

# Mestrado Próprio Semipresencial

## Design de Packaging



## Mestrado Próprio Semipresencial Design de Packaging

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

Acesso ao site: [www.techtute.com/br/design/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-design-packaging](http://www.techtute.com/br/design/mestrado-proprio-semipresencial/mestrado-proprio-semipresencial-design-packaging)

# Índice

01

Apresentação

---

*pág. 4*

02

Por que fazer este Mestrado  
Próprio Semipresencial?

---

*pág. 8*

03

Objetivos

---

*pág. 12*

04

Competências

---

*pág. 18*

05

Direção do curso

---

*pág. 22*

06

Conteúdo programático

---

*pág. 30*

07

Estágio

---

*pág. 40*

08

Onde posso realizar o  
Estágio?

---

*pág. 46*

09

Metodologia

---

*pág. 50*

10

Certificado

---

*pág. 58*

# 01

# Apresentação

A concorrência no mercado exige que as empresas se destaquem de forma a atrair a atenção do cliente e serem, sem dúvida, as preferidas no momento da compra ou contratação. Uma das técnicas que mais sucesso tem tido é o design atrativo de Packaging, motivo pelo qual as empresas demandam cada vez mais a presença de profissionais que a dominem. Com base nisso, a TECH considerou necessário criar este programa abrangente que combina, em uma única capacitação, o melhor e mais moderno conteúdo teórico e um estágio prático de 3 semanas em um centro de renome na área de design e Marketing. Sem dúvida, é uma oportunidade que permitirá ao aluno dar um salto qualitativo em sua carreira em apenas 12 meses.



“

*O Packaging se tornou uma estratégia fundamental para garantir o sucesso de qualquer campanha. Especialize-se nessa técnica e tenha sucesso no setor de design”*

Uma boa imagem tornou-se, nos dias de hoje, um requisito fundamental para assegurar o sucesso de qualquer empresa. Atualmente, a competição no mercado é intensa, o que requer que as equipes criativas trabalhem incansavelmente para criar campanhas que se destaquem, diferenciando-se das demais e destacando-se. Chamar a atenção do cliente tornou-se um dos principais objetivos das empresas, uma vez que, nos dias de hoje, a funcionalidade e qualidade não são suficientes se não estiverem acompanhadas de uma imagem distintiva e reconhecível.

Por essa razão, a importância do design de embalagem tem crescido significativamente nos últimos anos, permitindo expressar a identidade da empresa por meio de cores e formas de maneira diversificada e abrangente. Com o objetivo de fornecer aos especialistas em design um conhecimento amplo e especializado sobre essa técnica amplamente requisitada na indústria, a TECH e sua equipe desenvolveram este abrangente Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Packaging.

Este programa combina intensivamente o melhor conteúdo teórico, desenvolvido pelo corpo docente composto por especialistas na área com vasta experiência profissional, com uma variedade completa de materiais adicionais e a oportunidade de realizar um estágio prático de 3 semanas em uma empresa de referência no setor.

Durante os 12 meses do curso, o aluno se aprofundará nos aspectos fundamentais do design, da estruturação e da ilustração de *Packaging*, por meio do uso das ferramentas e dos softwares mais recentes. Além disso, ele também aprofundará seu conhecimento nas estratégias de Marketing e *Branding* que atualmente estão obtendo mais sucesso.

Portanto, trata-se de uma oportunidade única para obter uma capacitação que fornecerá as habilidades necessárias para se tornar um profissional de design destacado e aprimorar suas competências criativas de maneira altamente capacitante.

Este **Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Packaging** 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 ampla experiência no setor criativo
- ♦ Seu conteúdo gráfico, esquemático e extremamente prático fornece informações completas e científicas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ♦ Manuseio das ferramentas mais sofisticadas do setor, com ênfase especial no domínio das estratégias mais avançadas e das técnicas mais bem-sucedidas
- ♦ Estratégias de marketing, design de marca e narrativas expressivas que conferem maior valor simbólico e comercial ao produto e à sua embalagem
- ♦ Discussão de estudos de caso reais e bem-sucedidos no setor de Packaging, por meio dos quais o aluno será atualizado e desenvolverá uma visão completa do mercado
- ♦ Planos abrangentes para a incorporação de elementos inteligentes ao produto e à sua embalagem para garantir informações e uso personalizados do produto
- ♦ Tudo isso complementado com aulas teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões polêmicas e trabalho de reflexão individual
- ♦ Acesso a todo o conteúdo desde qualquer dispositivo fixo ou portátil com conexão à internet
- ♦ Além disso, será possível realizar um estágio presencial em uma empresa de referência da área



*Uma capacitação que acrescentará um diferencial profissional ao seu currículo, um destaque significativo em qualquer processo de seleção de pessoal”*



“

*Você receberá materiais adicionais, incluindo vídeos detalhados e tutoriais do Adobe Illustrator, tornando o domínio do design vetorial uma tarefa simples e dinâmica para você”*

Nesta proposta de Mestrado Próprio, de natureza profissionalizante e modalidade de aprendizagem semipresencial, o programa destina-se à atualização de profissionais de design que exigem um alto nível de capacitação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências do setor e orientados de forma didática para integrar o conhecimento teórico à prática criativa, e os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização do conhecimento e permitirão a tomada de decisões na criação, gerenciamento, 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. O projeto deste programa se concentra no Aprendizado Baseado em Problemas, por meio do qual o aluno terá que tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem durante o programa. Para isso, ele contará com o apoio de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas renomados.

*Você terá à sua disposição o melhor e mais moderno programa de estudos, que inclui estratégias bem-sucedidas para desenvolver designs de embalagens atraentes adaptados à demanda atual do mercado.*

*Aprenda em detalhes os materiais recomendados em processos de design ecológico e reciclagem e se torne um designer comprometido com o meio ambiente por meio de seu trabalho.*



# 02

## Por que fazer este Mestrado Próprio Semipresencial?

Esse Mestrado Próprio Semipresencial é de vital importância para todos os especialistas que desejam atualizar seus conhecimentos sobre Design de Packaging. Através deste inovador programa concebido pela TECH, os alunos irão dominar tendências operacionais, como a inclusão de materiais biodegradáveis, compostáveis ou comestíveis na criação de embalagens mais amigáveis ao meio ambiente. Além disso, esta capacitação oferece um estágio prático único em seu tipo no mercado educacional, com alcance internacional, que permite aos estudantes uma rápida e flexível assimilação das ferramentas digitais e técnicas operacionais essenciais para este campo profissional.





“

*O Design de Packaging tornou-se uma especialidade muito procurada pelas empresas que buscam personalizar suas marcas. Este programa de estudos é ideal para que você domine seus padrões internacionais.*

### 1. Atualizar-se através da mais recente tecnologia disponível

Para criar embalagens mais sofisticadas e personalizadas, as novas tecnologias digitais têm começado a desempenhar um papel significativo. Portanto, graças a esta capacitação, os alunos da TECH aprofundarão seu conhecimento no uso de Inteligência Artificial, processamento de dados do consumidor e outras técnicas complexas para o design de Packaging. Esses conhecimentos teóricos e práticos abrirão portas para oportunidades de emprego competitivas e exigentes, onde eles se destacarão em relação a outros especialistas no mercado de trabalho.

### 2. Aprofundar-se através da experiência dos melhores especialistas

Durante toda essa capacitação, os estudantes contarão com uma equipe de excelentes professores que lhes fornecerão orientação personalizada em todos os momentos. Esses professores selecionaram o conteúdo do programa de estudos com base em sua experiência prática diária, proporcionando assim ao aluno uma análise aprofundada dos problemas mais comuns no trabalho cotidiano.

“

*Você realizará uma imersão prática completa no centro de sua escolha”*





### 3. Participar de ambientes de prestígio na área de design de Packaging

Em uma segunda etapa desse programa, a TECH considerou as necessidades de seus estudantes em relação ao domínio das ferramentas tecnológicas mais avançadas no campo do design de Packaging. Assim, planejou um estágio prático no qual os alunos colaborarão diretamente com destacados especialistas desse setor, em empresas de grande envergadura internacional.

### 4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

Do ponto de vista acadêmico, os programas de estudo da TECH se destacam ao integrar de maneira exemplar o componente teórico com a prática, superando a concorrência. Por meio de seu modelo de Mestrado Próprio Semipresencial, os estudantes adquirem um domínio abrangente das tendências e técnicas apresentadas em seu conteúdo educacional. Além disso, eles desfrutam de 3 semanas de atividades intensivas em um centro de renome, onde podem aplicar tudo o que aprenderam no contexto produtivo.

### 5. Ampliar as fronteiras do conhecimento

Essa capacitação visa a permitir que todos seus alunos ampliem seus horizontes profissionais a partir de uma perspectiva internacional. Isso é possível graças à diversidade de contatos e parceiros disponíveis pela TECH, a maior universidade digital do mundo. Dessa forma, os alunos terão a oportunidade de interagir com especialistas de diferentes partes do mundo e reconhecer os padrões globais de produção de Packaging.



# 03

## Objetivos

A atual demanda por profissionais de design que dominem as mais recentes estratégias e técnicas de embalagens criativas motivou a TECH e sua equipe a desenvolver este programa abrangente. Portanto, o objetivo deste programa é fornecer ao aluno as ferramentas acadêmicas mais atualizadas e um plano de estudos completo que lhe permita não apenas compreender em detalhes os aspectos do design de Packaging, mas também dominar suas ferramentas. Dessa forma, eles serão capazes de criar, participar e liderar projetos de Marketing e Branding com total garantia de sucesso, alinhados com as necessidades e demandas do mercado atual.



“

*O objetivo da TECH com esse programa é que você possa obter sucesso profissional no setor de design por meio da conclusão do curso mais abrangente do mercado acadêmico"*





## Objetivo geral

---

- Esta Capacitação Prática foi concebida com o objetivo de proporcionar ao aluno a oportunidade de realizar uma capacitação que lhe permitirá dominar as ferramentas de Design de Packaging e ilustração digital através dos programas mais sofisticados e inovadores do setor. Além disso, adquirirá as habilidades necessárias para criar uma identidade visual conceitual bem-sucedida e adaptada a uma ampla variedade de produtos, com foco na gestão de projetos e portfólios personalizados. Por outro lado, o propósito do estágio é que ele possa compreender integralmente a cadeia de valor do produto, desde o design até a abertura da embalagem em casa ou a venda na loja.





## Objetivos específicos

---

### Módulo 1. Design e Ilustração com Adobe Illustrator

- ♦ Integrar as ferramentas Adobe Illustrator no Design de Packaging de um produto
- ♦ Gerenciar a tipografia para o design de rótulos
- ♦ Dominar o uso da paleta de cores para uma impressão correta
- ♦ Gerar harmonia no design e executar as ferramentas com personalidade integrando os valores da marca
- ♦ Incorporar o fluxo de trabalho do design digital ao projeto de *Packaging*

### Módulo 2. Ilustração vetorial de *Packaging* no Adobe Illustrator

- ♦ Incorporar gráficos vetoriais para o Design digital utilizando o Adobe Illustrator
- ♦ Aplicar e selecionar as ferramentas necessárias para a produção de um projeto de *Packaging*
- ♦ Dominar a tipografia e o *Lettering* para o design de etiquetas e logotipos
- ♦ Criar fotomontagens que mostrem o produto final em 3D recriando o cenário final
- ♦ Gerenciar o design de *Packaging* em todos os seus estágios: desde a criação de um volume em um espaço em branco até sua impressão com todas as camadas

### Módulo 3. Ecodesign: materiais para Design de *Packaging*

- ♦ Compreender o funcionamento da economia circular em relação ao Design de *Packaging*
- ♦ Dominar os materiais biodegradáveis e o processo de reciclagem
- ♦ Gerenciar decisões de design com foco na segunda vida útil da embalagem
- ♦ Aumentar a conscientização sobre o uso de plástico e a necessidade de reduzir a pegada de carbono para preservar o meio ambiente
- ♦ Otimizar o processo de design de *Packaging* para que sejamos designers conscientes

#### Módulo 4. A Estrutura do *Packaging*

- ♦ Dominar as técnicas de criatividade e composição estrutural com base na cultura de *Packaging*
- ♦ Gerar um conceito específico que responda a uma identidade universal baseada na coerência com o propósito da marca
- ♦ Aplicar técnicas de pesquisa no ambiente físico e digital, estabelecendo diretrizes de design
- ♦ Gerenciar o *Lettering* e a tipografia para a confecção de etiquetas de embalagem
- ♦ Aprofundar-se na experiência sensorial e transcender para a nova realidade virtual do *Packaging*

#### Módulo 5. *Packaging* para joalheria e cosméticos

- ♦ Incorporar as necessidades dos consumidores de cosméticos tradicionais e emergentes, entendendo que o *Packaging* cosmético é o diferencial na hora da compra de um produto na maioria das ocasiões
- ♦ Dominar as técnicas do design durante todo o processo de *Packaging*, harmonizando o *Packaging* exterior, interior e o produto
- ♦ Ampliar o critério para a aplicação de estilos no setor cosmético, uma vez que o design de *Packaging* está altamente definido e polarizado
- ♦ Administrar as técnicas de *Packaging* experimentais e criativas, aumentando a exclusividade através do valor da embalagem
- ♦ Gerar novos designs com base no design de *Packaging* de joias, levando em conta as principais linhas de design do setor de luxo

#### Módulo 6. *Packaging* gourmet e vinhos

- ♦ Incorporar as tradições familiares e a recriação de bons momentos em um produto que é concebido como parte imaterial do patrimônio cultural do país
- ♦ Gerenciar os aspectos casuísticos e técnicos das embalagens de vinho e produtos gourmet, encontrando um equilíbrio entre o design funcional e a estética
- ♦ Dominar os materiais que compõem o *Packaging* do produto, como tampas, vidros e embalagens secundárias
- ♦ Elaborar um rótulo de acordo com uma arquitetura de informações que contemple os selos de qualidade e reflita a personalidade da marca
- ♦ Gerenciar a experiência do usuário entendendo que trata-se de uma experiência sensorial, na qual o paladar tende inevitavelmente a introduzir-se pelos olhos

#### Módulo 7. *Packaging* e design para consumo em massa

- ♦ Gerar transparência e eficiência no *Packaging* de alimentos, fatores determinantes no correto desenvolvimento de nossa saúde física
- ♦ Incorporar as técnicas de nano tecnologia e *Packaging* interativo ao mercado de grande escala, como parte de uma estratégia de inovação constante
- ♦ Assimilar as necessidades do produto alimentício e suas condições de conservação, transporte e armazenamento
- ♦ Analisar os resultados do design da embalagem, tanto do ponto de vista funcional como estético
- ♦ Gerenciar as tendências de personalização na área de design voltadas para as marcas e aos consumidores em massa

### Módulo 8. Marketing e Branding para Embalagens

- ♦ Integrar o uso de dados na estratégia criativa do *Packaging*
- ♦ Dominar a comunicação estratégica e de valor para um *Briefing* de design de *Packaging* bem-sucedido
- ♦ Criar valor por meio da projeção de uma identidade de marca que pode mudar com o tempo por meio da flexibilidade e da versatilidade
- ♦ Adicionar a experiência do usuário no ambiente digital à *Packaging* tradicional das lojas físicas
- ♦ Assimilar o uso da inteligência artificial como apoio e a avaliação e análise do comportamento para desenvolver o pensamento crítico

### Módulo 9. Direção criativa

- ♦ Incentivar o desenvolvimento de habilidades artísticas mediante ao uso de códigos visuais e sua mensagem
- ♦ Aplicar os conhecimentos adquiridos até o momento para desenvolver um portfólio pessoal e um *Briefing* sobre nossos projetos
- ♦ Adaptar a narrativa visual à estratégia da marca
- ♦ Incorporar as técnicas artísticas mais avançadas, como o cadáver esquisito ou a hipergrafia
- ♦ Administrar o espaço, estruturas e os volumes, assim como o círculo cromático como um todo e não separadamente

### Módulo 10. Desenvolvimento operacional de Packaging

- ♦ Identificar o papel do design dentro da cadeia de suprimento da mercadoria
- ♦ Coordenar as técnicas de desenvolvimento, prototipagem e teste de produtos para aplicá-las ao design de *Packaging*
- ♦ Aumentar as habilidades de design visionário do aluno por meio de uma perspectiva global da "jornada da embalagem"
- ♦ Dominar seu papel como designer e melhorar suas relações de trabalho



*Você aprenderá através de vários módulos dedicados especificamente ao Design de Packaging de produtos como joias, cosméticos, vinhos ou alimentos gourmet, adquirindo um conhecimento especializado de cada um deles"*

# 04

# Competências

A abordagem desse Mestrado Próprio Semipresencial em Design de Packaging foi projetada para permitir que os alunos aperfeiçoem suas habilidades e competências profissionais por meio da aquisição de conhecimentos abrangentes, especializados e atualizados sobre esse setor da indústria de design. Dessa forma, será possível desenvolver suas habilidades e demonstrar sua qualidade criativa por meio da criação de projetos atraentes e diferenciados com base em seu domínio da área.





“

*Estude a embalagem para o mercado de massa, com ênfase especial no Packaging interativo e no relacionamento entre o produto e o cliente”*



## Competências gerais

---

- ♦ Desenvolver a comunicação verbal e visual através do domínio do *Briefing* e das tendências no design de *Packaging*
- ♦ Aumentar a criatividade através do uso de técnicas de direção artística e conceitual aplicáveis a embalagens de produtos
- ♦ Gerar capacitação analítica na observação, integração e avaliação de estratégias de *Branding* geradas no contexto de embalagens.
- ♦ Adquirir conhecimento do mercado de *Packaging* cosmético e de joias, assim como de vinhos, produtos gourmet e do consumo de massa
- ♦ Gerar habilidades em técnicas de ilustração e design auxiliado por computador usando o programa Adobe Illustrator.
- ♦ Gerar conhecimento integral da cadeia de valor do *Packaging* e a integração com o produto para aumentar o seu valor no mercado







## Competências específicas

---

- ♦ Expressar ideias de uma forma criativa e funcional utilizando a ferramenta Adobe Illustrator
- ♦ Desenvolver conceitos criativos de acordo com critérios próprios e ajustados às necessidades do produto e do mercado
- ♦ Gerar conhecimento avançado sobre os estilos de design adequados a cada tipo de produto em setores como gourmet, cosméticos, joias e bens de consumo.
- ♦ Desenvolver um design de Packaging sustentável e ambientalmente mais responsável
- ♦ Transcender à implementação da realidade virtual como um novo elemento para a realização de novos conceitos
- ♦ Dominar os estilos de design em cada um dos setores a serem aplicados: luxo, gourmet ou bens de consumo
- ♦ Desenvolver-se no campo da pesquisa de mercado de produtos, para fazer uso de dados no desenvolvimento de projetos
- ♦ Integrar as novas tecnologias para proporcionar uma melhor experiência ao usuário final através do *Packaging*
- ♦ Gerar um desempenho operacional correto em sua função de designer em harmonia com o ambiente

05

# Direção do curso

Tanto para a direção como para o ensino deste Mestrado Próprio Semipresencial, a TECH reuniu um corpo docente experiente em design e Marketing. Trata-se de um time de profissionais com vasta e extensa experiência em projetos criativos de diversos níveis. Contudo, o que verdadeiramente distingue este corpo docente é a sua notável qualidade humana, a qual se manifesta na meticulosidade com que o plano de estudos foi elaboradae no seu contributo crítico e inovador.





“

*Você terá a possibilidade de solicitar orientações individuais com a equipe de professores para resolver quaisquer dúvidas que possam surgir durante o período de estudos”*



## Palestrante internacional convidado

Laura Moffitt é uma renomada Designer altamente especializada em estratégias de embalagens e desenvolvimento de marcas a nível global. Com sólida experiência em direção criativa em embalagens inovadoras, trabalhou com equipes multifuncionais para dar vida às marcas através de uma visão criativa e coerente. Seu foco nas tendências de projetos e sua paixão pela excelência a levaram a superar os limites do convencional, trazendo uma visão inovadora para a indústria.

Ao longo de sua carreira, ocupou papéis-chave em empresas de renome, destacando-se a Direção de Design de Embalagens na Youth to the People da L'Oréal. Dessa forma, ficou responsável por liderar a concepção e execução de designs de embalagens, colaborando com equipes de Marketing, desenvolvimento de produtos e fornecedores para garantir uma experiência de Branding coerente e eficiente.

Vale destacar que foi reconhecida internacionalmente por sua capacidade de elevar a presença das instituições com as quais trabalhou. Nesse sentido, seu papel foi fundamental no desenvolvimento de estratégias globais de embalagens e na criação de coleções visualmente atraentes que conectam com o consumidor. Além de sua trajetória no setor, foi premiada por sua abordagem inovadora e impulsionou inúmeras iniciativas de melhoria contínua que marcaram marcos na indústria.

Além disso, contribuiu para o desenvolvimento de pesquisas e análises de tendências de mercado, o que lhe permitiu manter-se na vanguarda da Indústria do Design. Desenvolveu maquetes de alta fidelidade, representações 3D de embalagens e itens promocionais, além de criar ativos digitais. Seu foco investigativo permitiu-lhe colaborar no lançamento de novos produtos que se destacam por sua funcionalidade e estética.



## Sra. Moffitt Laura

---

- Diretora de Design de Embalagens na L'Oréal, Los Angeles, Estados Unidos
- Designer Sênior (Youth to the People) na L'Oréal
- Designer de Embalagens na L'Oréal
- Designer de Embalagens na Youth To The People
- Designer Visual Sênior na Beats by Dr. Dre (Apple)
- Designer Gráfico na FAM Brands
- Estagiária de Design Gráfico na Dibujando de Memoria
- Estagiária de Marketing na Bonhams
- Especialista em Design Gráfico no Instituto Pratt
- Graduação em Design de Comunicação, com especialização em Design Gráfico pelo Pratt Institute

“

*Graças à TECH, você pode aprender com os melhores profissionais do mundo”*

## Direção



### Dra. María García Barriga

- ♦ Doutorado em Design e Dados de Marketing
- ♦ Comunicadora na RTVE
- ♦ Comunicadora na Telemadrid
- ♦ Docente Universitária
- ♦ Autora de El patrón de la eternidad, creación de una Identidad en Espiral para la Automatización de Tendencias de Moda
- ♦ Comunicación, Marketing y Campañas Sociales, Patrimonio de las Artes y Marketing Digital
- ♦ Editora-chefe da Chroma Press
- ♦ Executiva de Contas de Marketing e Redes Sociais na Servicecom
- ♦ Redatora de Conteúdo Web na Premium Difusión, Diario Siglo XXI e Managers Magazine
- ♦ Doutorado em Design e Dados de Marketing pela Universidade Politécnica de Madri
- ♦ Formada em Ciências da Informação, Comunicação, Marketing e Publicidade pela Universidade Complutense de Madri
- ♦ Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo pela Universidade Complutense de Madri
- ♦ Certificada em Data Analysis & Creativity com Python, China
- ♦ MBA Fashion Business School na Escola de Negócios de Moda da Universidade de Navarra

## Professores

### Dra. Paula Gárgoles Saes

- ◆ Doutora, Pesquisadora e Consultora, Especialista em Moda, Comunicação e Sustentabilidade
- ◆ Professora Pesquisadora da Escola de Comunicação e Chefe da Academia de Comunicação Corporativa na Universidade Panamericana, Cidade do México
- ◆ Consultora de Comunicação e Sustentabilidade na Ethical Fashion Space, Cidade do México
- ◆ Jornalista de Moda da Agência Europa Press e da revista digital Asmoda
- ◆ Especialista em Moda no Fashion Institute of Technology em Nova York e no Laboratório de Tendências Future Concept Lab em Milão
- ◆ Departamento de Comunicação do Mestrado em Comunicação e Gestão de Moda do Centro Universitário Villanueva e ISEM Fashion Business School
- ◆ Doutorado Cum Laude em Criatividade Aplicada pela Universidade de Navarra com a tese "Modelo reputacional para el sector de la moda"
- ◆ Formada em Jornalismo pela Universidade Complutense de Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA pelo ISEM Fashion Business School

### Sra. Eva Sigüenza

- ◆ Consultor em Agências de Comunicação e Relações Públicas de Estilo de Vida
- ◆ Coordenadora de Relações Públicas na Penaira
- ◆ Consultora de Marketing e Relações Públicas no OmnicomPRGroup
- ◆ Diretora de Contas na Agência TTPR
- ◆ Executiva de Contas na Ogilvy Public Relations Worldwide
- ◆ Especialista em Campanhas para o setor de luxo e alta relojoaria, com clientes como a Panerai
- ◆ Formada em Publicidade e Relações Públicas pela Universidade Europeia de Madrid
- ◆ Mestrado em Marketing Digital e Comércio Eletrônico pela EAE Business School

### Dra. Lola Macías

- ◆ Consultora de Internacionalização de Empresas na Thinking Out
- ◆ Consultora de Internacionalização aprovada pelo Instituto Valenciano de Competitividade Empresarial
- ◆ Coordenadora do Observatório do Mercado Têxtil AITEX
- ◆ Professora de Comércio Internacional, Marketing e Publicidade na Universidade Europeia de Valência
- ◆ Professora de Internacionalização e Gestão Estratégica de Negócios na Universidade CEU Cardenal Herrera
- ◆ Doutorado em Marketing pela Universidade de Valência
- ◆ Formada em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade de Valência
- ◆ Mestrado em Gestão e Administração de Empresas Comerciais pela Universidade de Paris
- ◆ Mestrado em Formação de Professores para o Ensino Fundamental II, Bacharelado e Formação Profissional na Universidade Católica de Valência
- ◆ Mestrado em Moda, Gestão de Design e Operações pela AITEX

### Sra. Mari Carmen Miñana Grau

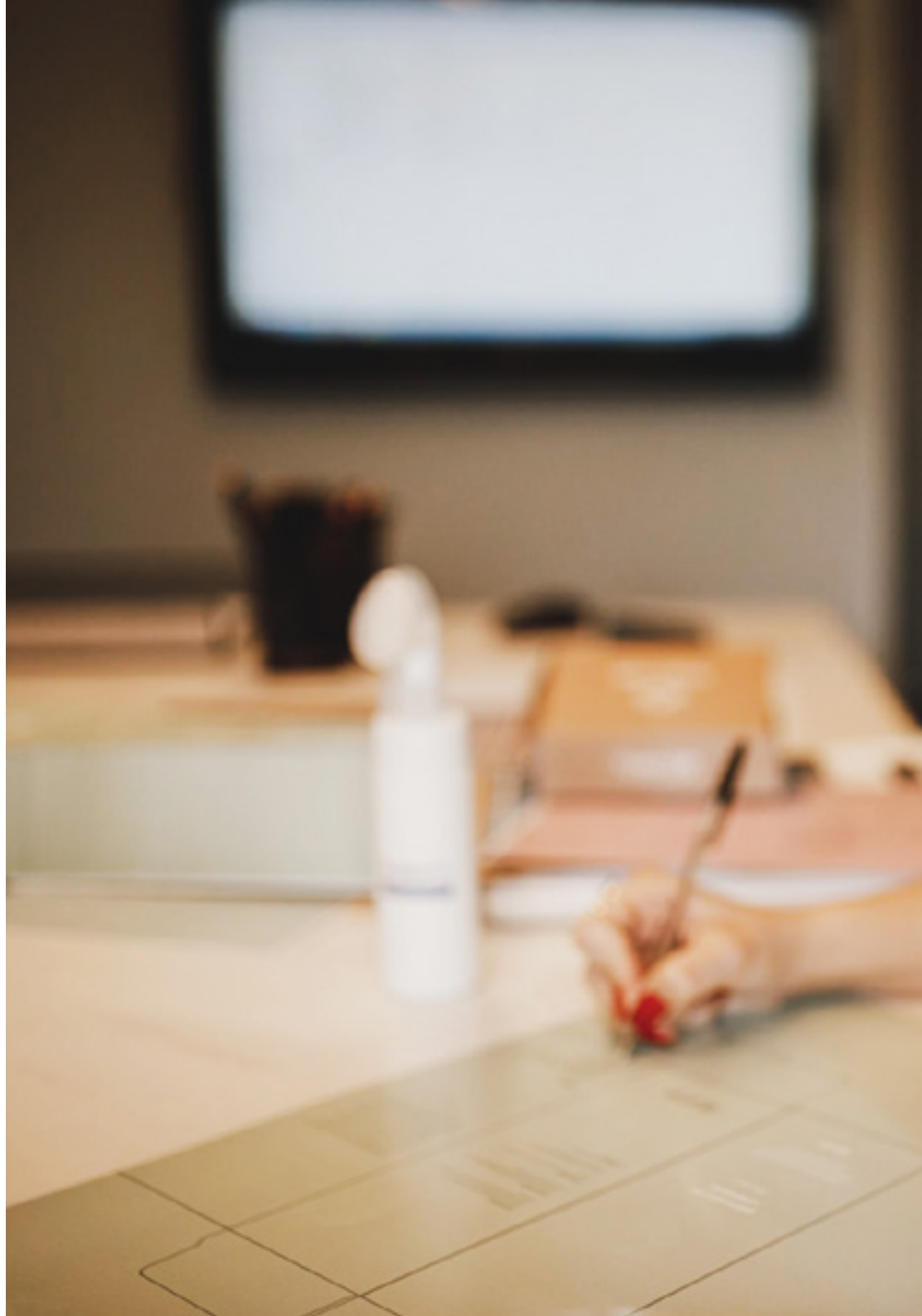
- ◆ Designer têxtil na Petite Antoinette
- ◆ Designer na Donzis Estudios
- ◆ Designer da Summon Press
- ◆ Modelista em Valentín Herraiz
- ◆ Formada em Design de Moda pela Barreira Arte y Diseño
- ◆ Especialista em Design Digital com Adobe Illustrator
- ◆ Especialidade em modelagem, corte e alfaiataria de roupas valencianas por Aitex Paterna

### Sra. Begoña Romero Monente

- ◆ Diretora geral da agência Young Promotion
- ◆ Mentora pessoal e *Coach* para empreendedores
- ◆ Palestrante e professora em diversos cursos de *Retail Management*, Marketing Digital e Gestão de Pessoas
- ◆ Coordenadora na Airport Promotion Agencies Association
- ◆ Locutora, redatora e responsável pela comunicação em diferentes mídias *on/off*
- ◆ Formada em Jornalismo pela Universidade de Málaga
- ◆ Formada em Publicidade e Relações Públicas pela Universitat Oberta de Catalunya
- ◆ Mestrado em Marketing pela Universidade Oberta de Catalunya
- ◆ MBA na ISEM Fashion Business School da Universidade de Navarra
- ◆ *Coach* certificada pela Escuela Europea de Coaching

### Sr. Javier Holgueras

- ◆ Planejador de gestão da cadeia de suprimentos da Zalando
- ◆ Analista Comercial para Apple em sua sede na Irlanda
- ◆ Gerente de Mercado da Kellogg's
- ◆ Planejador de receita de vendas e desenvolvimento na Mondelēz International
- ◆ Gerente de Implementação da Colgate-Palmolive
- ◆ Mestrado em Big Data e Análise de Negócios para a Escola de Organização Industrial
- ◆ Mestrado em Engenharia Industrial pela Universidade de Valladolid
- ◆ Formado em Economia pela Universidade Nacional de Educação a Distância







### Sra. Esther Merinero Gómez

- ♦ Artista
- ♦ Diretora de Arte da Feira Internacional de Arco
- ♦ Direção Artística em projetos como The Koppel Project Gallery e Costa del Sol
- ♦ Formada em Belas Artes, Chelsea College of Art and Design
- ♦ Sculpture MA, Royal College of Arts de Londres

“

*Os professores mais destacados da TECH irão oferecer-lhe um guia personalizado para que você domine as habilidades mais complexas no design de Packaging”*

# 06

## Conteúdo programático

Para a elaboração do plano de estudos deste Mestrado Próprio Semipresencial, a TECH considerou o critério da equipe docente, que foi responsável por selecionar as informações posteriormente incluídas no plano de estudos. Todo o conteúdo foi adaptado à prestigiosa e eficaz metodologia pedagógica do *Relearning*, com o objetivo de permitir que o aluno desfrute de uma experiência acadêmica dinâmica, sem a necessidade de gastar horas extras memorizando. Por último, também foi incluído material adicional diversificado para contextualizar cada tópico e aprofundar nos conceitos que mais interessam.





“

*Você poderá acessar a Aula Virtual 24 horas por dia e de qualquer dispositivo com conexão à internet, para que possa se conectar quando quiser e de qualquer lugar”*

## Módulo 1. Design e Ilustração com Adobe Illustrator

- 1.1. Preparação do espaço de trabalho
  - 1.1.1. O que é um gráfico vetorial?
  - 1.1.2. Novo documento. Espaço de trabalho
  - 1.1.3. Interface
- 1.2. Área de Trabalho
  - 1.2.1. Ferramentas disponíveis
  - 1.2.2. Réguas, guias. Grades
  - 1.2.3. As mesas de trabalho
- 1.3. Traçados
  - 1.3.1. Formas geométricas
  - 1.3.2. Seleção e seleção direta
  - 1.3.3. Traço
- 1.4. Cor
  - 1.4.1. Cores e conta-gotas
  - 1.4.2. Lápis
  - 1.4.3. Pincel
- 1.5. Transformação de formas
  - 1.5.1. Borracha, tesoura e faca
  - 1.5.2. Deformar, escalar e distorcer
  - 1.5.3. Alinhar e agrupar. Camadas
- 1.6. Cor e atributos de preenchimento
  - 1.6.1. Caneta
  - 1.6.2. Manipuladores e vértices interativos
  - 1.6.3. Bibliotecas de cores
- 1.7. Formas
  - 1.7.1. Gradiente e transparência. Fusões
  - 1.7.2. Combinação de Formas
  - 1.7.3. Vetorização de Imagem
- 1.8. Textos
  - 1.8.1. Instalar o gestor tipográfico e as fontes. Caracteres e parágrafos
  - 1.8.2. Ferramenta de texto
  - 1.8.3. Delinear, modificar e deformar o texto. Expandir e deslocar

- 1.9. Círculo cromático
  - 1.9.1. Círculo cromático
  - 1.9.2. Tipografia e hierarquias. Logomarca
  - 1.9.3. Criação de um modelo e exemplos
- 1.10. Artes finais
  - 1.10.1. Formatos para papel e web
  - 1.10.2. Exportar para impressão
  - 1.10.3. Exportar para mídia digital

## Módulo 2. Ilustração vetorial de *Packaging* em Adobe Illustrator

- 2.1. O gráfico vetorial
  - 2.1.1. Novo documento Espaço de trabalho
  - 2.1.2. Ferramentas gerais
  - 2.1.3. A cor
- 2.2. Artes finais
  - 2.2.1. Formatos para papel e web
  - 2.2.2. Exportar para impressão
  - 2.2.3. Exportar para mídia digital
- 2.3. Ferramentas de ilustração Ai
  - 2.3.1. Combinações de ferramentas para ilustração no Ai
  - 2.3.2. Composições vetoriais
  - 2.3.3. Tipografias
- 2.4. Ilustração digital
  - 2.4.1. Referências de ilustração Ai
  - 2.4.2. A técnica da vetorização de imagem e seus derivados
  - 2.4.3. Aplicação da ilustração em *Embalagens (In focus: dieline)*
- 2.5. Fontes
  - 2.5.1. Otimização do tempo (páginas com recursos Ai gratuitos)
  - 2.5.2. Versões e modificações (desenho vetorial)
  - 2.5.3. Vantagens do Adobe Illustrator (Ai) em relação ao Photoshop na ilustração digital

- 2.6. Formatos
  - 2.6.1. Design sobre um formato pré-determinado
  - 2.6.2. Criação do formato a partir de zero
  - 2.6.3. Novos formatos e aplicações
- 2.7. Materiais
  - 2.7.1. Materiais típicos e suas aplicações
  - 2.7.2. O *Packaging* como objeto de desejo
  - 2.7.3. Novos materiais
- 2.8. *Packaging* físico
  - 2.8.1. Etiquetas
  - 2.8.2. Caixas
  - 2.8.3. Notas de agradecimento/convites
  - 2.8.4. Embalagens
- 2.9. *Packaging* digital
  - 2.9.1. Newsletters
  - 2.9.2. *Banners* e web
  - 2.9.3. O formato Instagram
- 2.10. *Mockup*
  - 2.10.1. Integração de um *Mockup*
  - 2.10.2. Portais de *Mockup* gratuitos
  - 2.10.3. Uso do *Mokcup*
  - 2.10.4. Criação do *Mokcup* próprio
- 3.3. Design sustentável de *Packaging*
  - 3.3.1. Objetivos do design sustentável
  - 3.3.2. Desafios do design sustentável
  - 3.3.3. Desafios do design sustentável
- 3.4. Materiais sustentáveis
  - 3.4.1. *Packaging* feitos com materiais de origem natural
  - 3.4.2. *Packaging* feitos com materiais compostáveis
  - 3.4.3. *Packaging* feitos com materiais biodegradáveis
- 3.5. O uso do plástico
  - 3.5.1. Os efeitos do plástico no mundo
  - 3.5.2. Alternativas ao plástico
  - 3.5.3. Plástico reciclado
- 3.6. Processos de fabricação sustentáveis
  - 3.6.1. Processos sustentáveis na dimensão social
  - 3.6.2. Processos sustentáveis na dimensão ambiental
  - 3.6.3. Processos sustentáveis na dimensão econômica e de governança
- 3.7. A reciclagem
  - 3.7.1. Materiais recicláveis
  - 3.7.2. Processo de reciclagem
  - 3.7.3. O preço da reciclagem no *Packaging*
- 3.8. Projetar um *Packaging* para reciclagem e reutilização
  - 3.8.1. A segunda vida do *Packaging*
  - 3.8.2. Projetar para reciclagem
  - 3.8.3. Projetar para reutilização
- 3.9. Otimização e versatilidade do *Packaging*
  - 3.9.1. Quando menos é mais no *Packaging*
  - 3.9.2. Como reduzir o *Packaging* sem perder o valor da marca
  - 3.9.3. Quando o *Packaging* pode ser eliminado sem perder o valor da marca

### Módulo 3. Ecodesign: materiais para design de *Packaging*

- 3.1. Sustentabilidade: novo motor do design
  - 3.1.1. As três dimensões da sustentabilidade: social, ambiental e econômica
  - 3.1.2. A sustentabilidade no modelo de negócio
  - 3.1.3. A sustentabilidade incorporada em todo o processo de *Packaging*: do projeto à reciclagem
- 3.2. Economia circular no *Packaging*
  - 3.2.1. A circularidade em ambientes estéticos
  - 3.2.2. A aplicação da economia circular no *Packaging*
  - 3.2.3. Os desafios da economia circular no *Packaging*



- 3.10. Como aumentar a conscientização dos consumidores do *Packaging*
  - 3.10.1. Educação
  - 3.10.2. Conscientização
  - 3.10.3. Envolver o consumidor no processo de *Packaging*

## Módulo 4. A Estrutura do *Packaging*

- 4.1. A ilustração do *Packaging*
  - 4.1.2. A cultura do *Packaging* (ressonância)
  - 4.1.3. As funções do *Packaging* digital
  - 4.1.4. Os objetivos do Design de *Packaging*
- 4.2. Composição estrutural
  - 4.2.1. Seleção de Forma (estrutura)
  - 4.2.2. Combinação de Cores
  - 4.2.3. Textura em 2D
- 4.3. Técnicas de expressão
  - 4.3.1. Ilustrações específicas
  - 4.3.2. Ilustrações abstratas
  - 4.3.3. Humor nos produtos embalados
- 4.4. Técnicas de representação visual
  - 4.4.1. Associações
  - 4.4.2. Metáforas simbólicas
  - 4.4.3. Hipérboles visuais - exageros (*In Focus: Hierarquia visual*)
- 4.5. Design conceitual
  - 4.5.1. Pesquisa demográfica e etnográfica
  - 4.5.2. *Pesquisa no Varejo e Pesquisa Digital*
  - 4.5.3. O conceito da marca, design da embalagem (*In Focus: Culture Map*)
- 4.6. Elementos do Design de *Packaging*
  - 4.6.1. Painel de visualização
  - 4.6.2. O imaginário da marca
  - 4.6.3. *Concept Board* (*In Focus: O nome do produto e o nome da marca*)

- 4.7. *Lettering*
  - 4.7.1. A tipografia
  - 4.7.2. Espaçamento entre linhas
  - 4.7.3. Princípios tipográficos (*In Focus: Tipografia e tecnologia*)
- 4.8. Etapas do Design de *Packaging*
  - 4.8.1. A estrutura do projeto e o *Briefing*
  - 4.8.2. A comunicação da estratégia
  - 4.8.3. Refinamento do Design e pré-produção (*In Focus: Para quem são desenhados os produtos Luxury Packaging?*)
- 4.9. A experiência sensorial
  - 4.9.1. Como é o *Packaging*?
  - 4.9.2. O tato em 2D
  - 4.9.3. A avaliação sensorial (*In Focus: a experiência sensorial virtual*)
- 4.10. O *Packaging* virtual
  - 4.10.1. A embalagem no metaverso
  - 4.10.2. As marcas de luxo
  - 4.10.3. O material audiovisual incluído no *Packaging* (*In Focus: Unboxing no metaverso*)

## Módulo 5. *Packaging* para Joalheria e Cosméticos

- 5.1. A competitividade no setor de cosméticos
  - 5.1.1. As necessidades do consumidor de *Packaging*
  - 5.1.2. O amplo espectro das marcas de cosméticos
  - 5.1.3. O design de *Packaging* como um valor diferencial no setor cosmético
- 5.2. Os estilos no design cosmético
  - 5.2.1. Design feminino
  - 5.2.2. Design masculino
  - 5.2.3. Design no *gender*
- 5.3. O design das embalagens de creme e sabonete
  - 5.3.1. Definição de linhas: redondas ou quadradas?
  - 5.3.2. Customização da *Parte frontal*
  - 5.3.3. Padrões ousados vs. Padrões sóbrios

- 5.4. Segurança e proteção de cremes
  - 5.4.1. A conservação dos antioxidantes
  - 5.4.2. Riscos de uma embalagem inadequada
  - 5.4.3. Opacidade da embalagem?
- 5.5. As fragrâncias
  - 5.5.1. Os ingredientes naturais
  - 5.5.2. A embalagem de perfumes: cor ou vidro
  - 5.5.3. A estrutura do frasco
- 5.6. O design do Packaging para a maquiagem
  - 5.6.1. A ilustração em estojos de sombras
  - 5.6.2. As edições especiais
  - 5.6.3. O estilo floral vs. Estilo *minimalista*
- 5.7. As tendências de *Packaging* em todo o processo de embalagem
  - 5.7.1. Embalagem externa - bolsa
  - 5.7.2. Embalagem interior - caixa
  - 5.7.3. Embalagem do produto- garrafa
- 5.8. O *Packaging* experimental criativo
  - 5.8.1. A joia como uma peça única
  - 5.8.2. A sofisticação e a elegância
  - 5.8.3. A caixa mágica
- 5.9. A seleção de cores no design de Packaging de joias
  - 5.9.1. A paleta clássica
  - 5.9.2. A cor do ouro e o seu simbolismo
  - 5.9.3. O metal, um material frio e incolor
- 5.10. O design das caixas de joias
  - 5.10.1. O corte da madeira: bordas e compartimentos
  - 5.10.2. Revestido em tecido ou veludo
  - 5.10.3. O design da apresentação de joias

- 5.11. *Luxury Jewelry Packaging*
  - 5.11.1. O *Packaging* de couro
  - 5.11.2. O uso de fitas e cetim
  - 5.11.3. O espaço para o logotipo

## Módulo 6. *Packaging* gourmet e vinhos

- 6.1. Fundamentos do *Packaging* gourmet
  - 6.1.1. Design prático e estético
  - 6.1.2. O uso de vidro e papelão
  - 6.1.3. A ergonomia da embalagem
- 6.2. A arquitetura das informações
  - 6.2.1. A prioridade: estética ou funcional
  - 6.2.2. Os valores complementares
  - 6.2.3. A mensagem a ser transmitida
- 6.3. Design da logo
  - 6.3.1. O isotipo
  - 6.3.2. O isologotipo
  - 6.3.3. A etiqueta
- 6.4. Conteúdo imprescindível no *Packaging* gourmet e vinícola
  - 6.4.1. Denominação de origem
  - 6.4.2. Descrição do produto
  - 6.4.3. Selos específicos de qualidade
- 6.5. As propriedades do vinho e dos produtos gourmet
  - 6.5.1. A preservação da qualidade
  - 6.5.2. A conservação do sabor
  - 6.5.3. A apresentação
- 6.6. A personalidade das marcas gourmet e vinícolas
  - 6.6.1. A herança familiar
  - 6.6.2. Inspirando bons momentos
  - 6.6.3. O sentido do paladar chega através dos olhos
- 6.7. A etiqueta
  - 6.7.1. Tipologia do papel
  - 6.7.2. Propriedades do papel
  - 6.7.3. Informação adicional (*In Focus: O uso do papel reciclado nas etiquetas*)

- 6.8. A rolha
  - 6.8.1. A qualidade da rolha
  - 6.8.2. Cortiça natural, *twin-top*, aglomerado e colmatado
  - 6.8.3. A impressão sobre a rolha (Procork, T-Cork, Cava ou Multi-peça)
- 6.9. O vidro
  - 6.9.1. Moldes e formas de vidro
  - 6.9.2. Altura e cor da garrafa
  - 6.9.3. O design das cápsulas protetoras de vedação
- 6.10. Embalagem gourmet
  - 6.10.1. O produto à vista
  - 6.10.2. Rotulagem clara, legível e ordenada
  - 6.10.3. Projetando frescor

## Módulo 7. Embalagem e design em bens de consumo

- 7.1. A transparência no *Packaging* de alimentos
  - 7.1.1. Embalagem saudável
  - 7.1.2. O plástico para embalar os alimentos e materiais biodegradáveis
  - 7.1.3. Os polímeros
- 7.2. Novas embalagens para alimentos
  - 7.2.1. Os biopolímeros
  - 7.2.2. Os ácidos orgânicos
  - 7.2.3. Os indicadores de gás e temperatura
- 7.3. Nano *Packaging*
  - 7.3.1. As nanopartículas
  - 7.3.2. Os nanomateriais
  - 7.3.3. As nanoemulsões
- 7.4. O presente do *Packaging* de grande consumo
  - 7.4.1. *Active Packaging*
  - 7.4.2. *Intelligent Packaging*
  - 7.4.3. *Smart Packaging*
- 7.5. A produção em massa
  - 7.5.1. *Packaging* e distribuição
  - 7.5.2. Embalagem primária
  - 7.5.3. Embalagem secundária (caso: caixas Kellogg's)

- 7.6. A aparência do consumo em larga escala
  - 7.6.1. Fotografia dos alimentos
  - 7.6.2. Ilustrações instrutivas
  - 7.6.3. Design eficiente
- 7.7. O *Packaging* interativo
  - 7.7.1. A funcionalidade do *Packaging* interativo
  - 7.7.2. Tipos de *Packaging* interativo
  - 7.7.3. Relações interativas
- 7.8. Design da embalagem de alimento
  - 7.8.1. Forma e tamanho
  - 7.8.2. Alimentos frescos ou processados
  - 7.8.3. O design na rotulagem de produtos
- 7.9. O *Packaging* comercial
  - 7.9.1. *From Common to Premium*
  - 7.9.2. Design funcional com um *Twist*
  - 7.9.3. A personalização massiva
- 7.10. Avaliação do design de *Packaging*
  - 7.10.1. Está claro o que é o seu produto?
  - 7.10.2. É uma representação honesta do produto?
  - 7.10.3. Como se apresentará o produto na loja ou em 3D?
  - 7.10.4. A versatilidade

## Módulo 8. Marketing e Branding para *Packaging*

- 8.1. A inteligência artificial no design de *Packaging*
  - 8.1.1. A ativação da criatividade através de dados
  - 8.1.2. Técnicas de diferenciação
  - 8.1.3. Redesenho e avaliação
- 8.2. *Branding* para as "embalagens"
  - 8.2.1. A identidade da marca
  - 8.2.2. O design baseado no *Branding*
  - 8.2.3. Os impactos econômicos do *Branding* no *Packaging*

- 8.3. A estratégia digital
  - 8.3.1. Estratégias comerciais relacionadas com a identidade
  - 8.3.2. Publicidade
  - 8.3.3. A avaliação da posicionamento
- 8.4. O processo orientado por dados
  - 8.4.1. Gerenciar a comunicação visual através de dados
  - 8.4.2. Coleta e seleção de dados
  - 8.4.3. Análise de dados
- 8.5. Hábitos de consumo no ambiente *Premium*
  - 8.5.1. As principais métricas do Marketing
  - 8.5.2. As principais métricas do *Packaging*
  - 8.5.3. A criação de padrões sequenciais
- 8.6. A inovação no ambiente do *Packaging*
  - 8.6.1. A gestão da criatividade
  - 8.6.2. As técnicas preditivas
  - 8.6.3. Simulação de cenários inovadores
- 8.7. O uso de *Big Data* para a criação do ícone
  - 8.7.1. O mercado de *Packaging*
  - 8.7.2. O consumidor de *Packaging*
  - 8.7.3. A segmentação e o valor
- 8.8. A criação de valor ao longo do tempo
  - 8.8.1. As estratégias de fidelização
  - 8.8.2. A geração dos embaixadores
  - 8.8.3. A gestão eficiente das comunicações
- 8.9. A experiência do usuário
  - 8.9.1. O ambiente digital
  - 8.9.2. A geração de *Engagement*
  - 8.9.3. As mensagens

- 8.10. A gestão de projetos
  - 8.10.1. Preparação do *Briefing*
  - 8.10.2. Comunicação estratégica
  - 8.10.3. Comunicação de valor

## Módulo 9. Direção Criativa

- 9.1. A evolução do *Packaging*
  - 9.1.1. A comunicação visual
  - 9.1.2. História especulativa do *Packaging*
  - 9.1.3. Fundamentos estéticos
- 9.2. A narrativa do produto
  - 9.2.1. Identificar a sua história Qual é a sua mensagem?
  - 9.2.2. Identificar o seu público alvo
  - 9.2.3. Conversa entre marca e consumidor
- 9.3. A estratégia de marca
  - 9.3.1. *Briefings*
  - 9.3.2. Mecanismos e linguagens
  - 9.3.3. Material Research. Tendências
- 9.4. Oficina de especulação
  - 9.4.1. Arte e espaço. Volumes
  - 9.4.2. Espaço físico I. Jogo, Tempo e Acaso
  - 9.4.3. Espaço digital I. *Virtual Making*
- 9.5. O ambiente dos produtos
  - 9.5.1. As premissas e sua posição
  - 9.5.2. Espaço físico II
  - 9.5.3. Espaço digital II
- 9.6. Criatividade técnica
  - 9.6.1. Composição
  - 9.6.2. Cadavre Exquis (cadáver esquisito). A diversidade de imagens
  - 9.6.3. *Hypergraphics*. O gráfico aplicado ao espaço
- 9.7. Produção e desenvolvimento de *Packaging*
  - 9.7.1. Os materiais como mensagem
  - 9.7.2. Técnicas tradicionais e contemporâneas
  - 9.7.3. Por que apostar em uma imagem?





- 9.8. *Direção de Arte*
  - 9.8.1. Aplicar a narrativa do produto
  - 9.8.2. Círculo cromático e o seu significado
  - 9.8.3. Identificar a abordagem publicitária
- 9.9. Pós-produção
  - 9.9.1. Fotografia
  - 9.9.2. Iluminação
  - 9.9.3. Efeitos
- 9.10. Projeto de empreendedorismo
  - 9.10.1. Portfólio
  - 9.10.2. Instagram
  - 9.10.3 Reflexão. *Workshop*

## Módulo 10. Desenvolvimento Operacional de *Packaging*

- 10.1. A cadeia de valor do *Packaging*
  - 10.1.1. O ciclo de vida das "embalagens"
  - 10.1.2. A funcionalidade
  - 10.1.3. O papel do design na cadeia de suprimentos
- 10.2. *Stock Packaging*
  - 10.2.1. Armazenamento
  - 10.2.2. Distribuição: seguimento e rastreamento
  - 10.2.3. A integração da operatividade no design
- 10.3. O varejo e o e-commerce
  - 10.3.1. A nova realidade do *Packaging* nas lojas físicas
  - 10.3.2. Lojas Conceito
  - 10.3.3. Design de entrega ao domicílio (*In Focus*: padronização vs. Personalização)
- 10.4. O *Packaging* industrial
  - 10.4.1. A análise de custos
  - 10.4.2. Os limites no design de *Packaging*
  - 10.4.3. A avaliação do processo de *Packaging*
- 10.5. A inovação no design de *Packaging*
  - 10.5.1. A evolução do conceito de embalagens
  - 10.5.2. A qualidade do *Packaging*
  - 10.5.3. A gestão de remessas no canal online
- 10.6. A estratégia do *Packaging*
  - 10.6.1. Embalagem primária, secundária e terciária no sistema de *Packaging*
  - 10.6.2. O fabricante do produto e o designer de *Packaging*
  - 10.6.3. *Tomada de Decisões*
- 10.7. O Desenvolvimento do conceito
  - 10.7.1. *OKR Technique (objectives and key results)*
  - 10.7.2. *Técnicas de Enquadramento*
  - 10.7.3. *Técnica de Canvas*
- 10.8. O produtos de design
  - 10.8.1. Prototipagem (*Story Map + Live Data*)
  - 10.8.2. Testagem (*Concierge Test + usabilidade/confiabilidade/comportamento*)
  - 10.8.3. Avaliação
- 10.10. A profissão do designer de *Packaging*
  - 10.10.1. *Stakeholders*
  - 10.10.2. O ambiente de trabalho
  - 10.10.3. As relações laborais com os clientes



*Uma capacitação que lhe dará conhecimento especializado sobre inteligência artificial em design de *Packaging* e outras tendências futuras"*

07

# Estágio

Após a conclusão do período teórico, o aluno terá a oportunidade de realizar um estágio prático em uma empresa de renome no setor de design e Marketing digital. Desta forma, poderá aplicar suas habilidades com base no que foi aprendido ao longo do currículo, trabalhando em estreita colaboração com profissionais do setor que possuem anos de experiência na criação de projetos bem-sucedidos. Além disso, poderá não apenas adquirir conhecimento de primeira mão sobre técnicas e estratégias atuais, mas também incluir em seu currículo três semanas de experiência em um centro de renome.



“

*Você terá a possibilidade de se candidatar a um estágio de três semanas em uma empresa de Marketing Digital e Design para trabalhar lado a lado com profissionais do setor"*

Este programa em Design de Packaging foi desenvolvido pela TECH com o objetivo de proporcionar ao aluno um estágio de 3 semanas em um centro de renome no setor de design de produtos 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 têm como objetivo desenvolver e aperfeiçoar as habilidades necessárias para o fornecimento de design, planejamento e criação de Packaging, e são orientadas para a 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 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. Isso oferecerá 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 os procedimentos de cada área de competência (prender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e a orientação dos professores e de outros colegas da capacitação que promovem o trabalho em equipe e a integração multidisciplinar como competências transversais para a prática do design (aprender a ser e aprender a conviver).



*Uma oportunidade única de aprender sobre Active Packaging, Intelligent Packaging ou Smart Packaging e integrá-los em seus futuros processos de design"*





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:

<b>Módulo</b>	<b>Atividade Prática</b>
<b>Direção Criativa de Packaging e estratégias de Marketing</b>	Estabelecer um plano de marca e narrativa de produto por meio do design de <i>Packaging</i>
	Desenvolver o branding, a estratégia digital e implementar elementos de inteligência artificial no processo de criação de <i>Packaging</i>
	Aplicar as estratégias mais avançadas no que diz respeito ao <i>Packaging</i> voltado para a experiência do usuário com o produto
<b>Técnicas para o Design de Packaging</b>	Criar rótulos, caixas e embalagens para <i>Packaging</i> físico
	Elaborar banners web, <i>newsletters</i> e conteúdo criativo no formato do Instagram para plataformas digitais
	Aplicar formas, tipografia e paleta de cores específicas a um <i>Packaging</i> concreto
	Ajustar traçados e cores de figuras geométricas específicas
	Exportar o trabalho realizado, considerando os formatos para impressão em papel e para meios digitais
<b>Design de Packagings para produtos de luxo e produtos gourmet</b>	Criar um <i>Packaging</i> específico para um produto de joalheria ou luxo
	Desenvolver logotipos e <i>design de Packaging</i> específico para um produto de joalheria ou luxo
	Criar etiquetas com tipografia e informações específicas para o setor gastronômico
<b>Design de Packaging para consumo em massa e desenvolvimento operacional</b>	Embalar e criar <i>embalagens para ambientes digitais, com formatos e materiais específicos</i>
	Usar o <i>aitvo Packaging, intelligent Packaging</i> o <i>smart Packaging</i> no design de um produto
	Projetar embalagens com o objetivo de serem enviadas diretamente para o domicílio
	Prototipar, testar e avaliar um design final do <i>Packaging</i>
<b>Ecodesign e novos materiais para Packaging</b>	Utilizar materiais ecológicos, biodegradáveis e até comestíveis como parte das estratégias de design sustentável de <i>Packaging</i>
	Otimizar as embalagens de produtos com base em princípios de reciclagem e reutilização

## 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 instituição 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 o Mestrado Próprio Semipresencial 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 do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno perderá o direito de realizá-lo 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 passar nas provas do Mestrado Próprio Semipresencial, o aluno receberá um certificado que comprovará o período de estágio no centro em questão.

**5. RELAÇÃO DE EMPREGO:** o Mestrado Próprio Semipresencial não constitui relação de emprego de qualquer tipo.

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

**7. NÃO INCLUÍDO:** o Mestrado Próprio Semipresencial 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.



# 08

## Onde posso realizar o Estágio?

A TECH, em seu compromisso com o crescimento e desenvolvimento profissional do aluno, seleciona apenas os melhores centros na área em que a capacitação está sendo realizada. Neste caso, o designer terá a oportunidade de realizar 120 horas de estágio em uma empresa líder no setor de marketing digital e design, uma empresa com uma equipe altamente capacitada que garantirá sua participação ativa nos projetos em andamento no momento do início do estágio.






“

*Você terá um orientador que o guiará durante o estágio prático, para que possa aproveitar ao máximo as 120 horas de duração da fase prática”*



O aluno pode fazer a parte prática desse Mestrado Próprio Semipresencial 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

---

**Capacitações práticas relacionadas:**

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





“

*Aproveite essa oportunidade para estar perto de profissionais experientes e aprender com a metodologia de trabalho deles”*



0?

# 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.*



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

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

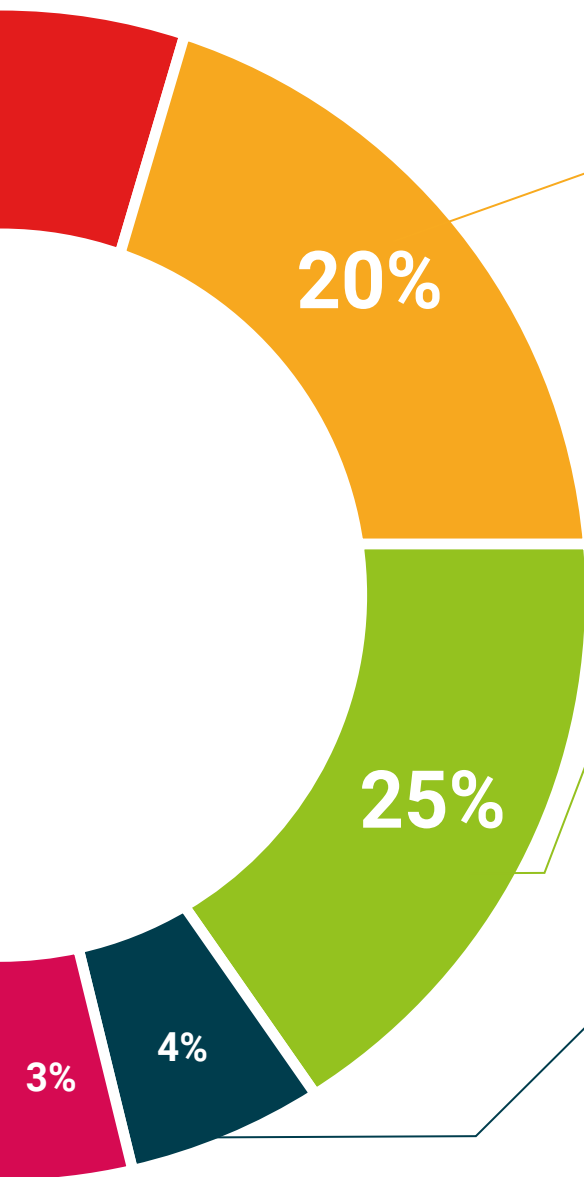
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada disciplina. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as habilidades e competências necessárias para que um especialista possa se desenvolver dentro do contexto globalizado em que vivemos.



#### 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.



# 10 Certificado

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

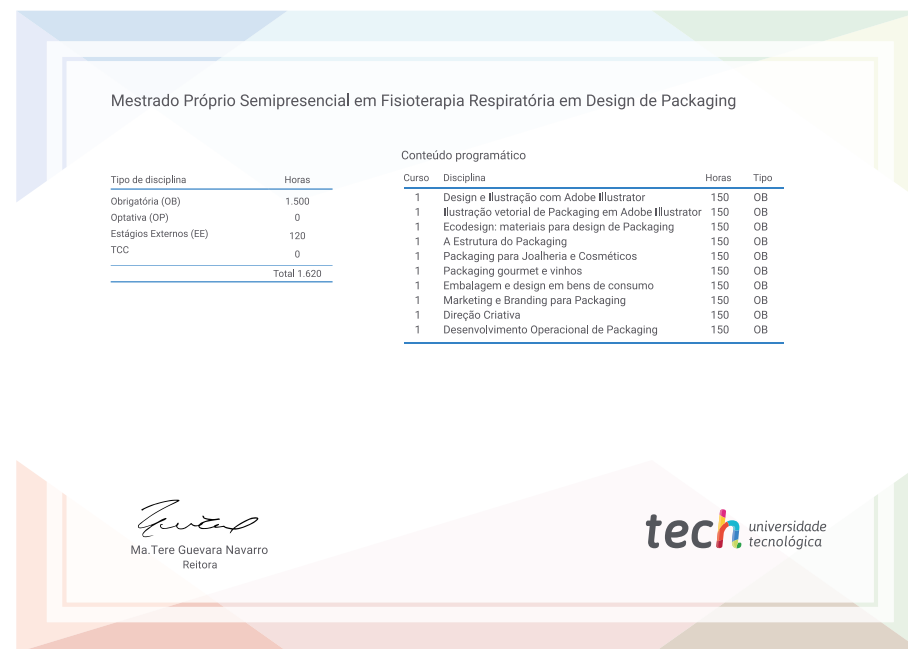
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio o certificado\* correspondente ao título de Mestrado Próprio Semipresencial emitido pela TECH Universidade Tecnológica.

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 Packaging**

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

Duração: **12 meses**



\*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 Packaging

Modalidade: Semipresencial (Online + Estágio)

Duração: 12 meses

Certificado: TECH Universidade Tecnológica

# Mestrado Próprio Semipresencial

## Design de Packaging