Mestrado Próprio
Design de Packaging

tech universidade tecnológica

tech universidade tecnológica

Mestrado Próprio
Design de Packaging

- Modalidade: **online**
- Duração: **12 meses**
- Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- Dedicação: **16h/semana**
- Horário: **no seu próprio ritmo**
- Provas: **online**

Acesso ao site: **www.techtitute.com/br/design/mestrado-proprio/mestrado-proprio-design-packaging**

Índice

01
Apresentação
pág. 4

02
Objetivos
pág. 8

03
Competências
pág. 14

04
Direção do curso
pág. 18

05
Estrutura e conteúdo
pág. 26

06
Metodologia
pág. 36

07
Certificado
pág. 44

01

Apresentação

Em um mercado tão competitivo é essencial diferenciar-se da concorrência. O *Packaging* é a disciplina do design que é responsável pela apresentação de um produto com as melhores condições possíveis para sua comercialização, transporte, armazenamento e utilização. E é fundamental considerar a primeira impressão, bem como sua funcionalidade. É por isso que, através deste programa, todas as suas áreas de aplicação serão desenvolvidas para que o aluno tenha uma visão abrangente, aprofundando-se não apenas em sua conceitualização e design artístico, mas também em seu armazenamento e distribuição, proporcionando-lhe uma capacidade estratégica superior quando se trata de planejar projetos. Uma capacitação 100% online que poderá ser concluída em 12 meses.

Desenvolva um domínio avançado das estruturas, materiais e ecopackaging, assim como da comunicação visual para adaptá-los a uma estratégia de mercado através deste programa 100% online. Matricule-se já"

A imagem dos produtos é realmente importante no ambiente mercadológico, pela influência que gera na rápida distinção, decisão de compra, segurança e qualidade do produto. Estes são aspectos suficientes para serem tratados com importância e cuidado dentro do processo e planejamento produtivo da empresa.

A nova realidade *Phygital* também requer uma abordagem mais intensa do Design de Packaging que combina ambientes digitais e virtuais com as *Concept Stores* e o *Retail*, razão pela qual a ilustração vetorial, o domínio do Big Data e o design da experiência do cliente final também são elementos fundamentais desta capacitação.

O domínio das estruturas, dos materiais e do *Ecopackaging*, bem como a comunicação visual para adequá-los a uma estratégia competitiva de mercado baseada na análise, juntamente com as últimas técnicas artísticas para estimular a criatividade e sua aplicação, tanto para o setor premium e de luxo como para o mercado massivo, proporcionará ao aluno as competências necessárias para sua incorporação ao multifacetado mercado de *Packaging,* que está constantemente inovando e evoluindo.

Este Mestrado Próprio se aprofundará na utilização das ferramentas mais avançadas e na implementação de técnicas de ilustração, compreendendo os conceitos fundamentais do Design de *Packaging*. Esta abordagem considera o conceito de sustentabilidade um elemento primordial no estilo de design e aspectos inovadores como a inteligência artificial e a inovação digital para melhorar a experiência do usuário.

Um plano de estudos especializado, rigorosamente desenvolvido e selecionado por especialistas em artes visuais, marketing e comunicação, fundamentado em uma metodologia inovadora de ensino 100% online que se adapta às necessidades pessoais de cada aluno, permitindo-lhes escolher o momento e o lugar onde estudar. Por esta razão, serão utilizados inúmeros recursos de ensino multimídia, tais como exercícios práticos, técnicas de vídeo, resumos interativos ou masterclasses a fim de obter uma capacitação em 12 meses.

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

- O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Design, Marketing e Comunicação
- O conteúdo gráfico, esquemático e extremamente útil fornece informações científicas e práticas sobre aquelas disciplinas indispensáveis para o exercício da profissão
- Contém exercícios práticos onde o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- Destaque especial para as metodologias inovadoras
- Lições teóricas, perguntas aos especialistas, fóruns de discussão sobre temas controversos e trabalhos de reflexão individual
- Disponibilidade de acesso a todo o conteúdo a partir de qualquer dispositivo, fixo ou portátil, com conexão à Internet

"Você dominará os princípios do Design de Packaging graças a este Mestrado Próprio, que lhe proporcionará acesso a inúmeras oportunidades profissionais"

Ao concluir este programa, você poderá atuar em mercados de grande consumo, luxo ou gourmet, projetando soluções de packaging inovadoras e funcionais para seus produtos"

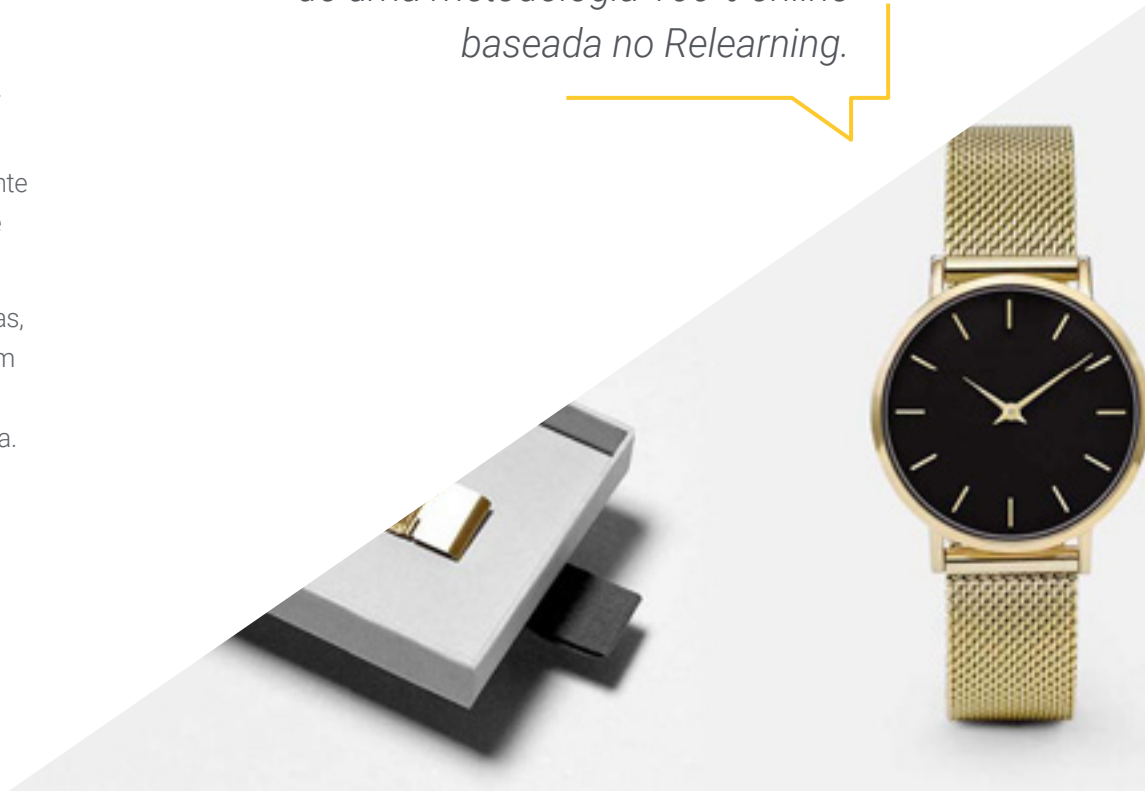
Desenvolva novos conceitos criativos através de ideias inovadoras e das ferramentas Adobe Illustrator no Design de Packaging de produtos.

Matricule-se e concretize seu objetivo em 12 meses, de forma ágil, conveniente e eficaz. Através de uma metodologia 100% online baseada no Relearning.

O corpo docente do programa de estudos conta com profissionais do setor, que transferem toda a experiência adquirida ao longo de suas carreiras para esta capacitação, além de especialistas reconhecidos de instituições de referência e universidades de prestígio.

O conteúdo multimídia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, oferece ao profissional uma aprendizagem contextualizada, ou seja, realizada através de um ambiente simulado, proporcionando uma capacitação imersiva e programada para praticar diante de situações reais.

A proposta deste plano de estudos se fundamenta na Aprendizagem Baseada em Problemas, onde o profissional deverá resolver as diferentes situações da prática profissional que surjam ao longo do programa acadêmico. Para isso, o profissional contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo desenvolvido por destacados especialistas nesta área.



02

Objetivos

O principal objetivo deste Mestrado Próprio em Design de Packaging é proporcionar ao profissional os conhecimentos e técnicas mais recentes nesta área, possibilitando a sua imediata integração em seu trabalho. Você terá um rápido crescimento graças às múltiplas soluções avançadas a serem apresentadas a seus clientes ou empregadores no desenvolvimento de ideias criativas e funcionais.

Você não precisará comprometer suas atividades atuais para seguir avançando profissionalmente. Este programa lhe proporcionará a qualidade e a flexibilidade desejada"

Objetivos gerais

- Dominar as ferramentas de Design de Packaging e ilustração digital através do uso do programa Adobe Illustrator
- Criar uma identidade visual conceitual, experimental e/ou comercial adaptada a todos os tipos de produtos
- Gestionar um projeto completo de *Packaging* e um portfólio personalizado
- Assimilar a cadeia de valor do produto em sua totalidade: desde o projeto até a apresentação do produto ao consumidor final
- Gerar estratégias de *Branding* e comercialização através do uso de *Big Data* e da avaliação contínua
- Desenvolver todas as estruturas de Packaging com conhecimento avançado de seus materiais e aplicações na vida real
- Utilizar o *Ecopackaging* e os materiais relacionados ao design da embalagem de produtos
- Aplicar o design de *Packaging* desde o uso em grande escala até cosméticos, joias, produtos gourmet e o mercado de *Packaging* de luxo

Objetivos específicos

Módulo 1. Design e Ilustração com Adobe Illustrator

- Integrar as ferramentas Adobe Illustrator no Design de *Packaging* de um produto
- Gestionar a tipografia para o Design de rotulagem
- Dominar o uso da paleta de cores para uma impressão correta
- Gerar harmonia no Design, bem como executar as ferramentas capazes de integrar valores à marca
- Incorporar o fluxo de trabalho do design digital ao projeto de *Packaging*

Módulo 2. Ilustração Vetorial de *Packaging* em 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 logomarcas
- Criar fotomontagens que mostrem o produto final em 3D recriando o cenário final
- Gerenciar o design de *Packaging* em todas as suas etapas: desde a criação de um volume sobre um espaço em branco até a sua impressão com todas as camadas

Módulo 3. Ecodesign: Materiais para Design de *Packaging*

- Compreender o funcionamento da economia circular com relação ao design de *Packaging*
- Dominar os materiais biodegradáveis e o processo de reciclagem
- Gestionar as decisões do Design orientadas para a segunda vida da embalagem
- Conscientizar sobre o uso do plástico e a necessidade de reduzir o impacto do carbono, em prol da preservação do meio ambiente
- Otimizar o processo do design de *Packaging*, transformando os profissionais em designers mais conscientes

Módulo 4. A Estrutura do *Packaging*

- Dominar as técnicas de criatividade e de composição estrutural baseadas na cultura do *Packaging*
- Gerar um conceito específico que responda a uma identidade universal baseada na coerência com o propósito da marca
- Aplicar as técnicas de pesquisa no ambiente físico e digital, estabelecendo diretrizes de Design
- Gestionar 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 a embalagem exterior, interior e o produto
- Ampliar os critérios para a aplicação de estilos no âmbito cosmético, já que o design de *Packaging* é altamente definido e polarizado
- Administrar as técnicas de *Packaging* experimental e criativas, aumentando a exclusividade através do valor da embalagem
- Gerar novos modelos baseados 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
- Gestionar 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
- Gestionar 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. Embalagem e Design em Grande Escala

- Gerar transparência e eficiência nas embalagens de alimentos, fatores determinantes para o desenvolvimento adequado da saúde física
- Incorporar as técnicas de nanotecnologia e *Packaging* interativo ao mercado de produtos 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 para marcas e para o público consumidor

Módulo 8. Marketing & *Branding* para *Packaging*

- Integrar o uso de dados na estratégia criativa do *Packaging*
- Dominar a comunicação estratégica e de valor para um briefing de design de embalagens bem-sucedido
- Criar valor mediante a projeção de uma identidade de marca que poderá transformar-se ao longo do tempo, através da flexibilidade e versatilidade
- Adicionar a experiência do usuário no ambiente digital ao *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* dos designs
- Adaptar a narração visual à estratégia da marca
- Incorporar as mais avançadas técnicas artísticas como o cadáver requintado ou a hipergrafia
- Administrar o espaço, as estruturas e os volumes, assim como a gama cromática como um todo e não separadamente

Módulo 10. Desenvolvimento Operacional de *Packaging*

- Identificar o papel do projeto dentro da cadeia de fornecimento de mercadorias
- Coordenar as técnicas de desenvolvimento, prototipagem e teste de produtos para aplicá-las ao design de *Packaging*
- Aumentar as aptidões visionárias do aluno através de uma perspectiva global da "viagem do pacote"
- Dominar seu papel como designer e melhorar suas relações laborais

"Você aprenderá a gestionar o design visando a segunda vida da embalagem e a sustentabilidade"

03

Competências

Através do Mestrado Próprio em Design de Packaging, o profissional desenvolverá habilidades criativas para expressão eficaz na área de Marketing, trazendo à tona ideias funcionais e originais através das ferramentas e técnicas adquiridas. Será possível trabalhar no Design de *Packaging* para o setor de cosméticos e joalheria, assim como de vinhos, produtos gourmet e consumo massivo, promovendo um desenvolvimento integral da cadeia de valor do *Packaging* e sua integração com o produto para aumentar seu valor no mercado.

Você desenvolverá as habilidades criativas para usar o Adobe Illustrator no Design de Packaging inovador e funcional"

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
- Desenvolver uma capacitação analítica através da observação, integração e avaliação das estratégias de *Branding* que são geradas no ambiente da embalagem
- Adquirir conhecimento do mercado de *Packaging* cosmético e de joias, assim como de vinhos, produtos gourmet e consumo massivo
- Desenvolver habilidades em técnicas de ilustração e design auxiliado por um computador usando o programa Adobe Illustrator
- Conhecimento integral da cadeia de valor do *Packaging* e a integração com o produto para aumentar o seu valor no mercado

Atualize seus conhecimentos e habilidades em Design de Packaging e ofereça soluções inovadoras em seus novos projetos"

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
- Possuir conhecimentos avançados de estilos do design adequados a cada tipo de produto em setores como gourmet, cosméticos, joalheria e produtos de consumo massivo
- Desenvolver um design de *Packaging* sustentável e ecologicamente 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 produtos de consumo massivo
- Desenvolver-se na área de pesquisa de mercado de produtos, a fim de utilizar os dados no desenvolvimento de projetos
- Integrar as novas tecnologias para proporcionar uma melhor experiência ao usuário final através do *Packaging*
- Gerar um desempenho operacional adequado em sua função de designer em harmonia com o ambiente

04

Direção do curso

A TECH selecionou um corpo docente de alto nível formado por profissionais vanguardistas com experiência internacional, proporcionando o valor e a garantia necessária para os designers bem-sucedidos no universo do *Packaging*. São especialistas nas áreas de comunicação, marketing e artes visuais que poderão fornecer ao aluno todos os conhecimentos necessários para desenvolver suas habilidades de forma eficiente e integrá-las à sua prática profissional. Além disso, utilizamos uma metodologia de ensino 100% online fundamentada no *relearning*, proporcionando grandes vantagens para o processo de aprendizagem.

Profissionais altamente qualificados com mais de 15 anos de experiência irão guiá-lo em sua trajetória de sucesso"

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
- Professora universitária
- Autora de "O Padrão da Eternidade": criando uma identidade espiral para a automatização das tendências de moda
- Comunicação, Marketing e Campanhas Sociais. Patrimônio das Artes - Marketing Digital
- Editora-chefe. Chroma Press
- Executivo de Contas de Marketing e Redes Sociais. Servicecom
- Redatora de conteúdos web. Difusão Premium, Diario Século XXI e Magazine Of Managers
- Formada em Ciências da Informação, Comunicação, Marketing e Publicidade. Universidade Complutense de Madrid
- Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo. Universidade Complutense de Madrid
- Certificada em Data Analysis & Creativity com a Python na China
- MBA Fashion Business School, Escola de Negócios de Moda da Universidade de Navarra

Professores

Sra. Esther Merinero Gómez

- Diretora de Arte na Feira Internacional Arco
- Formada em Belas Artes pela Universidade de Chelsea **College** *of Arts*
- MA Sculpture do Royal College of Arts de Londres
- Direção artística em projetos como The Koppel Project Gallery e em "Costa del Sol"
- Sua obra foi incluída em exposições internacionais em Berlim, Londres, Valencia e Teerã

Sra. Eva Sigüenza

- Consultora em agências de comunicação e relações públicas no setor lifestyle
- Coordenadora de relações públicas em Penaira
- Consultor de marketing e relações públicas da 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. Universidade Europeia de Madrid
- Estudos em *ecommerce* e marketing digital

Sr. Javier Holgueras

- Sistemas de gestão da cadeia de suprimentos Zalando
- Analista de negócios para Apple em sua sede na Irlanda
- Gerente de Mercado da Kellogg's
- Sales and Development Revenue Planner na Mondelēz International
- Gerente de implantação 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
- Graduado em Economia pela Universidad Nacional de Educação a Distância

Dra. Paula Gárgoles Saes

- Doutora, pesquisadora e consultora especialista em Moda, Comunicação e Sustentabilidade
- Professora e 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
- 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
- Doutora Cum Laude em criatividade aplicada pela Universidade de Navarra com a tese "Modelo reputacional para o setor da moda"
- Formada em Jornalismo Universidade Complutense de Madrid
- Executive Fashion MBA pelo ISEM Fashion Business School

Sra. Mari Carmen Miñana Grau

- Especialista em Design Digital com Adobe Illustrator
- Designer para marcas infantis como Petite Antoinette, Donzis Estudios e Summon Press
- Modelista em Valentín Herraiz
- Formada em Design. Escola Valenciana Barreira Arte e Design
- Cursos sobre indumentária e estilo de moda. Escola Valenciana Barreira Arte e Design
- Especialização em modelagem, corte e confecção de indumentária valenciana pela Aitex Paterna

Sra. 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 Secundário, Bacharelado e Formação Profissional na Universidade Católica de Valência
- Mestrado em Moda, Gestão de Design e Operações pela AITEX

Sra. Begoña Romero Monente

- Mentora pessoal e Coach para empreendedores
- Palestrante e professora em diversos cursos de Retail Management, Marketing Digital e Gestão de Pessoas
- Diretora Geral da Agência Young Promotion, onde criou o serviço de Personal Shopper nos aeroportos espanhóis e se especializou na execução de campanhas publicitárias em lojas Duty Free, com contas como AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etc.
- 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
- MBA na ISEM Fashion Business School da Universidade de Navarra
- Coach certificada pela Escuela Europea de Coaching

05

Estrutura e conteúdo

Para que o profissional possa desenvolver-se com total flexibilidade no processo de aprendizagem e responder positivamente às avaliações correspondentes, foi elaborado um programa que inclui o domínio das técnicas, ferramentas e o aperfeiçoamento das habilidades analíticas com a implantação em diferentes setores do mercado. Esta capacitação com duração de 12 meses foi estruturada em 10 módulos com um conteúdo exclusivo selecionado por especialistas. Além disso, sua distribuição é realizada em vários formatos audiovisuais e escritos para dar dinamismo ao processo, através de interessantes recursos multimídia.

A variedade de formatos de apresentação do conteúdo garante dinamismo e agilidade ao processo de estudo. Todos os recursos disponibilizados através de uma metodologia 100% online, fundamentada no Relearning"

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. Regras, diretrizes Grades
- 1.2.3. As mesas de trabalho

1.3. Caminhos
- 1.3.1. A figura geométrica
- 1.3.2. Seleção e seleção direta
- 1.3.3. Traço

1.4. Cor
- 1.4.1. Cores e conta-gotas
- 1.4.2. Lápiz
- 1.4.3. Pincel

1.5. Transformação de formas
- 1.5.1. Apagador, tesoura e lâmina
- 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. Buscador de traços
- 1.7.3. Calco interativo

1.8. As letras
- 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. Gama cromática
- 1.9.1. Gama cromática
- 1.9.2. Tipografia e hierarquias Imagotipo
- 1.9.3. Criação de um modelo e amostra

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 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 do calco vetorial e seus derivados
- 2.4.3. Aplicação da ilustração em *Packaging* (*In Focus: Dieline*)

2.5. Fontes
- 2.5.1. Otimização do tempo (páginas com motivos 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. Envolturas

2.9. *Packaging* digital
- 2.9.1. *News Letters*
- 2.9.2. *Banners* e web
- 2.9.3. O formato Instagram

2.10. *Mock up*
- 2.10.1. Integração de um *Mock up*
- 2.10.2. Portais de *Mock up* gratuitos
- 2.10.3. Utilização do *Mock up*
- 2.10.4. Criação do *Mock up* próprio

Módulo 3. Ecodesign: Materiais para Design de *Packaging*

3.1. A sustentabilidade: novo *driver* 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 design 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*

3.3. 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 *Packaging* sem perder o valor da marca?
- 3.9.3. Quando o *Packaging* pode ser eliminado sem perder o valor da marca?

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*
- 4.1.1. A cultura do *Packaging* (ressonância)
- 4.1.2. As funções do *Packaging* Digital
- 4.1.3. Os objetivos do design de *Packaging*

4.2. Composição estrutural
- 4.2.1. Seleção de forma (estrutura)
- 4.2.2. Cor *Matching*
- 4.2.3. Textura em 2D

4.3. Técnicas de expressão
- 4.3.1. Ilustrações específicas
- 4.3.2. Ilustrações abstratas
- 4.3.3. O humor nos produtos embalados

4.4. Técnicas de representação visual
- 4.4.1. Associações
- 4.4.2. Metáforas simbólicas
- 4.4.3. Hipérbole visual, exageros (*In Focus*: hierarquia visual)

4.5. Design conceitual
- 4.5.1. Pesquisa demográfica e etnográfica
- 4.5.2. *Retail Research & Digital Research*
- 4.5.3. O conceito da marca, design da ambalagem (*In Focus: Culture Map*)

4.6. Elementos do design de *Packaging*
- 4.6.1. O 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 sensoria (*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 de cosméticos
- 5.2.1. Design feminino
- 5.2.2. Design masculino
- 5.2.3. Design no *Gender*

5.3. O design das ebalagens de creme e sabão
- 5.3.1. Definição de linhas redondas ou quadradas?
- 5.3.2. Customização *Front*
- 5.3.3. Padrões ousados vs. Padrões sóbrios

5.4. Segurança e proteção dos cremes
- 5.4.1. A conservação de antioxidantes
- 5.4.2. Os riscos de um inadequado envazamento
- 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 caixas 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 tela 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 envoltura

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 entregue

6.3. Design do logotipo
- 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 de vinho
- 6.6.1. A herança familiar
- 6.6.2. Inspirando bons momentos
- 6.6.3. O sentido do gosto entra 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. A rolha natural, *Twin-Top*, aglomerado e recheado
- 6.8.3. A impressão sobre a rolha (Procork, T-Cork, Cava ou Multipeça)

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. O envasado 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 Grande Escala

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 con 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 & *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 "envolturas"
- 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. Gestionar 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 do 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. Diálogo 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 chance
- 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 multiplicidade 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. *Art Direction*
- 9.8.1. Aplicar a narrativa do produto
- 9.8.2. Gama cromática 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 "envolturas"
- 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 *retail* e o e-Commerce
- 10.3.1. A nova realidade do Packaging nas lojas físicas
- 10.3.2. *Concept Stores*
- 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. 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. *Decission Making*

10.7. O Desenvolvimento do Conceito
- 10.7.1. *OKR Technique* (*Objetives and Key results*)
- 10.7.2. *Framing Techniques*
- 10.7.3. *Canvas Technique*

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

06

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

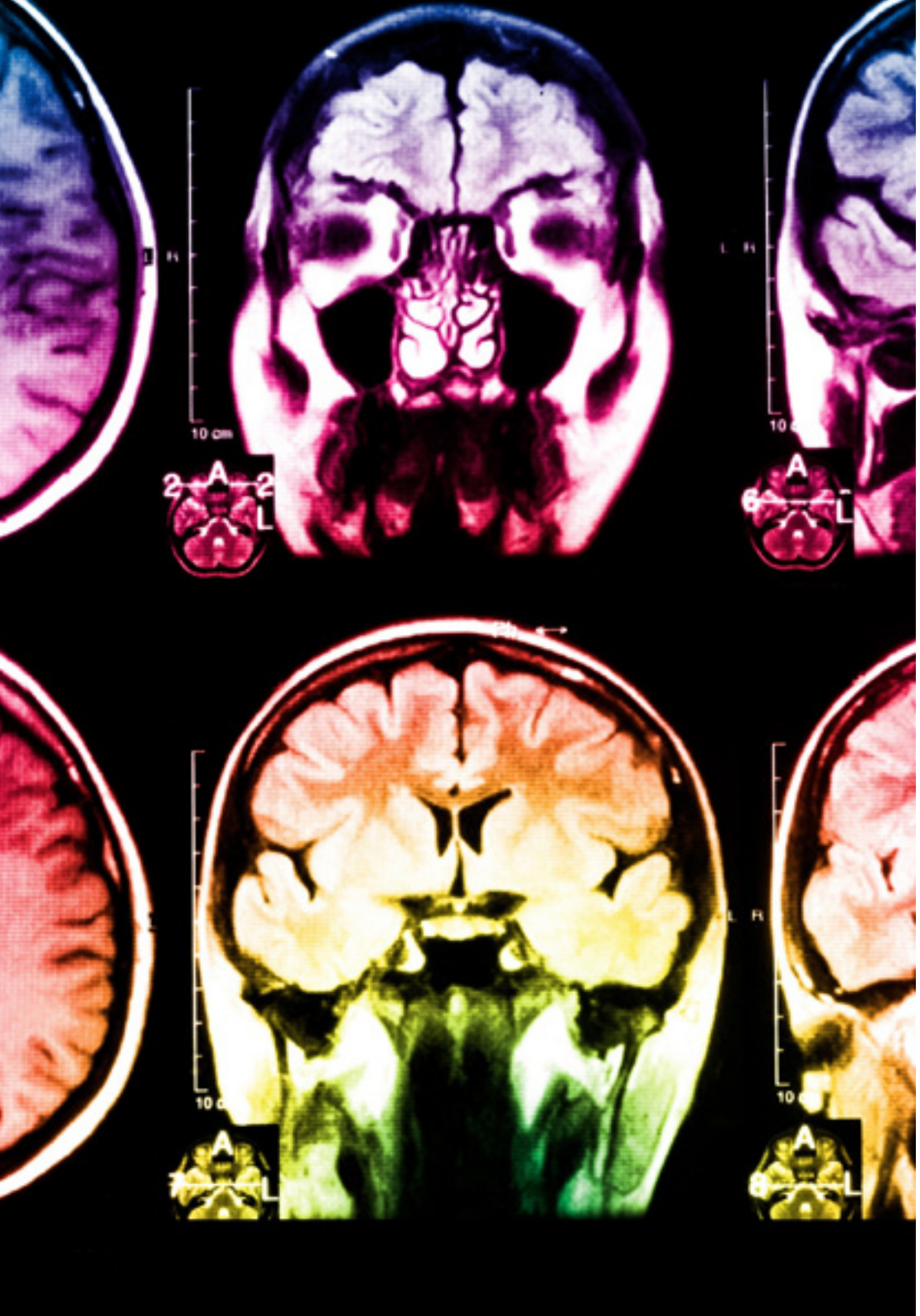
A TECH utiliza de maneira eficaz a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, combinando diferentes elementos didáticos em cada lição.

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.

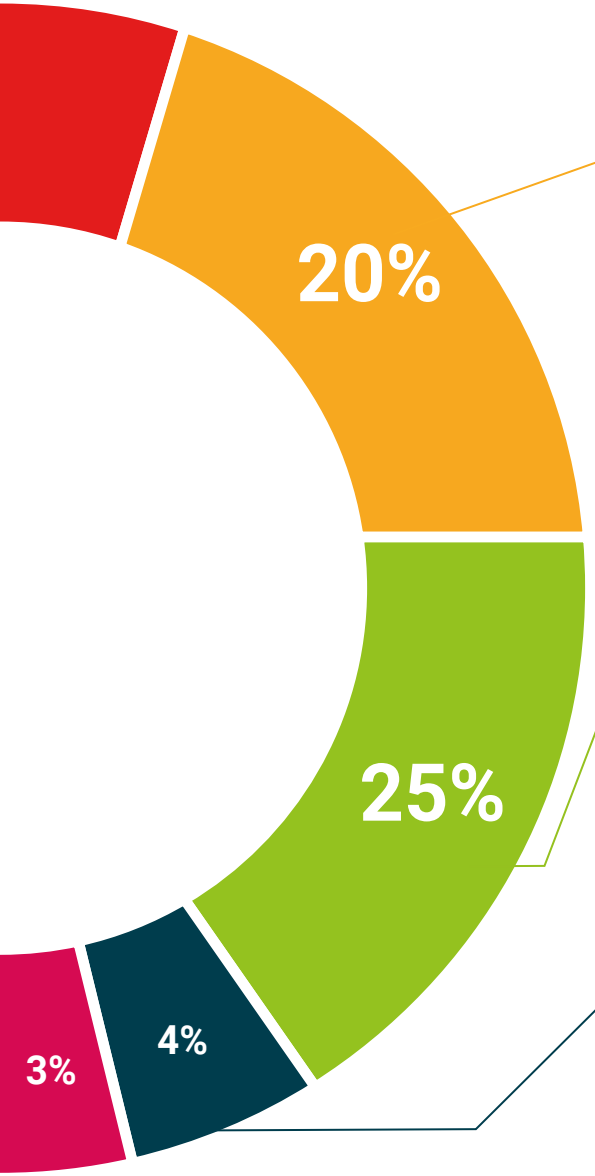
O "Learning from an expert" fortalece o conhecimento e a memória, além de gerar segurança para a tomada de decisões difíceis no futuro.

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.

07

Certificado

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

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

Este **Mestrado Próprio em Design de Packaging** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

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

O certificado emitido pela TECH Universidade Tecnológica expressará a qualificação obtida no Mestrado Próprio, atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de empregos, concursos públicos e avaliação de carreira profissional.

Título: **Mestrado Próprio em Design de Packaging**

N.º. de Horas Oficiais: **1.500h**

tech universidade tecnológica

Outorga o presente

CERTIFICADO

a

Sr./Sra. _____, com documento de identidade nº_____

por ter concluído e aprovado com sucesso o programa de

MESTRADO PRÓPRIO

em

Design de Packaging

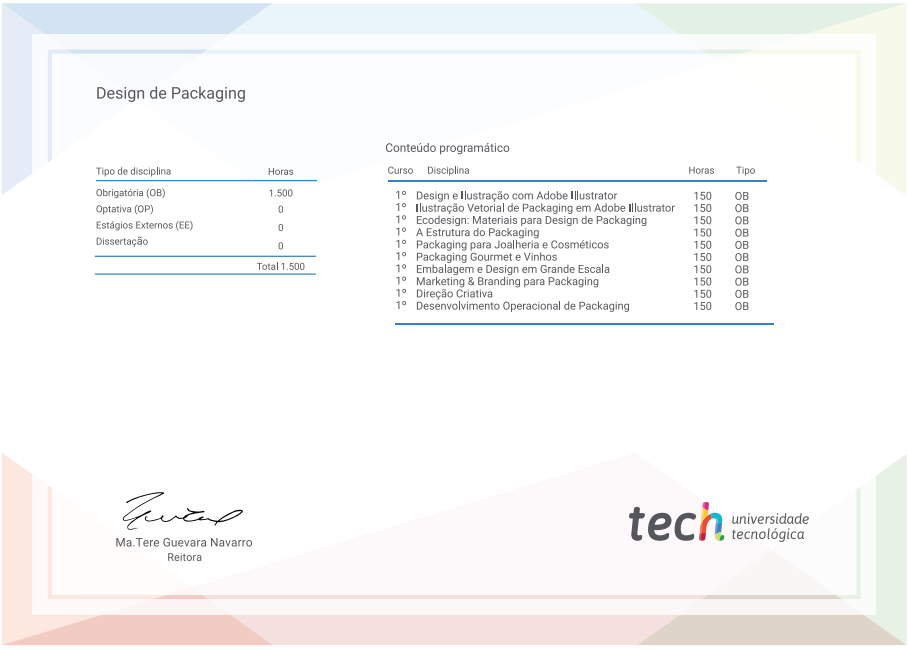
Este é um curso próprio desta Universidade, com duração de 1.500 horas, com data de início dd/mm/aaaa e data final dd/mm/aaaaa.

A TECH é uma Instituição Privada de Ensino Superior reconhecida pelo Ministério da Educação Pública em 28 de junho de 2018.

Em 17 de junho de 2020

Ma.Tere Guevara Navarro
Reitora

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos



Design de Packaging

Tipo de disciplina	Horas
Obrigatória (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Estágios Externos (EE)	0
Dissertação	0
	Total 1.500

Conteúdo programático

Curso	Disciplina	Horas	Tipo
1º	Design e Ilustração com Adobe Illustrator	150	OB
1º	Ilustração Vetorial de Packaging em Adobe Illustrator	150	OB
1º	Ecodesign: Materiais para Design de Packaging	150	OB
1º	A Estrutura do Packaging	150	OB
1º	Packaging para Joalheria e Cosméticos	150	OB
1º	Packaging Gourmet e Vinhos	150	OB
1º	Embalagem e Design em Grande Escala	150	OB
1º	Marketing & Branding para Packaging	150	OB
1º	Direção Criativa	150	OB
1º	Desenvolvimento Operacional de Packaging	150	OB

Ma.Tere Guevara Navarro
Reitora

tech universidade tecnológica

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

tech universidade tecnológica

Mestrado Próprio
Design de Packaging

- Modalidade: **online**
- Duração: **12 meses**
- Certificado: **TECH Universidade Tecnológica**
- Dedicação: **16h/semana**
- Horário: **no seu próprio ritmo**
- Provas: **online**

Mestrado Próprio
Design de Packaging

tech universidade tecnológica