do centro e à sua carga de trabalho, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Design para o fabrico de produtos	Desenhar produtos tendo em conta todos os processos de fabrico pelos quais devem passar
	Aplicar uma metodologia de engenharia robusta para prever potenciais falhas no design do produto
	Desenvolver um projeto de design de produto tendo em conta a embalagem do mesmo
Tecnologias digitais para o Design de Produtos	Criar imagens vetoriais avançadas, com objetos e a cores
	Criar uma imagem de mapa de bits adequada utilizando ferramentas digitais
	Configurar e exportar o nosso trabalho tendo em conta o processo de impressão
Materiais para o Design de Produtos e a sua utilização sustentável	Utilizar materiais metálicos, poliméricos, cerâmicos ou compósitos para desenhar um produto
	Efetuar testes não destrutivos para avaliar as propriedades e a durabilidade do produto
	Aplicar fatores de segurança como o fogo, a rutura ou outros riscos no processo de criação de produtos
	Utilizar metodologias e técnicas de design ecológico para criar produtos respeitadores do ambiente
Marketing e Imagem Corporativa no Design de Produtos	Desenhar produtos para projetar a imagem da empresa e a identidade da marca
	Aplicar técnicas de marketing estratégico e operacional da empresa
	Desenvolver a segmentação do produto de forma a realizar um design de acordo com a mesma

Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de formação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para tal, esta entidade educativa compromete-se a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro onde se realiza a formação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da formação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão da formação prática no centro.



Condições Gerais do Mestrado Próprio b-learning

As condições gerais do contrato de estágio são as seguintes:

1. ORIENTAÇÃO: durante o Mestrado Próprio b-learning, o aluno terá dois orientadores que o acompanharão durante todo o processo, resolvendo toda as dúvidas e questões que possam surgir. Por um lado, haverá um orientador profissional pertencente ao centro de estágios, cujo objetivo será orientar e apoiar o estudante em todos os momentos. Por outro lado, será também atribuído um orientador académico, cuja missão será coordenar e ajudar o aluno ao longo de todo o processo, esclarecendo dúvidas e auxiliando-o em tudo o que necessitar. Desta forma, o profissional estará sempre acompanhado e poderá esclarecer todas as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática como académica.

2. DURAÇÃO: o programa de estágio terá a duração de 3 semanas consecutivas de formação prática, distribuídas por turnos de 8 horas, em 5 dias por semana. Os dias de comparência e o horário serão da responsabilidade do centro, devendo informar o profissional devida e antecipadamente, com tempo suficiente para facilitar a sua organização.

3. NÃO COMPARÊNCIA: em caso de não comparência no dia do início do Mestrado Próprio b-learning, o aluno perderá o direito ao mesmo sem possibilidade de reembolso ou de alteração de datas. A ausência por mais de 2 dias de estágio, sem causa justificada/médica, implica a anulação do estágio e, por conseguinte, a sua rescisão automática. Qualquer problema que surja no decurso da participação no estágio deve ser devidamente comunicado, com carácter de urgência, ao orientador académico.

4. CERTIFICAÇÃO: o aluno que concluir o Mestrado Próprio b-learning receberá um certificado que acreditará a sua participação no centro em questão.

5. RELAÇÃO PROFISSIONAL: o Mestrado Próprio b-learning não constitui uma relação profissional de qualquer tipo.

6. ESTUDOS PRÉVIOS: alguns centros podem solicitar um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Próprio b-learning. Nestes casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágios da TECH, para que seja confirmada a atribuição do centro selecionado.

7. NÃO INCLUI: o Mestrado Próprio b-learning não incluirá qualquer elemento não descrito nas presentes condições. Por conseguinte, não inclui alojamento, transporte para a cidade onde se realizam os estágios, vistos ou qualquer outro serviço não descrito acima.

No entanto, o aluno poderá consultar o seu orientador académico se tiver qualquer dúvida ou recomendação a este respeito. Este fornecer-lhe-á todas as informações necessárias para facilitar os procedimentos envolvidos.

07

Onde posso fazer os estágios?

Para a seleção dos estágios, a TECH submete as empresas a um rigoroso controlo de qualidade que garante que a experiência do aluno nas suas instalações será tão gratificante e formativa quanto o esperado. Desta forma, o designer que frequentar este Mestrado Próprio b-learning terá a oportunidade de realizar um estágio numa grande entidade do setor do design e do marketing digital, caracterizada não só pelo seu prestígio internacional, mas também pela qualidade humana da sua equipa de profissionais.




“

Trabalhar ativamente e lado a lado com designers especializados é a melhor forma de concluir um Mestrado Próprio b-learning que marcará um antes e um depois na sua carreira"



Os alunos podem efetuar a parte prática deste Mestrado Próprio b-learning nos seguintes centros:



Design

Piensemmarketing

País	Cidade
Argentina	Río Negro

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

Agência de marketing e comunicação social e digital

Formações práticas relacionadas:

- Criação e Empreendedorismo na Empresa Digital
- MBA em Marketing Digital





“

Aproveite esta oportunidade para se rodear de profissionais especializados e aprender com a sua metodologia de trabalho”

08

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: **o Relearning**. Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



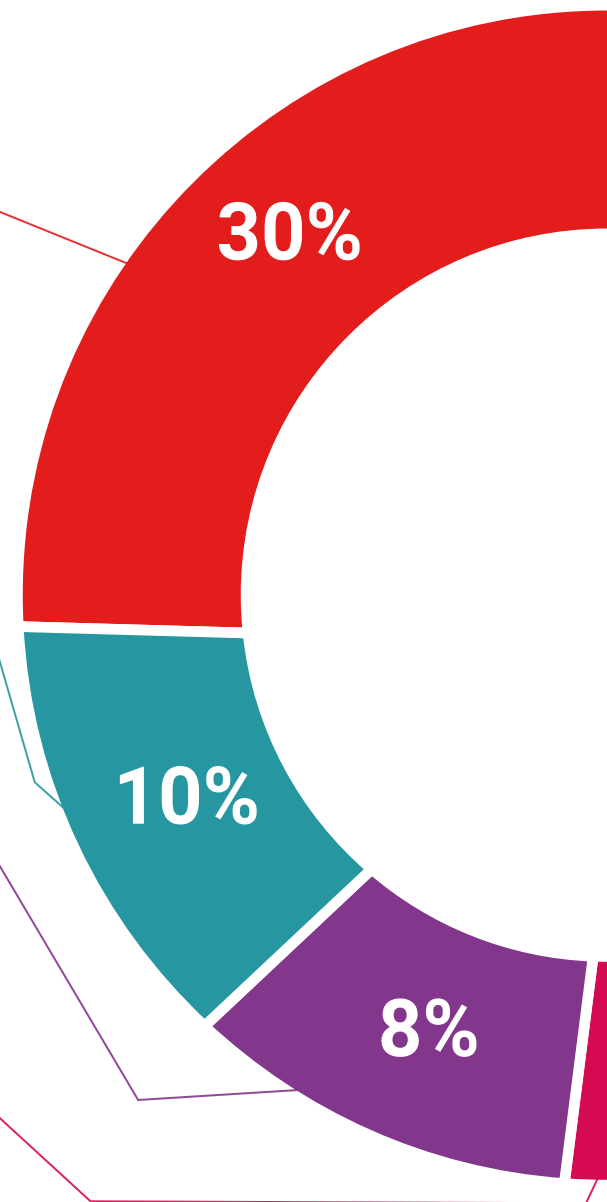
Práticas de aptidões e competências

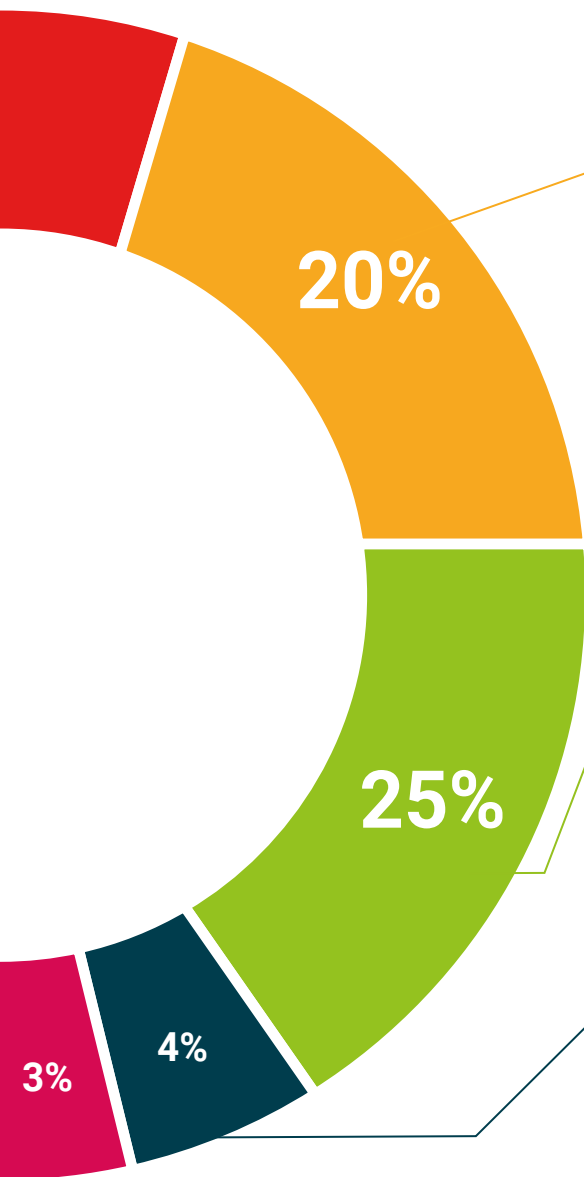
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



09

Certificação

O Mestrado Próprio b-learning em Design de Produtos garante, para além do conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um certificado de Mestrado Próprio b-learning emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Mestrado Próprio b-learning em Design de Produtos** conta com o conteúdo científico mais completo e atualizado do mercado.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio, com aviso de receção, o certificado* correspondente ao título de **Mestrado Próprio b-learning** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

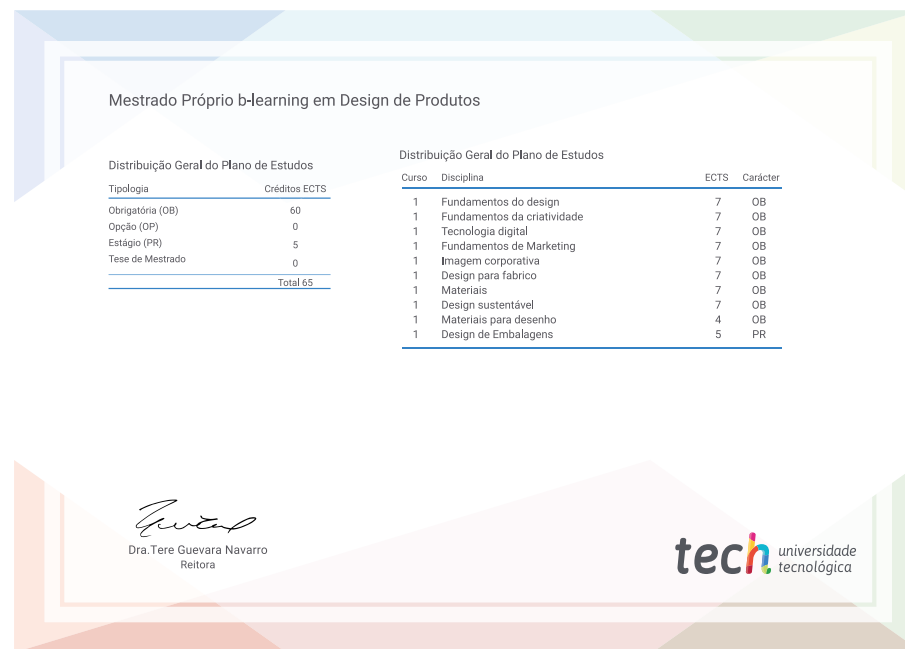
Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para a sua capacitação universitária, sendo 100% válido e atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Certificação: **Mestrado Próprio b-learning em Design de Produtos**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

ECTS: **60 + 5**



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Universidade Tecnológica providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento
presente
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio b-learning Design de Produtos

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Universidade Tecnológica

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Mestrado Próprio b-learning

Design de Produtos

