

Mestrado Próprio Semipresencial

Design de Produto





Mestrado Próprio Semipresencial

Design de Produto

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Horas letivas: 1.620h

Acesso ao site: www.techtitute.com/br/design/mestrado-proprio-semipresencial/design-produto

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Por que fazer este Mestrado
Próprio Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 18

05

Conteúdo programático

pág. 22

06

Estágio

pág. 34

07

Onde posso realizar
o Estágio?

pág. 40

08

Metodologia

pág. 44

09

Certificado

pág. 52

01

Apresentação

O surgimento das vendas pela Internet aumentou a importância de um bom design de produto. Atualmente, há um mercado físico e digital caracterizado pela concorrência entre as empresas que comercializam seus produtos. Nessa área, aqueles que, além de oferecer qualidade e funcionalidade, fazem a diferença, cuidam de sua imagem e adequam sua aparência às demandas do setor. É por isso que o designer de produtos tem se tornado uma profissão extremamente valorizada. Os alunos podem encontrar as informações necessárias em um programa completo, que reúne os conteúdos teóricos mais atualizados. Além disso, o programa conta com um estágio prático de excelência em uma conceituada empresa internacional, onde o aluno terá contato com os maiores especialistas em Design de Produtos.



“

Se você está em busca de um curso que ofereça o melhor conteúdo teórico e a garantia de um estágio prático em uma empresa líder no setor de Design e Marketing, esta é a sua melhor oportunidade”

A história da comercialização mostrou em muitas situações que ter um produto de qualidade e que atenda às expectativas para as quais foi criado não é suficiente se o seu design não tiver sido bem elaborado. Grandes multinacionais, como LG, Apple, Coca-Cola ou McDonald's, foram obrigadas a retirar seus produtos do mercado devido à rejeição da população à mensagem transmitida ou ao fracasso estrondoso de seus lançamentos. O cuidado com o branding, associado a uma boa estratégia de marketing e a um design apropriado baseado nas tendências atuais da sociedade, é essencial para o sucesso.

Além disso, o crescimento do comércio eletrônico, onde o cliente apenas visualiza uma imagem, também incentivou a necessidade de cuidar dela, valorizando a criatividade e o bom gosto em detrimento da própria funcionalidade. Todo profissional que deseja atuar com sucesso nessa área deve compreender isso e saber que é necessário estar preparado e conhecer detalhadamente os pormenores do setor. É por isso que a TECH decidiu lançar este completo Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Produto, um programa multidisciplinar que irá lhe proporcionar um conhecimento abrangente e completo sobre o cenário atual dessa área.

Trata-se de uma especialização com duração de 12 meses, onde o aluno terá acesso inicialmente, a 1.500 horas do melhor conteúdo teórico e complementar de forma totalmente online. Nesta etapa, o aluno irá explorar os fundamentos de design e criatividade, tecnologia digital, marketing, as vantagens e desvantagens da imagem corporativa e design para fabricação, sustentabilidade e os melhores materiais para cada projeto.

Após o término do plano de estudos, o aluno terá a oportunidade de fazer um estágio prático de 120 horas em uma empresa líder em Marketing Digital e em Design. Na agência, o aluno poderá participar ativamente de projetos modernos e inovadores, utilizar as ferramentas mais sofisticadas e aperfeiçoar suas habilidades e competências profissionais sob a orientação de especialistas. Trata-se de uma oportunidade única de adicionar ao currículo uma experiência acadêmica exclusiva que ajudará o aluno a se destacar em qualquer processo seletivo.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Produto** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado. Suas principais características são:

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 estudos de caso apresentados por profissionais de design e professores universitários com grande experiência no setor criativo
- ♦ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático, com o qual foi concebido, fornece informações científicas e exaustivas sobre as disciplinas essenciais para o exercício profissional
- ♦ O uso das ferramentas mais sofisticadas do setor, com ênfase especial no domínio das estratégias mais avançadas e das técnicas mais bem-sucedidas
- ♦ Análise e discussão de exemplos reais da rotina profissional para a compreensão de novos materiais viáveis para o Design de Produto
- ♦ Avaliação dos processos de ideação, criatividade e experimentação no Design de Produto e como aplicá-los a diferentes projetos
- ♦ Diretrizes práticas para estabelecer uma visão geral do design de recipientes, embalagens e rótulos, com a compreensão de que se trata de uma atividade em que diversos aspectos devem ser considerados, desde o produto que o acompanha até seu contexto físico e socioeconômico
- ♦ Aulas teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de conteúdo através de qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à Internet
- ♦ Além disso, será possível realizar um estágio presencial em uma empresa de referência da área

“

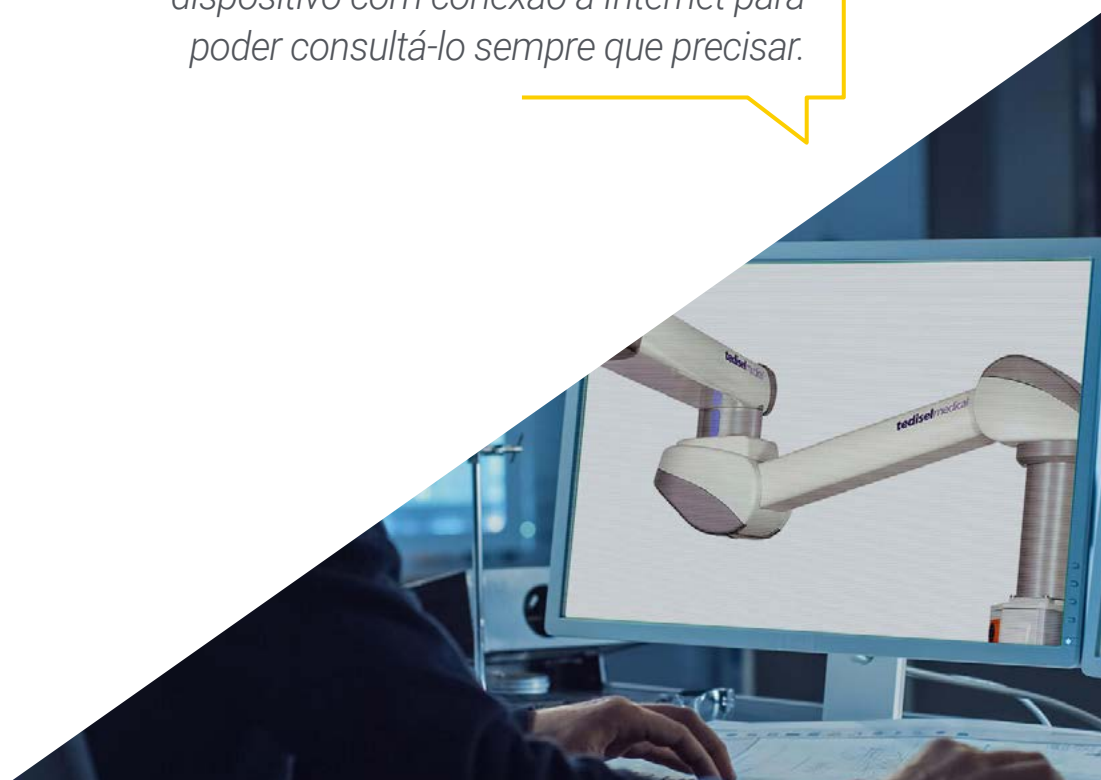
O plano de estudos foi elaborado por uma equipe de especialistas em Design com base nas tendências atuais do mercado e nas informações mais recentes da área”

Nesta proposta de Mestrado Próprio de natureza profissional e modalidade de aprendizagem semipresencial, o programa se destina à atualização de profissionais de Design que necessitam de uma qualificação de nível elevado. Os conteúdos se baseiam nas evidências mais recentes da área e são orientados de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática criativa, e os elementos teórico-práticos irão promover a atualização do conhecimento e permitir a tomada de decisões na criação, gestão, participação e direção de projetos.

Graças ao seu conteúdo multimídia desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, eles permitirão ao profissional de design um aprendizado situado e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará um aprendizado imersivo programado para capacitar em situações reais. A concepção deste programa se concentra no aprendizado baseado em problemas, por meio do qual os estudantes devem tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem ao longo do programa. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Você irá se aprofundar no cuidado com a imagem corporativa utilizando técnicas de Branding Comunicativo e as estratégias mais eficazes para atingir os objetivos traçados.

Você poderá acessar todo o conteúdo teórico e complementar desde o início do curso e poderá baixá-lo em qualquer dispositivo com conexão à Internet para poder consultá-lo sempre que precisar.



02

Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Na área de Design de Produto, as tendências estão em constante transformação. Ao mesmo tempo, o domínio das considerações teóricas dessa estrutura profissional não é suficiente. Também é necessário conhecimento prático que demonstre fluência e habilidade no uso de ferramentas criativas complexas. Nesse contexto, a TECH desenvolveu este programa que combina o estudo didático com um estágio intensivo em centros conceituados e importantes. Com essa especialização, os alunos obtêm um domínio elevado das tecnologias disponíveis e de suas aplicações mais inovadoras. Dessa forma, eles poderão participar de cargos cada vez mais competitivos e exigentes.



“

Este Mestrado Próprio Semipresencial é uma oportunidade de aprendizagem única em que a TECH irá proporcionar um estágio profissional que ampliará suas experiências e enriquecerá seu currículo pessoal”

1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

Graças a esta formação acadêmica, os alunos irão dominar o processo de desenvolvimento de produtos híbridos, onde estilos criativos diferentes são conectados. Eles também irão se especializar na busca pela multifuncionalidade e por tecnologias e ferramentas de produção que facilitem sua execução. O plano de estudos também irá ajudá-los a aprender sobre suas interfaces e técnicas específicas para seu uso.

2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

Este programa proporciona aos alunos um acompanhamento personalizado em duas fases distintas. Na primeira fase, um corpo docente composto por professores especializados estará em contato direto com os alunos para esclarecer dúvidas e conceitos relevantes. A segunda fase, dedicada ao estágio prático, contará com o acompanhamento de um orientador designado que será responsável por integrar o aluno em diferentes projetos e rotinas produtivas da empresa em questão.

3. Ingressar em ambientes de excelência na área de Design de Produto

A seleção criteriosa dos centros onde ocorrem o Estágio deste curso são uma prioridade para a TECH. Com isso, os alunos poderão ingressar em instituições onde o uso de recursos tecnológicos é fundamental, por serem considerados os mais modernos do mercado. Ao mesmo tempo, eles poderão comprovar as exigências de uma área profissional apontada como uma das mais exigentes e rigorosas na área de design.



4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Esse programa proporciona 1.500 horas de treinamento para o domínio teórico do setor de Design de Produto. Simultaneamente, os alunos poderão aplicar o que foi aprendido em um estágio prático de 3 semanas. Dessa forma, eles poderão desenvolver as habilidades de com rapidez e flexibilidade.

5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

Este Mestrado Próprio Semipresencial apresenta-se como único em seu gênero no mercado educacional, por proporcionar aos alunos acesso a centros selecionados especializados em Design de Produto e por dialogar com os maiores profissionais da área. Tudo isso é possível devido à rede de convênios e contatos que a TECH mantém por ser a maior universidade digital da atualidade.



Você irá vivenciar uma imersão prática completa na clínica que escolher”

03

Objetivos

As demandas do mercado atual implicam na presença de profissionais de design que dominem o trabalho criativo do produto adaptado às tendências da sociedade. Por essa razão, a TECH avaliou a necessidade de lançar este programa multidisciplinar que tem como objetivo orientar os alunos em sua profissionalização e no aperfeiçoamento de suas habilidades. Para isso, o programa proporcionará a eles as ferramentas acadêmicas mais atualizadas, as quais irão proporcionar conhecimentos aprofundados e que poderão ser desenvolvidos durante o estágio prático.





“

Domine a tecnologia digital associada a imagens digitais e vetoriais, utilizando os programas mais sofisticados e complexos da área de Design”

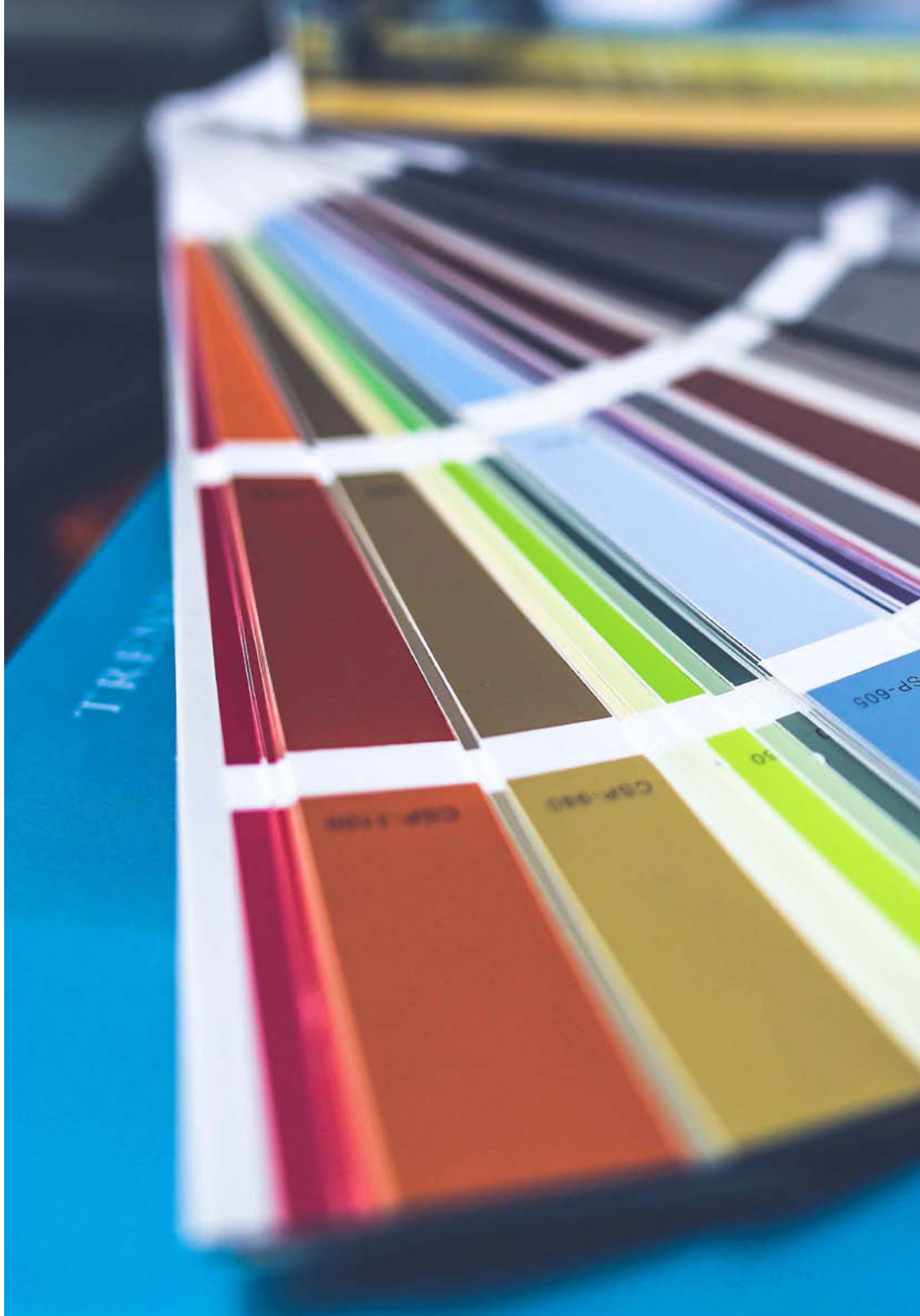


Objetivo geral

- O principal objetivo desse programa é permitir que o aluno compreenda o processo criativo, de análise e de estudo para realizar qualquer tipo de projeto de design. Por esse motivo, as estratégias de mercado e sua aplicação nos processos de comunicação e marketing, assim como seu desenvolvimento, receberão ênfase especial. Além disso, esse programa também tem o objetivo de apresentar ao designer os conceitos básicos que fazem parte da política de comunicação de uma organização: sua identidade, sua cultura, sua imagem, sua marca, sua reputação e responsabilidade social. Assim, ao término do estágio, o aluno aprenderá de forma detalhada os fundamentos e os aspectos internos e externos do design, além das referências, estilos e movimentos que o têm caracterizado desde suas origens até o presente

“

Embalagens atraentes também são indispensáveis. É por isso que este programa apresenta um módulo especificamente com foco no design de embalagens e rótulos”





Objetivos específicos

Módulo 1. Fundamentos do Design

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

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 usar técnicas para combatê-lo
- ♦ Investigar a si mesmo, o espaço emocional e o ambiente ao redor, para que seja feita uma análise desses elementos a fim de usá-los a favor da própria criatividade

Módulo 3. Tecnologia digital

- ♦ Dominar o vocabulário, as metodologias e o conteúdo teórico e prático sobre imagem digital
- ♦ Dominar o vocabulário, as metodologias e o conteúdo teórico e prático sobre imagem vetorial

Módulo 4. Fundamentos do Marketing

- ♦ Compreender o papel central da comunicação em um momento histórico definido pelos paradigmas da sociedade da informação e do conhecimento
- ♦ Conhecer os processos de comunicação em todas as suas manifestações sociais (interpessoais, grupais e midiáticas)
- ♦ Analisar as diversas abordagens acadêmicas e teóricas e as abordagens da comunicação
- ♦ Desenvolver uma compreensão do vocabulário compatível com a linguagem básica de marketing e comunicação
- ♦ Conhecer as características das redes sociais e sua distinção com os veículos de comunicação de massa, assim como suas implicações e as mudanças que geraram no marketing e na gestão do design

Módulo 5. Imagem corporativa

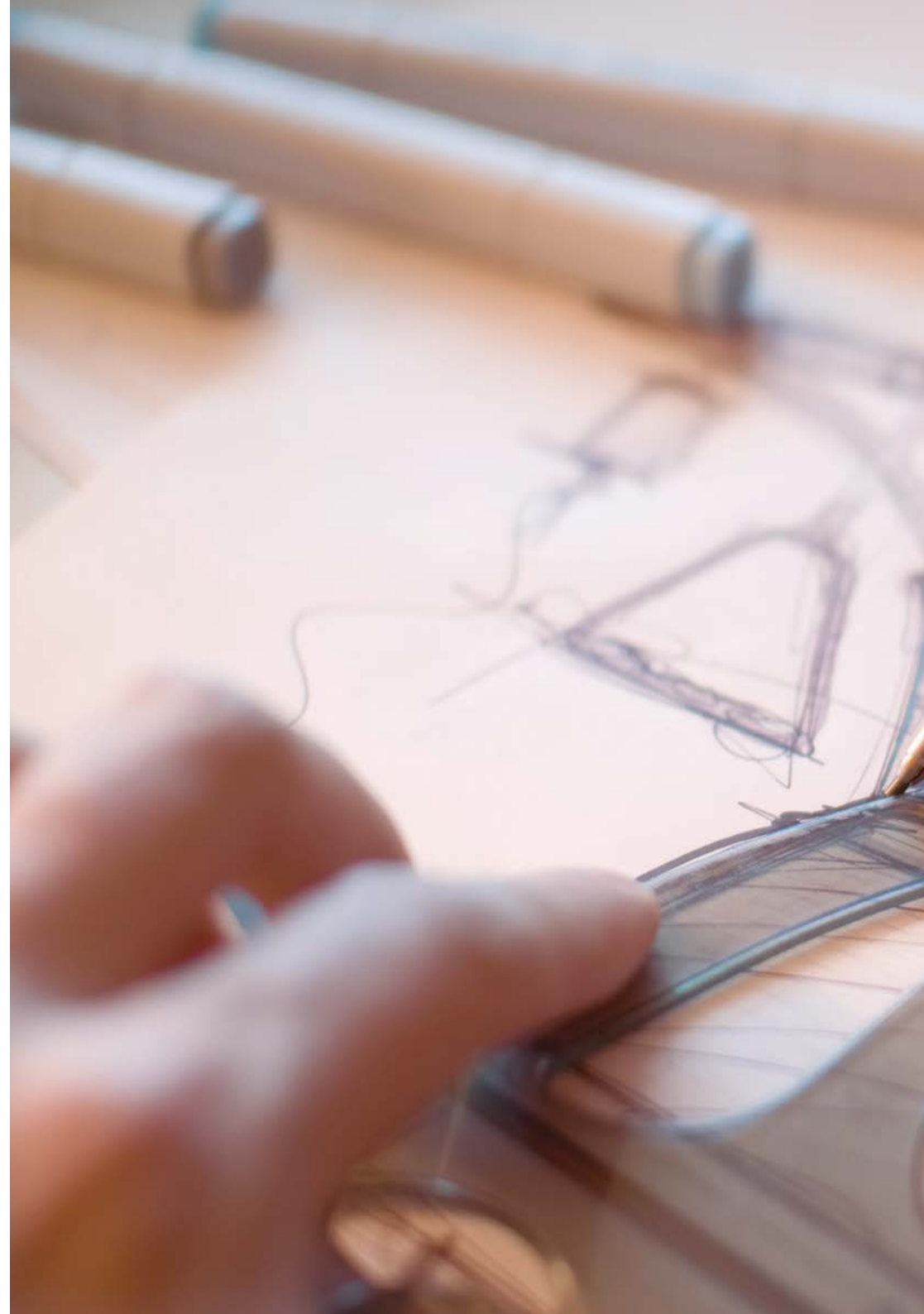
- ♦ Entender quais são as áreas estratégicas que um gestor gráfico deve gerenciar no processo comunicativo da identidade gráfica e visual das marcas

Módulo 6. Projeto para fabricação

- ♦ Alcançar conhecimento suficiente quanto aos objetivos específicos e às técnicas relacionadas à área de produção
- ♦ Analisar a produção a partir de uma perspectiva estratégica

Módulo 7. Materiais

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



Módulo 8. Design Sustentável

- ♦ Reconhecer o cenário de sustentabilidade e o contexto ambiental
- ♦ Conhecer os principais instrumentos de análise de impacto ambiental
- ♦ Reconhecer a importância da sustentabilidade no Design
- ♦ Ser capaz de elaborar uma estratégia de Design de produto sustentável

Módulo 9. Materiais para o Design

- ♦ Trabalhar com os materiais mais adequados às necessidades de cada caso no âmbito do Design de produtos
- ♦ Explicar e descrever as principais famílias de materiais: fabricação, tipologias, propriedades, etc
- ♦ Possuir os critérios necessários para identificar e selecionar, com base em um briefing, os diferentes tipos de materiais

Módulo 10. Design de Packaging

- ♦ Promover uma perspectiva global do design de recipientes, embalagens e rótulos, entendendo-a como uma atividade na qual muitos fatores devem ser considerados, desde o produto que acompanha até seu contexto físico e socioeconômico
- ♦ Capacitar os estudantes através da prática na competência para o desenvolvimento profissional de projetos de design de embalagens e rótulos



04

Competências

Além de orientar a expansão e a atualização de seus conhecimentos, esse Mestrado Próprio Semipresencial busca oferecer aos alunos a oportunidade de aperfeiçoar suas habilidades profissionais. É por isso que, durante o curso, o profissional irá desenvolver suas habilidades e aptidões criativas, ampliando as técnicas e estratégias de sua atividade profissional e aplicando os conceitos mais atuais relacionados ao Design de Produto.





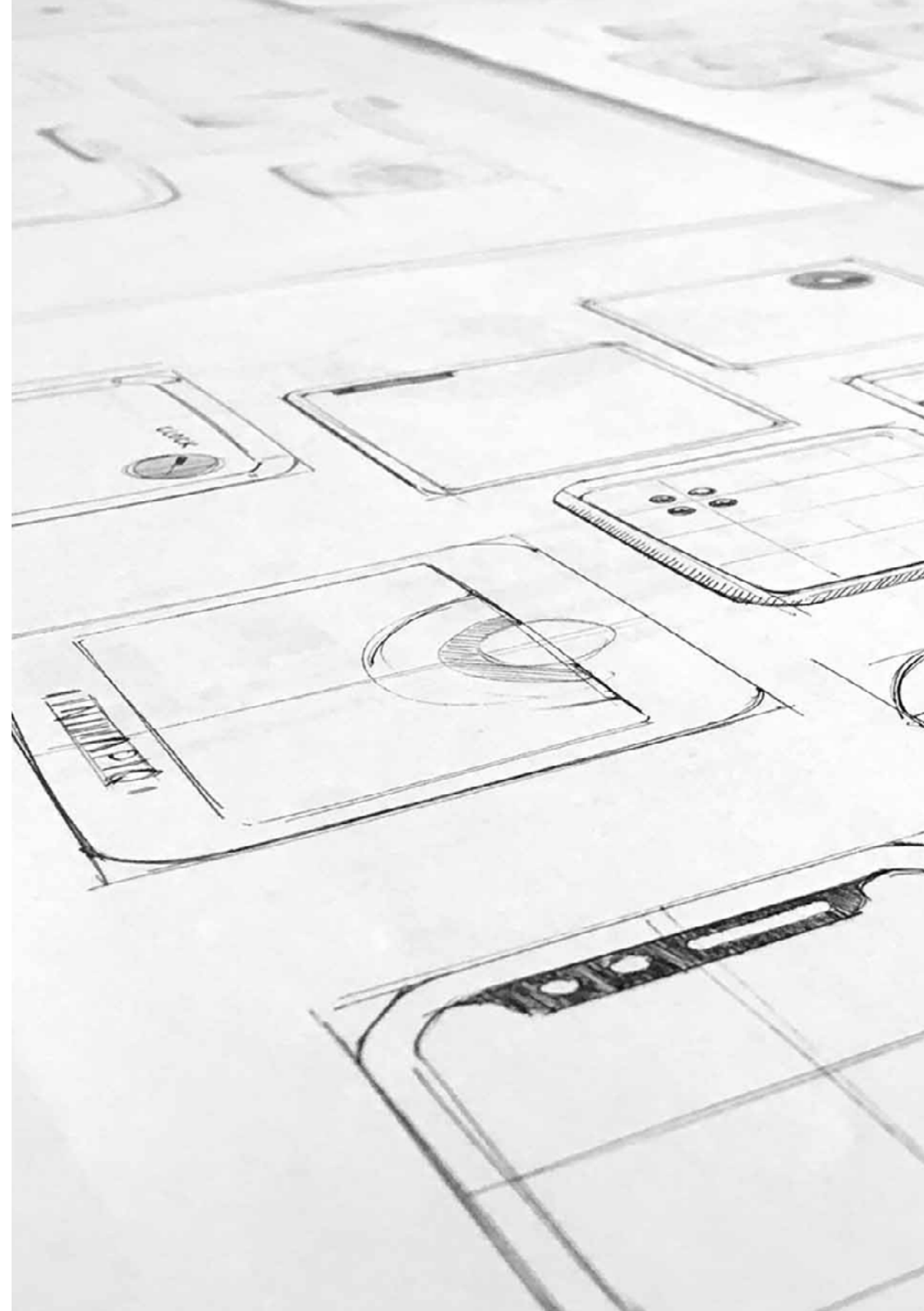
“

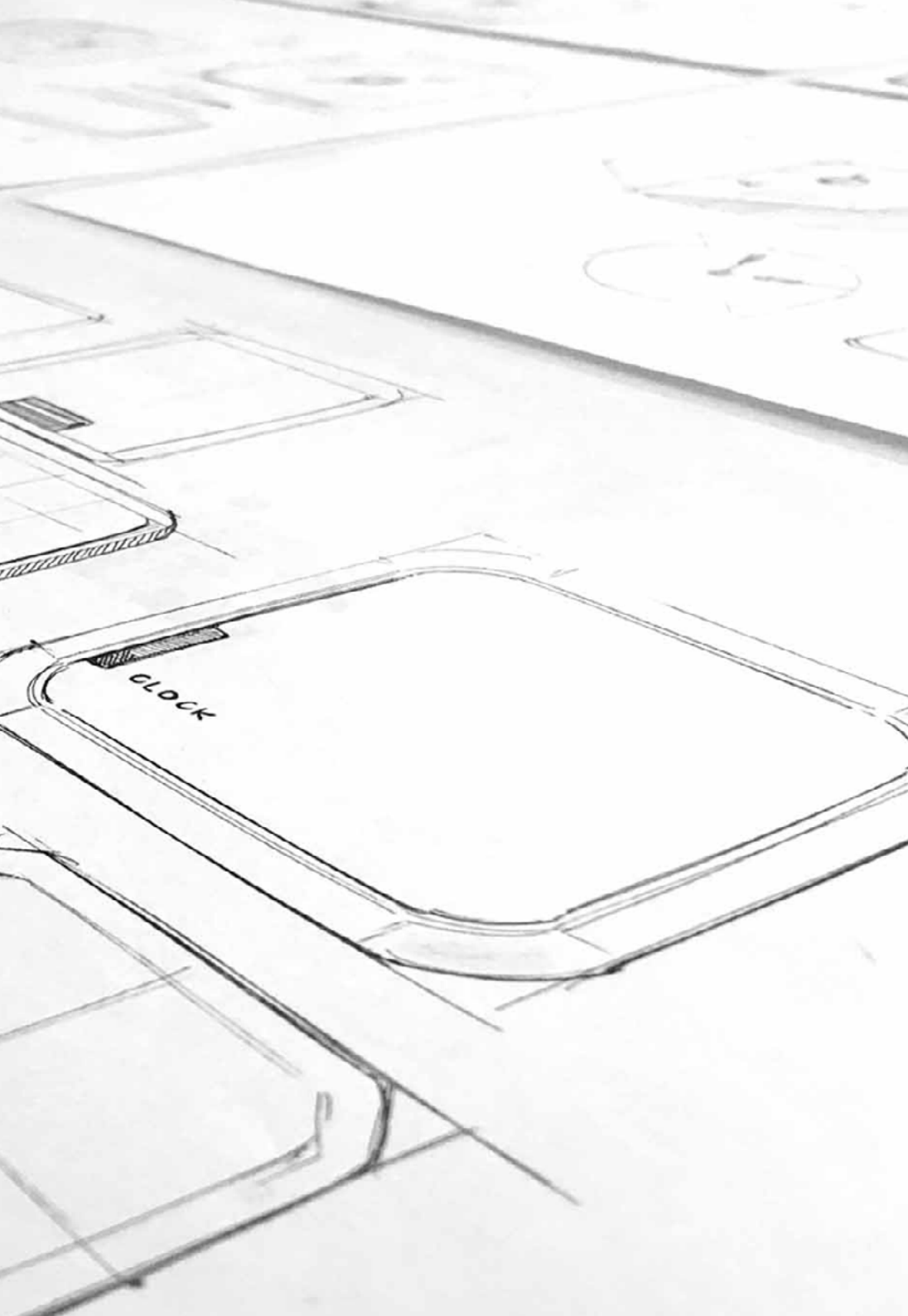
Você irá estudar os cases de sucesso e fracasso, para que possa tecer conclusões com base em cada um deles que irão ajudá-lo a definir suas próprias estratégias”



Competências gerais

- ♦ Planejar, desenvolver e apresentar adequadamente as produções artísticas, utilizando estratégias eficazes de elaboração e contribuições criativas próprias
- ♦ Dominar o software de retoque e manipulação de imagens, e desenvolva as habilidades necessárias para o seu uso
- ♦ Conhecer as ferramentas e estratégias teórico-práticas que facilitam a gestão da comunicação corporativa e institucional em organizações de todos os tipos
- ♦ Saber selecionar corretamente um método de organização de informação e comunicação para o bom uso de uma marca
- ♦ Pesquisar e identificar os elementos mais significativos da empresa-cliente, bem como suas necessidades para a criação de estratégias e mensagens de comunicação
- ♦ Identificar as etapas e fases produtivas de um projeto
- ♦ Compreender o princípio dos nanomateriais
- ♦ Conhecer e dominar as técnicas, formas, processos e tendências do design de pacotes, embalagens, rótulos, e suas aplicações industriais





Competências específicas

- ♦ Dominar o software de desenho vetorial e desenvolver as habilidades necessárias para utilizá-lo
- ♦ Utilizar o software de design editorial e desenvolver as habilidades para criar sua própria arte final
- ♦ Dominar as estratégias de coordenação entre os aspectos de criação do produto, produção e as funções de comercialização, Marketing e comunicação
- ♦ Analisar e avaliar materiais metálicos, tanto ferrosos como não ferrosos
- ♦ Analisar e avaliar materiais poliméricos, cerâmicos e compostos
- ♦ Analisar e avaliar os materiais utilizados na fabricação de aditivos
- ♦ Desenvolver um sistema regulado de padrões gráficos básicos baseado em elementos de identidade visual/marca
- ♦ Escolher adequadamente a partir de um amplo espectro ao desenvolver uma proposta de design para uma produção em massa
- ♦ Definir os materiais mais adequados para a realização de maquetes ou protótipos

05

Conteúdo programático

A TECH prepara todas as suas especializações com base nos últimos avanços da área em que a qualificação é desenvolvida e seguindo os critérios profissionais de especialistas em atividade. Dessa forma, é possível elaborar planos de estudos dinâmicos, atualizados e de alta capacitação, que são acompanhados por centenas de horas de material complementar em diferentes formatos: vídeos detalhados, resumos dinâmicos das unidades, artigos de pesquisa e leituras complementares. Assim, o aluno poderá contextualizar as informações e aprofundar, de forma personalizada, os aspectos mais relevantes para ele.



“

Com este programa, você aprenderá em detalhes os critérios que devem ser considerados ao desenvolver uma proposta de design para produção em massa”

Módulo 1. Fundamentos do Design

- 1.1. História do design
 - 1.1.1. Revolução industrial
 - 1.1.2. As etapas do Design
 - 1.1.3. A 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 Déco
 - 1.2.4. Desenho industrial
 - 1.2.5. La Bauhaus
 - 1.2.6. II 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 produtos
 - 1.3.4. Designers de moda
- 1.4. Metodologia do 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. O layout do objeto e a sua conotação
 - 1.5.4. A globalização dos sinais
 - 1.5.5. Proposta
- 1.6. O Design e sua dimensão estético-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 de relação
 - 1.6.2.1. Direção
 - 1.6.2.2. Posicionamento
 - 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. Marco 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 sua metodologia

- 1.8. Design e semântica
 - 1.8.1. A semântica
 - 1.8.2. O significado
 - 1.8.3. Significado denotativo e significado conotativo
 - 1.8.4. O léxico
 - 1.8.5. Campo léxico e família léxica
 - 1.8.6. Relações semânticas
 - 1.8.7. Mudança semântica
 - 1.8.8. Causas das mudanças semânticas
- 1.9. Design e o pragmatismo
 - 1.9.1. Consequências práticas, abdução e semiótica
 - 1.9.2. Mediação, corpo e emoções
 - 1.9.3. Aprendizagem, vivência e conclusão
 - 1.9.4. Identidade, relações sociais e objetos
- 1.10. Contexto atual do Design
 - 1.10.1. Problemas atuais do Design
 - 1.10.2. Os temas atuais do Design
 - 1.10.3. Contribuições metodológicas

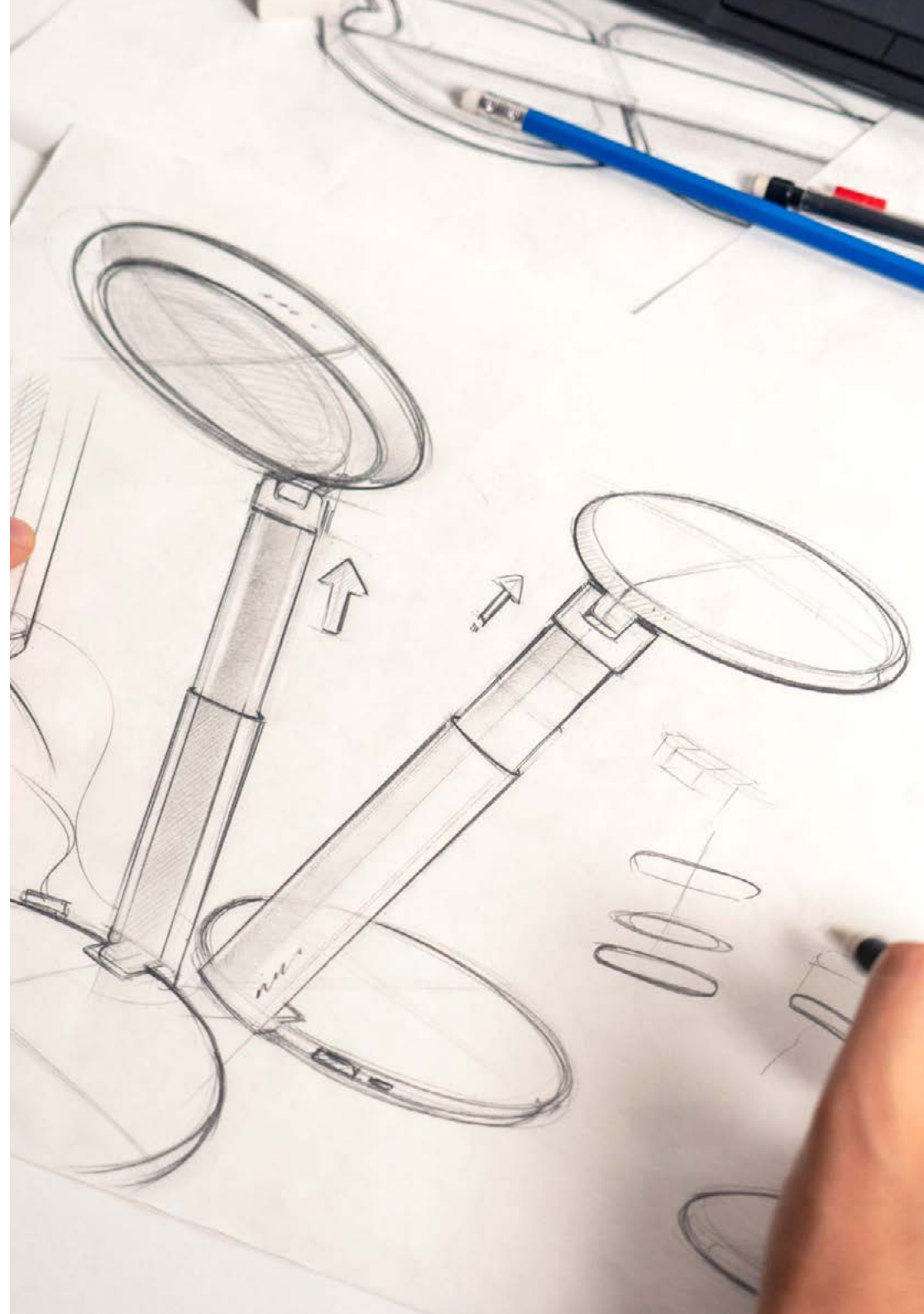
Módulo 2. Fundamentos da Criatividade

- 2.1. Introdução criativa
 - 2.1.1. O estilo na arte
 - 2.1.2. Aprimore o seu olhar
 - 2.1.3. Qualquer pessoa pode ser criativa?
 - 2.1.4. As linguagens pictóricas
 - 2.1.5. O que eu preciso? Materiais
- 2.2. A percepção como o primeiro ato criativo
 - 2.2.1. O que você vê? O que você ouve? O que você sente?
 - 2.2.2. Perceba, observa, examina atentamente
 - 2.2.3. O retrato e o autorretrato: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Caso prático: Fotodiálogo. Mergulhando em si

- 2.3. Diante do bloqueio criativo
 - 2.3.1. Desenhar sem medo
 - 2.3.2. O caderno como ferramenta
 - 2.3.3. O que é o Livro do Artista?
 - 2.3.4. Referências
- 2.4. Criando o 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. Caneta bico de pena
- 2.5. Criando o Livro do Artista II
 - 2.5.1. A mancha
 - 2.5.2. As ceras Experimentação
 - 2.5.3. Pigmentos naturais
- 2.6. Criando o Livro do Artista III
 - 2.6.1. Collage e fotomontagem
 - 2.6.2. Ferramentas tradicionais
 - 2.6.3. Ferramentas online: Pinterest
 - 2.6.4. Experimentação com a composição de imagens
- 2.7. Fazer sem pensar
 - 2.7.1. O que se consegue sem pensar?
 - 2.7.2. Improvisar: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Action Painting*
- 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 bloqueio?
 - 2.9.2. Ampliando os limites
 - 2.9.3. Caso prático: sujando as mãos
- 2.10. Estudo do Livro de Artista
 - 2.10.1. As emoções e sua gestão no campo criativo
 - 2.10.2. Seu próprio mundo em um caderno
 - 2.10.3. O que eu senti? Autoanálise
 - 2.10.4. Caso prático: Crítica para mim mesmo

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. Buscador de traços
 - 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. Degradê
 - 3.3.5. Preenchimento de motivo
 - 3.3.6. Painel de aparência
 - 3.3.7. Atributos
- 3.4. Imagem vetorial. Edição avançada
 - 3.4.1. Malha de gradiente (Degradê)
 - 3.4.2. Painel de transparência
 - 3.4.3. Modos de fusão
 - 3.4.4. Calco interativo
 - 3.4.5. Máscaras de recorte
 - 3.4.6. Texto



- 3.5. Imagem Mapa de Bits. As camadas
 - 3.5.1. Criação
 - 3.5.2. Links
 - 3.5.3. Transformação
 - 3.5.4. Agrupamento
 - 3.5.5. Camadas de ajuste
- 3.6. Imagem Mapa de Bits. Seleções, máscaras e canais
 - 3.6.1. Ferramenta de seleção de moldura
 - 3.6.2. Ferramenta de seleção de laço
 - 3.6.3. Ferramenta 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 vetoriais
- 3.7. Imagem Mapa de Bits. Modos de fusão e estilos de camadas
 - 3.7.1. Estilos de camada
 - 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. Tipologias do projeto editorial
 - 3.8.3. Criação e configuração do documento
- 3.9. Elementos compositivos do projeto editorial
 - 3.9.1. Páginas maestras
 - 3.9.2. Reticulação
 - 3.9.3. Integração e composição do texto
 - 3.9.4. Integração de imagens

- 3.10. Diagramação, exportação e impressão
 - 3.10.1. Diagramação
 - 3.10.1.1. Seleção e edição fotográfica
 - 3.10.1.2. Verificação preliminar
 - 3.10.1.3. Embalar
 - 3.10.2. Exportação
 - 3.10.2.1. Exportação para meios digitais
 - 3.10.2.2. Exportação para meios físicos
 - 3.10.3. Impressão
 - 3.10.3.1. A impressão tradicional
 - 3.10.3.1.1. Encadernação
 - 3.10.3.2. A impressão digital

Módulo 4. Fundamentos do Marketing

- 4.1. Introdução ao Marketing
 - 4.1.1. Conceito do Marketing
 - 4.1.1.1. Definição do Marketing
 - 4.1.1.2. Evolução e o Marketing atual
 - 4.1.2. Diferentes abordagens de Marketing
- 4.2. Marketing nos negócios: estratégico e operacional O plano de Marketing
 - 4.2.1. Gestão comercial
 - 4.2.2. Importância da Gestão Comercial
 - 4.2.3. Diversidade de formas de gestão
 - 4.2.4. O Marketing estratégico
 - 4.2.5. Estratégia comercial
 - 4.2.6. Área de aplicação
 - 4.2.7. Planejamento comercial
 - 4.2.8. O plano de Marketing
 - 4.2.9. Conceito e definições
 - 4.2.10. Etapas do plano de Marketing
 - 4.2.11. Tipos de plano de Marketing

- 4.3. O ambiente de negócios e o mercado das organizações
 - 4.3.1. O ambiente
 - 4.3.2. Conceitos e limites do ambiente
 - 4.3.3. Entorno macro
 - 4.3.4. Microentorno
 - 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. Importância da competência
- 4.4. O comportamento do consumidor
 - 4.4.1. A importância do comportamento na estratégia
 - 4.4.2. Fatores influenciadores
 - 4.4.3. Benefícios para a empresa
 - 4.4.4. Benefícios para o consumidor
 - 4.4.5. Foco no comportamento do consumidor
 - 4.4.6. Características e complexidade
 - 4.4.7. Variáveis que interferem
 - 4.4.8. Diferentes tipos de abordagens
- 4.5. Etapas do processo de compra do consumidor
 - 4.5.1. Foco
 - 4.5.2. Abordagem por diferentes autores
 - 4.5.3. A evolução do processo na história
 - 4.5.4. Fases
 - 4.5.5. Reconhecimento do problema
 - 4.5.6. Busca 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. A segmentação do mercado em estratégia organizacional
 - 4.5.15. Segmentação do 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. Planejamento de estratégias baseado na segmentação
- 4.6. Os critérios de segmentação de mercados de consumo e industriais
- 4.7. Procedimento para segmentação
 - 4.7.1. Delimitação do segmento
 - 4.7.2. Identificação de perfis
 - 4.7.3. Avaliação do procedimento
- 4.8. Critérios para segmentação
 - 4.8.1. Características geográficas
 - 4.8.2. Características sociais e econômicas
 - 4.8.3. Outros critérios
 - 4.8.4. Resposta do consumidor à segmentação
- 4.9. Mercado de oferta-demanda Avaliação da segmentação
 - 4.9.1. Análise de oferta
 - 4.9.1.1. Classificações da oferta
 - 4.9.1.2. Determinação da oferta
 - 4.9.1.3. Fatores que afetam a oferta
 - 4.9.2. Análise da demanda
 - 4.9.2.1. Classificações de demanda
 - 4.9.2.2. Áreas de mercado
 - 4.9.2.3. Estimativa da demanda
 - 4.9.3. Avaliação da segmentação
 - 4.9.3.1. Sistemas de avaliação
 - 4.9.3.2. Métodos de seguimento
 - 4.9.3.3. Retroalimentação
- 4.10. O marketing mix
 - 4.10.1. Definição do 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. Produtos
 - 4.10.2.2. Preço
 - 4.10.2.3. Distribuição
 - 4.10.2.4. Promoção
- 4.10.3. As novas 4ps do Marketing
 - 4.10.3.1. Personalização
 - 4.10.3.2. Participação
 - 4.10.3.3. *Peer to peer*
 - 4.10.3.4. Predições modeladas
- 4.10.4. Estratégias de gestão atual da carteira de produtos Crescimento e estratégias competitivas de Marketing
- 4.10.5. Estratégias de Portfólio
 - 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. Por que a identidade é procurada?
 - 5.1.3. Tipos de identidade
 - 5.1.4. Identidade digital
- 5.2. Identidade corporativa
 - 5.2.1. Definição Por que 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. Característica da imagem corporativa
 - 5.3.2. Qual é a finalidade da 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. Os logotipos
 - 5.4.3. Os monogramas
 - 5.4.4. Os imagótipos
- 5.5. Fatores de memorização de identidade
 - 5.5.1. Originalidade
 - 5.5.2. O valor simbólico
 - 5.5.3. A pregnância
 - 5.5.4. Repetição
- 5.6. Metodologia para o processo de branding
 - 5.6.1. Estudo do setor e da concorrência
 - 5.6.2. *Briefing*, modelo
 - 5.6.3. Definir a estratégia e a personalidade da marca Os valores
 - 5.6.4. Público alvo
- 5.7. O cliente
 - 5.7.1. Sentindo 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. Estabelecendo 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 corporativos

- 5.9. Redesenho de identidade
 - 5.9.1. Razões para optar por um redesenho de identidade
 - 5.9.2. Gerenciando uma mudança na identidade corporativa
 - 5.9.3. Boas práticas Referências visuais
 - 5.9.4. Práticas ruim. Referências visuais
- 5.10. Projeto de identidade da marca
 - 5.10.1. Apresentação e explicação do projeto Referências
 - 5.10.2. *Brainstorming*. Análise de Mercado
 - 5.10.3. Público-alvo, valor da marca
 - 5.10.4. Primeiras ideias e esboços Técnicas criativas
 - 5.10.5. Estabelecimento do projeto Fontes e cores
 - 5.10.6. Entrega e correção de projetos

Módulo 6. Projeto para fabricação

- 6.1. Projeto para fabricação e montagem
- 6.2. Conformação por moldagem
 - 6.2.1. Fundição
 - 6.2.2. Injeção
- 6.3. Conformação por deformação
 - 6.3.1. Deformação plástica
 - 6.3.2. Impressão
 - 6.3.3. Forja
 - 6.3.4. Extrusão
- 6.4. Conformação por perda de material
 - 6.4.1. Por abrasão
 - 6.4.2. Por remoção de estoque
- 6.5. Tratamento térmico
 - 6.5.1. Têmpera
 - 6.5.2. Revenimento
 - 6.5.3. Recozimento
 - 6.5.4. Padronizado
 - 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. Conformação de polímeros e materiais cerâmicos
- 6.8. Fabricação de peças compósitas
- 6.9. Fabricação de aditivos
 - 6.9.1. *Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Deposição com energia direcionada (Direct Energy Deposition)*
 - 6.9.3. *Binder Jetting*
 - 6.9.4. *Bound Powder extrusão*
- 6.10. Engenharia robusta
 - 6.10.1. Método Taguchi
 - 6.10.2. Design de experimentos
 - 6.10.3. Controle estatístico de processos

Módulo 7. Materiais

- 7.1. Propriedades do material
 - 7.1.1. Propriedades mecânicas
 - 7.1.2. Propriedades elétricas
 - 7.1.3. Propriedades ópticas
 - 7.1.4. Propriedades magnéticas
- 7.2. Materiais metálicos I. Ferrosos
- 7.3. Materiais metálicos II. Não ferrosos
- 7.4. Materiais poliméricos
 - 7.4.1. Termoplásticos
 - 7.4.2. Plásticos termoendurecíveis
- 7.5. Materiais cerâmicos
- 7.6. Materiais compósitos
- 7.7. Biomateriais
- 7.8. Nanomateriais
- 7.9. Corrosão e degradação de materiais
 - 7.9.1. Tipos de corrosão
 - 7.9.2. Oxidação de metais
 - 7.9.3. Controle 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 parasitas de Foucolt (Eddy)
 - 7.10.5. Partículas magnéticas
 - 7.10.6. Líquidos penetrantes
 - 7.10.7. Termografia infravermelha

Módulo 8. Design Sustentável

- 8.1. Estado ambiental
 - 8.1.1. Contexto ambiental
 - 8.1.2. Percepção ambiental
 - 8.1.3. Consumo e consumismo
- 8.2. Produção sustentável
 - 8.2.1. Pegada Ecológica
 - 8.2.2. Biocapacidade
 - 8.2.3. Déficit ecológico
- 8.3. Sustentabilidade e inovação
 - 8.3.1. Processos produtivos
 - 8.3.2. Gestão de processos
 - 8.3.3. Início da produção
 - 8.3.4. Produtividade mediante o Design
- 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)
 - 8.5.3. Aspectos ambientais

- 8.6. Análise do Ciclo de Vida (ACV)
 - 8.6.1. Unidade funcional
 - 8.6.2. Inventário
 - 8.6.3. Relação de impacto
 - 8.6.4. Gerando conclusões e estratégia
- 8.7. Ideias inovadoras (Estratégias de ecodesign)
 - 8.7.1. Redução do impacto
 - 8.7.2. Aumentar a unidade funcional
 - 8.7.3. Impacto positivo
- 8.8. Economia circular
 - 8.8.1. Definição
 - 8.8.2. Evolução
 - 8.8.3. Casos de sucesso
- 8.9. *Cradle to Cradle*
 - 8.9.1. Definição
 - 8.9.2. Evolução
 - 8.9.3. Casos de sucesso
- 8.10. Regulamentação ambiental
 - 8.10.1. Por que precisamos de um regulamento
 - 8.10.2. Quem elabora o regulamento
 - 8.10.3. A estrutura ambiental da União Europeia
 - 8.10.4. Regulamento no processo de desenvolvimento

Módulo 9. Materiais para o Design

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

- 9.3. Arte + Inovação
 - 9.3.1. Materiais em Arte
 - 9.3.2. Novos materiais
 - 9.3.3. Materiais compósitos
- 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. Obtenção
 - 9.6.2. Uso
 - 9.6.3. Gestão final
- 9.7. Biomimetismo
 - 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. Pesquisa em materiais
 - 9.8.3. Fontes de pesquisa
- 9.9. Prevenção de riscos
 - 9.9.1. Fator de segurança
 - 9.9.2. Incêndio
 - 9.9.3. Quebra
 - 9.9.4. Outros riscos

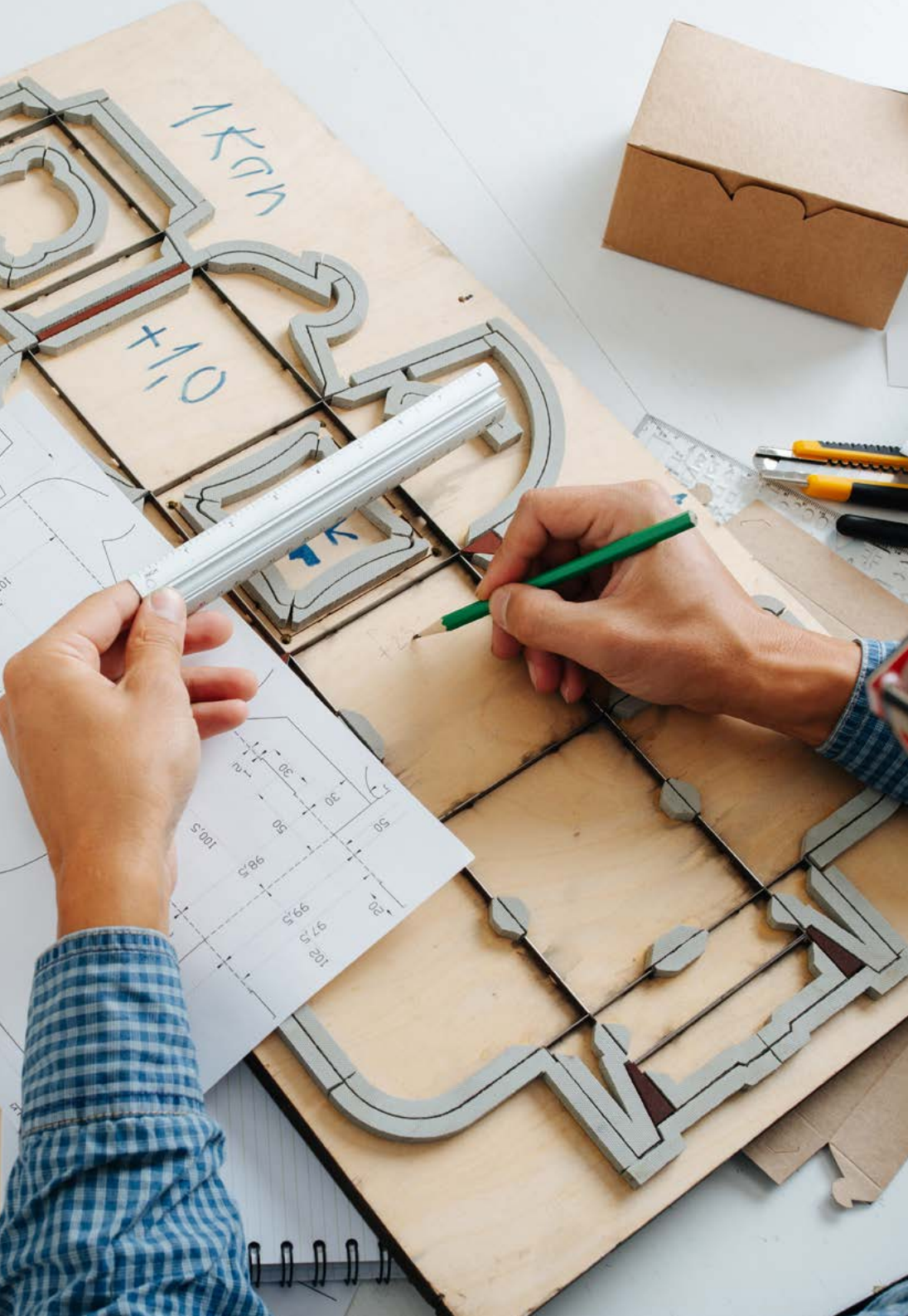
Módulo 10. Design de *Packaging*

- 10.1. Introdução ao *Packaging*
 - 10.1.1. Perspectiva histórica
 - 10.1.2. Características funcionais
 - 10.1.3. Descrição do sistema-produto e do ciclo de vida
- 10.2. Pesquisa em *Packaging*
 - 10.2.1. Fontes de informação
 - 10.2.2. Trabalho de campo
 - 10.2.3. Comparações e estratégias
- 10.3. *Packaging* Estrutural
 - 10.3.1. Análise de necessidades específicas
 - 10.3.2. Forma, cor, odor, volume e texturas
 - 10.3.3. Ergonomia da embalagem
- 10.4. Marketing do *Packaging*
 - 10.4.1. Relação do Pack com a marca e o produto
 - 10.4.2. Aplicação de imagem da marca
 - 10.4.3. Exemplos
- 10.5. Comunicação em *Packaging*
 - 10.5.1. Relação do Pack com o produto, o cliente e o usuário
 - 10.5.2. Design sensorial
 - 10.5.3. Design de experiências
- 10.6. Materiais e processos de produção
 - 10.6.1. Vidro
 - 10.6.2. Papel e papelão
 - 10.6.3. Metal
 - 10.6.4. Plástico
 - 10.6.5. Materiais compostos e 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. O Pack como resíduo

- 10.9. Inovação em *Packaging*
 - 10.9.1. Diferenciação com o *Packaging*
 - 10.9.2. Últimas tendências
 - 10.9.3. *Design for all*
- 10.10. Projetos de *Packaging*
 - 10.10.1. Estudos de caso
 - 10.10.2. Estratégia de *Packaging*
 - 10.10.3. Exercício prático

“

Um degrau importante em sua trajetória profissional e que irá ajudá-lo a se desenvolver como um profissional extremamente qualificado na área de Design de Produto”



06 Estágio

Após o término do período teórico, o designer poderá realizar um estágio prático de 120 horas de duração distribuídas em 3 semanas. Neste estágio, ele poderá participar ativamente de projetos industriais e trabalhar junto a uma equipe de profissionais com uma trajetória profissional consolidada e bem sucedida na área. Dessa forma, será possível aplicar os conhecimentos adquiridos na primeira etapa, concentrando-se em aperfeiçoar as habilidades através do trabalho e da resolução de cenários complexos e reais.





“

Um orientador irá acompanhá-lo durante o estágio, para que você aproveite ao máximo toda a experiência”

Este programa de Design de Produto foi elaborado pela TECH com o objetivo de proporcionar ao aluno graduado um estágio de 3 semanas em um centro conceituado no setor de Design e Marketing. O programa ocorrerá de segunda a sexta-feira, com jornadas de 8 horas consecutivas, permitindo ao aluno trabalhar lado a lado com especialistas que o acompanharão o tempo todo e o orientarão para obter o máximo proveito dessa experiência. Esse estágio permitirá que o aluno participe ativamente dos projetos de design em andamento na empresa, aplicando as estratégias e técnicas mais atuais e utilizando as ferramentas e tecnologias mais sofisticadas do setor.

Nessa proposta de capacitação totalmente prática, as atividades estão voltadas para o desenvolvimento e o aprimoramento das competências necessárias para a prestação de serviços de design, planejamento e criação de projetos relacionados a vários tipos de produtos, e são direcionadas à capacitação específica para o exercício da atividade com alto desempenho profissional.

Trata-se, sem dúvida, de uma oportunidade única de adquirir um conhecimento amplo e especializado ao trabalhar em uma empresa líder e moderna, caracterizada por sua qualidade profissional e pelo sucesso garantido de seus projetos. Além disso, ela se tornará uma experiência fundamental que ajudará o aluno a aperfeiçoar suas habilidades profissionais e a completar seu currículo com um diferencial que o fará se destacar em qualquer processo de recrutamento.

O estágio prático na empresa permitirá ao aluno completar um número mínimo de atividades práticas nas áreas de design e criação, bem como em outras áreas da empresa, Marketing, branding, direção criativa, operações de desenvolvimento e ecodesign irão proporcionar a oportunidade de aplicar os procedimentos criativos mais inovadores de forma abrangente.

O ensino prático será realizado com a participação ativa do aluno executando as atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e orientação de professores e outros colegas de estágio para favorecer o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática do design (aprender a ser e aprender a conviver).



Você fará parte de uma equipe de designers extremamente qualificados e atuará ativamente com eles para desenvolver projetos utilizando as técnicas e estratégias mais avançadas”



Os procedimentos descritos abaixo constituirão a base da parte prática da capacitação, e sua implementação estará sujeita à disponibilidade e carga de trabalho do próprio centro, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Design para a fabricação de produtos	Conceber o design de produtos considerando todos os processos de fabricação pelos quais ele deve passar
	Aplicar uma metodologia específica de engenharia eficiente para identificar possíveis falhas no design do produto.
	Elaborar um projeto de design de produto considerando o <i>Packaging</i> do produto
Tecnologias digitais para o Design de produtos	Criar imagens vetoriais avançadas, de objetos e coloridas
	Criar uma imagem <i>Bitmap</i> apropriada usando ferramentas digitais
	Fazer o layout e exportar o trabalho, considerando o processo de impressão
Materiais para Design de produtos e seu uso sustentável	Utilizar materiais metálicos, poliméricos, cerâmicos ou compostos para desenvolver o design de um produto
	Realizar testes não destrutivos para avaliar as propriedades e a durabilidade do produto
	Aplicar fatores de segurança, como incêndio, quebra ou outros riscos no processo de criação de produtos
Marketing e imagem corporativa no Design de produtos	Utilizar metodologias e técnicas de ecodesign para elaborar produtos ecologicamente corretos
	Desenvolver o design de produtos para projetar sua própria imagem corporativa e identidade de marca
	Aplicar técnicas de marketing estratégico e operacional da empresa
	Desenvolver a segmentação do produto para projetá-lo adequadamente

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 capacitação 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 isso, esta entidade educacional se compromete 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 capacitação prática.

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



Condições da Capacitação Prática

As condições gerais do contrato de estágio para o programa são as seguintes:

1. ORIENTAÇÃO: durante a Capacitação Prática o aluno contará com dois orientadores que irão acompanhá-lo durante todo o processo, esclarecendo as dúvidas e respondendo perguntas que possam surgir. Por um lado, contará com um orientador profissional, pertencente ao centro onde é realizado o estágio, que terá o objetivo de orientar e dar suporte ao aluno a todo momento. E por outro, contará com um orientador acadêmico cuja missão será coordenar e ajudar o aluno durante todo o processo, esclarecendo dúvidas e viabilizando o que for necessário. Assim, o aluno estará sempre acompanhado e poderá resolver as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática quanto acadêmica.

2. DURAÇÃO: o programa de estágio terá uma duração de três semanas contínuas de capacitação prática, distribuídas em jornadas de oito horas, cinco dias por semana. Os dias e horários do programa serão de responsabilidade do centro e o profissional será informado com antecedência suficiente para que possa se organizar.

3. NÃO COMPARECIMENTO: em caso de não comparecimento no dia de início da Capacitação Prática, o aluno perderá o direito de realizá-la sem que haja a possibilidade de reembolso ou mudança das datas estabelecidas.

A ausência por mais de dois dias sem causa justificada/médica resultará na renúncia ao estágio e, conseqüentemente, em seu cancelamento automático. Qualquer problema que possa surgir durante a realização do estágio, deverá ser devidamente comunicado ao orientador acadêmico com caráter de urgência.

4. CERTIFICAÇÃO: ao concluir a Capacitação Prática o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

5. RELAÇÃO DE EMPREGO: a Capacitação Prática não constitui relação de emprego de nenhum tipo.

6. ESTUDOS PRÉVIOS: alguns centros podem exigir um certificado de estudos prévios para a realização da Capacitação Prática. Nesses casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágio da TECH para que seja confirmada a atribuição do centro escolhido.

7. NÃO INCLUÍDO: a Capacitação Prática não incluirá nenhum elemento não descrito nas presentes condições. Portanto, não inclui acomodação, transporte para a cidade onde o estágio será realizado, vistos ou qualquer outro serviço não mencionado anteriormente.

Entretanto, em caso de dúvidas ou recomendações a respeito, o aluno poderá consultar seu orientador acadêmico. Este lhe proporcionará as informações necessárias para facilitar os procedimentos.

07

Onde posso realizar o Estágio?

Para a seleção dos estágios, a TECH realiza um controle de qualidade minucioso e criterioso das empresas, o que garante que a experiência do aluno em suas instalações seja tão gratificante e formativa quanto o esperado. Dessa forma, o designer que realizar esse Mestrado Próprio Semipresencial terá a oportunidade de estagiar em uma grande agência da área de Design e Marketing Digital, caracterizada não apenas por sua relevância internacional, como também pela qualidade da equipe de profissionais.



A photograph of a city skyline at sunset, with tall buildings illuminated by lights and a sky transitioning from orange to blue. The image is partially obscured by a large teal and white geometric shape on the right side of the page.

“

Trabalhe ativamente junto a designers especializados para realizar um curso que será um diferencial em sua carreira profissional”

tech 42 | Onde posso realizar o Estágio?



Os alunos poderão realizar a parte prática deste Mestrado Próprio Semipresencial nos seguintes centros:



Piensemmarketing

País	Cidade
Argentina	Río Negro

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

Agência de marketing e comunicação social e
digital

Capacitações práticas relacionadas:

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





“

Aproveite essa oportunidade para se cercar de profissionais especializados e aprender com a metodologia de trabalho que eles utilizam”

08

Metodologia

Este curso oferece uma maneira diferente de aprender. 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 é considerado um dos mais eficazes pelas principais revistas, como o **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para realizá-la através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que tem provado sua enorme eficácia, especialmente em disciplinas que requerem memorização”

Estudo de caso para contextualizar todo o conteúdo

Nosso programa oferece um método revolucionário para desenvolver as habilidades e o conhecimento. Nosso objetivo é fortalecer as habilidades em um contexto de constante mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH você irá experimentar uma maneira de aprender que está revolucionando as bases das universidades tradicionais ao redor do mundo”



Você terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, por meio de um ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa.



O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, como resolver situações complexas em ambientes reais de negócios.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado do zero, que propõe os desafios e decisões mais exigentes nesta área, tanto nacional quanto internacionalmente. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado em direção ao sucesso. O método do caso, técnica que constitui a base deste conteúdo, garante que a realidade econômica, social e profissional mais atual seja adotada.

“

Nosso programa lhe prepara para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira.

O método do caso é o sistema de aprendizado mais utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de Direito não aprendessem a lei apenas com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações realmente complexas para que tomassem decisões conscientes e julgassem a melhor forma de resolvê-las. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Em uma determinada situação, o que um profissional deveria fazer? Esta é a pergunta que abordamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os alunos vão se deparar com múltiplos casos reais. Terão que integrar todo o seu conhecimento, pesquisar, argumentar e defender suas idéias e decisões.

Metodologia Relearning

A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, combinando diferentes elementos didáticos em cada lição.

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

Em 2019, entre todas as universidades online em espanhol do mundo, alcançamos os melhores resultados de aprendizagem.

Na TECH você aprenderá com uma metodologia de vanguarda projetada para capacitar os gerentes do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, se chama Relearning.

Nossa Universidade é a única em língua espanhola autorizada a utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis de satisfação geral de nossos alunos (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos, entre outros) com relação aos indicadores da melhor universidade online em espanhol.



No nosso programa, o aprendizado não é um processo linear, mas acontece em espiral (aprendemos, desaprendemos, esquecemos e reaprendemos). Portanto, combinamos cada um desses elementos de forma concêntrica. Esta metodologia já capacitou mais de 650.000 universitários com um sucesso sem precedentes em campos tão diversos como a bioquímica, a genética, a cirurgia, o direito internacional, habilidades administrativas, ciência do esporte, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isso em um ambiente altamente exigente, com um grupo de estudantes universitários de alto perfil socioeconômico e uma média de idade de 43,5 anos.

O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

A partir das últimas evidências científicas no campo da neurociência, não sabemos apenas como organizar informações, idéias, imagens, memórias, mas sabemos também que o lugar e o contexto onde aprendemos algo é fundamental para nossa capacidade de lembrá-lo e armazená-lo no hipocampo, para mantê-lo em nossa memória a longo prazo.

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



Neste programa, oferecemos os melhores materiais educacionais, preparados especialmente para você:



Material de estudo

Todo o conteúdo didático foi criado pelos especialistas que irão ministrar o curso, especialmente para o curso, fazendo com que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Posteriormente, esse conteúdo é adaptado ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isso com as técnicas mais avançadas e oferecendo alta qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Há evidências científicas sobre a utilidade da observação de terceiros especialistas.

O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.



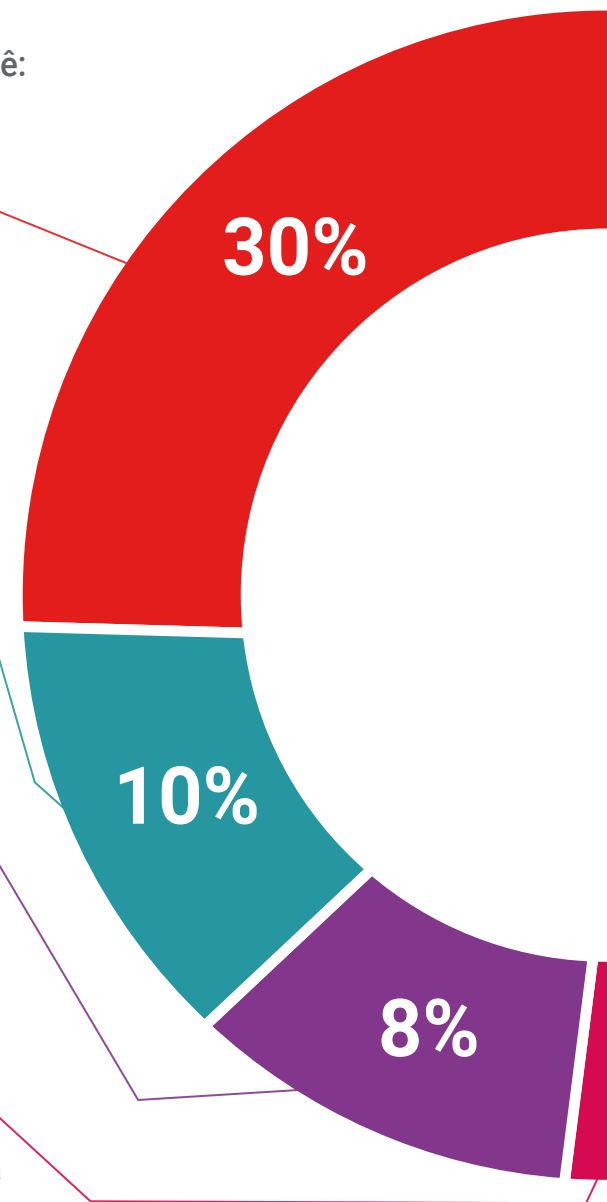
Práticas de habilidades e competências

Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada disciplina. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as habilidades e competências necessárias para que um especialista possa se desenvolver dentro do contexto globalizado em que vivemos.



Leitura complementar

Artigos recentes, documentos científicos, guias internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que for necessário para complementar a sua capacitação.





Estudos de caso

Será realizada uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta titulação. Casos apresentados, analisados e orientados pelos melhores especialistas do cenário internacional.



Resumos interativos

A equipe da TECH apresenta o conteúdo de forma atraente e dinâmica através de pílulas multimídia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais, com o objetivo de reforçar o conhecimento.

Este sistema exclusivo de capacitação por meio da apresentação de conteúdo multimídia foi premiado pela Microsoft como "Caso de sucesso na Europa".



Testing & Retesting

Avaliamos e reavaliamos periodicamente o seu conhecimento ao longo do programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que você possa comprovar que está alcançando seus objetivos.



09

Certificado

O Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Produto garante, além da capacitação mais rigorosa e atualizada, o acesso a um título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

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

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Produto** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do cenário profissional e acadêmico.

Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado* correspondente ao título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**.

Além do certificado de conclusão, o aluno poderá solicitar uma declaração e o certificado do conteúdo do programa. Para isso, será necessário entrar em contato com o orientador acadêmico, que irá proporcionar todas as informações necessárias.

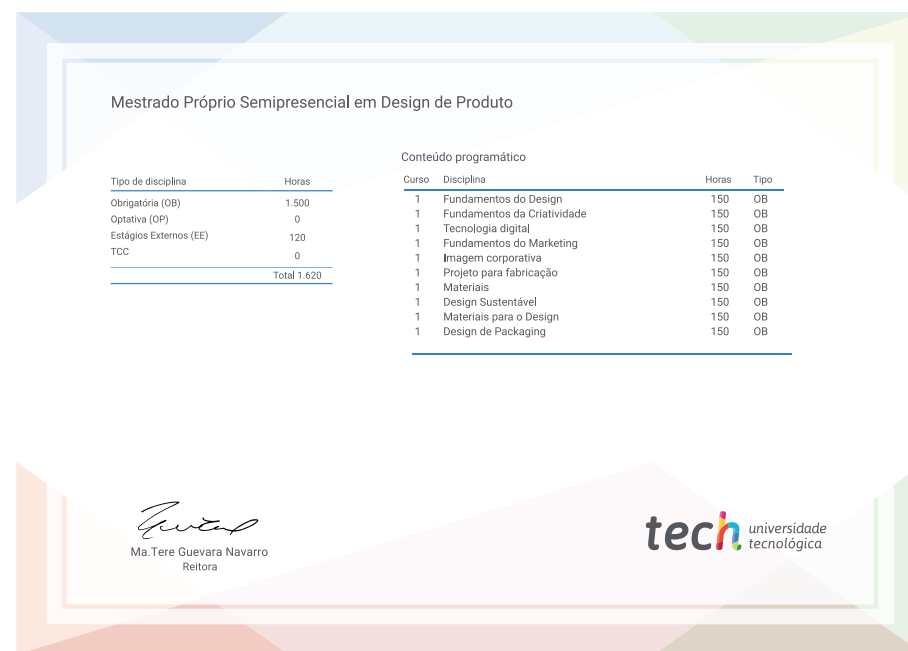
Título: **Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Produto**

Modalidade: **Semipresencial (Online + Estágio)**

Duração: **12 meses**

Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**

N.º de Horas Oficiais: **1.620h**



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



Mestrado Próprio
Semipresencial
Design de Produto

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Horas letivas: 1.620h

Mestrado Próprio Semipresencial

Design de Produto

