

Mestrado Próprio

Design de Produto





Mestrado Próprio

Design de Produto

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

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

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 30

06

Certificado

pág. 38

01

Apresentação

O Design de um Produto é essencial para sua comercialidade e funcionalidade. Sem um design adequado, sua aparência, usabilidade e até mesmo o acabamento podem ser afetados, causando perdas e atrasos para a empresa produtora. Por esta razão, o perfil do profissional especialista neste campo é cada vez mais solicitado, e grandes empresas industriais estão à procura de especialistas que possam responder aos desafios contemporâneos da disciplina. Com este programa de estudos, o designer poderá conhecer todos os avanços nesta área, preparando-se para satisfazer as expectativas do exigente mercado de trabalho de hoje. E fará isso com a melhor metodologia aprendizagem online, que se adaptará às suas circunstâncias pessoais, permitindo escolher a hora e o local para estudar.



“

Este programa de estudos capacitará você para responder aos desafios atuais e futuros do Design de Produto, baseado em uma metodologia 100% online, que se adaptará completamente às suas necessidades profissionais e pessoais”

Por trás das ferramentas e dispositivos que milhões de pessoas usam todos os dias, há um extenso trabalho de planejamento e design. Cada aspecto dos elementos físicos e tangíveis utilizados em todas as facetas da vida, como veículos, mobiliário doméstico, mobiliário urbano, canetas e smartphones foram cuidadosamente trabalhados.

Há vários argumentos fortes para justificar o cuidado com os detalhes: com o design correto, os custos podem ser reduzidos, a produção pode ser mais eficiente e o resultado será mais atraente comercialmente. Por esta razão, esta área profissional é de importância crescente e é essencial para muitas empresas nos setores industrial, têxtil e afins.

Assim, atualmente, os designers que estão focados neste campo podem aspirar a grandes oportunidades de carreira, mas para isso eles precisam dos melhores conhecimentos e habilidades nesta disciplina. Este Mestrado Próprio em Design de Produto proporciona tudo isso, integrando em mais de 10 módulos especializados os mais recentes desenvolvimentos neste campo e aprofundando em questões relevantes como Tecnologia Digital, Fundamentos de Marketing, Design para Fabricação ou Design Sustentável.

Tudo isso através de um sistema de ensino online, especialmente criado para os profissionais que trabalham, pois se adapta a eles, permitindo-lhes estudar de onde e quando quiserem, sem se sentirem incomodados com viagens ou horários rígidos.

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

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em Design de Produto
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático oferece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ◆ Exercícios práticos em que o processo de autoavaliação é realizado para melhorar a aprendizagem
- ◆ Destaque especial para as metodologias inovadoras
- ◆ Aulas teóricas, perguntas a 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



Graças a este Mestrado Próprio, você poderá aprofundar conhecimentos sobre as principais características do Design Sustentável, otimizando o trabalho de produção de suas criações"

“

Este curso tem os melhores recursos didáticos: atividades teóricas e práticas, vídeos, resumos interativos, masterclasses, etc. Tudo o que você precisa para se tornar um grande especialista em Design de Produto”

O corpo docente do curso 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, permitirá 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 estrutura deste programa se concentra na Aprendizagem Baseada em Problemas, através da qual o profissional deverá resolver as diferentes situações de prática profissional que surgirem ao longo do curso acadêmico. Para isso, contará com a ajuda de um inovador sistema de vídeo interativo realizado por especialistas reconhecidos.

Aprenda os últimos materiais para o design e suas possíveis aplicações, melhorando assim imediatamente suas perspectivas de carreira.

O sistema de aprendizagem online da TECH permite que você estude quando, como e onde você quiser, sem estar sujeito a horários rígidos ou deslocamentos desconfortáveis.



02

Objetivos

O principal objetivo deste programa de estudos é transformar o estudante em um profissional muito procurado pelas grandes empresas de design e pelas principais empresas industriais. Assim, o Mestrado Próprio em Design de Produto apresenta o conteúdo mais completo e detalhado nesta área e fornecerá aos estudantes todas as ferramentas de que necessitam para se destacar no local de trabalho.



“

*Alcançar, graças a este programa de estudos,
um grande progresso profissional na área
de Design de Produto”*



Objetivos gerais

- ◆ Compreender o processo criativo, analítico e de estudo para ser utilizado em qualquer projeto
- ◆ Aprofundar-se nas técnicas de análise de mercado e aplicá-las aos processos de comunicação e marketing no desenvolvimento de projetos
- ◆ Compreender os conceitos básicos que fazem parte da política de comunicação de uma organização: sua identidade, sua cultura, como se comunica, sua imagem, sua marca, sua reputação e responsabilidade social
- ◆ Conhecer os fundamentos do Design, assim como as referências, estilos e movimentos que lhe deram forma desde o início até a atualidade.





Objetivos específicos

Módulo 1. Fundamentos do Design

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

Módulo 2. Fundamentos da Criatividade

- ◆ Saber sintetizar os próprios interesses através da observação e do pensamento crítico, traduzindo-os em criações artísticas
- ◆ Perder o medo do bloqueio artístico e usar técnicas para combatê-lo
- ◆ Indagar a si mesmo, sobre o seu espaço emocional e sobre o que está ao seu redor, o que permitirá uma análise destes elementos para utilizá-los em prol da sua própria criatividade

Módulo 3. Tecnologia digital

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



Módulo 4. Fundamentos do Marketing

- ◆ Compreender o importante papel da comunicação em um tempo histórico definido pelos paradigmas da sociedade da informação e do conhecimento
- ◆ Conhecer os processos de comunicação em todas as suas manifestações sociais (interpessoais, grupais e midiáticas)
- ◆ Analisar as diferentes abordagens disciplinares e teóricas relativas à comunicação
- ◆ Desenvolver uma compreensão de vocabulário adaptada à linguagem básica de marketing e comunicação
- ◆ Conhecer as características dos meios de comunicação social e sua diferença com os *Mass Media*, assim como suas implicações e mudanças decorrentes do Marketing e da Gestão do Design

Módulo 5. Imagem Corporativa

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

Módulo 6. Design para fabricação

- ◆ Atingir um nível suficiente de conhecimento relacionado aos objetivos e técnicas específicas relacionadas com a área de produção
- ◆ Analisar a produção a partir de uma perspectiva estratégica

Módulo 7. Materiais

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

Módulo 8. Design Sustentável

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

Módulo 9. Materiais para o Design

- ◆ Trabalhar com os materiais mais adequados às necessidades de cada caso no âmbito do Design de produtos
- ◆ Explicar e descrever as principais famílias de materiais: fabricação, tipologias, propriedades, etc
- ◆ Dispor dos critérios necessários para poder identificar e selecionar, de acordo com um *Briefing*, as diferentes gamas de materiais

Módulo 10. Design de *packaging*

- ◆ Promover nos estudantes a visão global do design de embalagens e rótulos, entendendo-o como uma atividade na qual muitos fatores devem ser levados em conta, desde o produto que acompanha até seu contexto físico e socioeconômico
- ◆ Capacitar os estudantes através da prática na competência para o desenvolvimento profissional de projetos de design de embalagens e rótulos.



“

A TECH acompanhará você em seu caminho para o sucesso profissional”

03

Competências

Este Mestrado Próprio permitirá ao aluno desenvolver uma série de competências profissionais orientadas para este campo do design. Assim, este programa de estudos foi elaborado para transformar o estudante em um grande especialista em Design de Produto, pois proporciona conhecimento e habilidades em áreas como materiais, Design Sustentável, Marketing ou Design de *Packaging*.



“

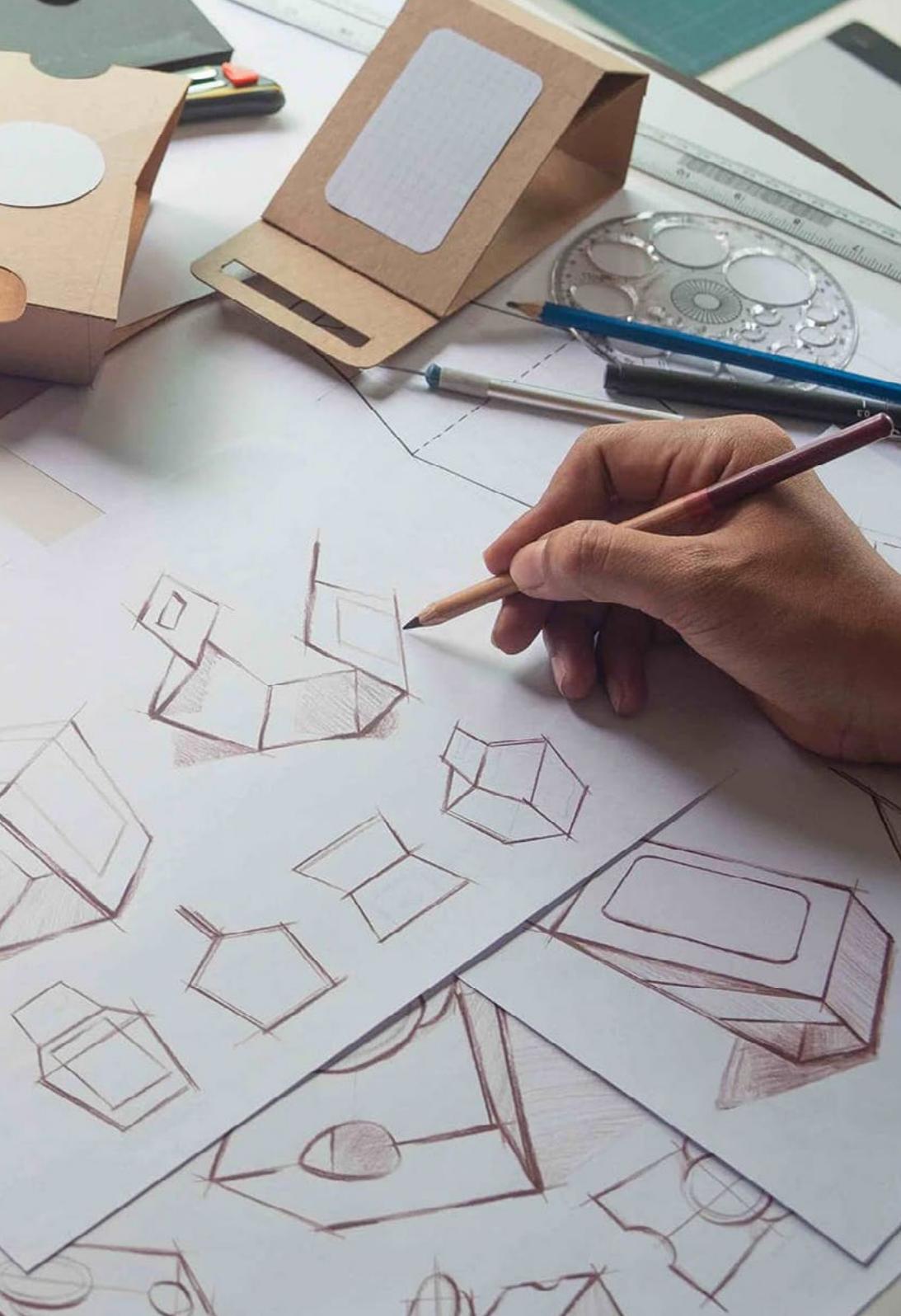
Incorpore as melhores habilidades em Design de Packaging e Design Sustentável em sua prática profissional graças a este Mestrado Próprio"



Competências gerais

- ◆ Planejar, desenvolver e apresentar adequadamente as produções artísticas, utilizando estratégias eficazes de elaboração e contribuições criativas próprias
- ◆ Domine o software de retoque e manipulação de imagens, e desenvolva as habilidades necessárias para utilizá-lo
- ◆ Conhecer as ferramentas e estratégias teóricas e práticas que facilitam a gestão da comunicação corporativa e institucional em organizações de todos os tipos
- ◆ Saber selecionar corretamente um método de organização de informação e comunicação para o bom uso de uma marca
- ◆ Pesquisar e identificar os elementos mais significativos da empresa-cliente, bem como suas necessidades para a criação de estratégias e mensagens de comunicação
- ◆ Identificar as etapas e fases produtivas de um projeto
- ◆ Compreender o princípio dos nanomateriais
- ◆ Obter o conhecimento e o domínio das técnicas, formas, processos e as tendências no Design de envases, embalagens e rótulos, bem como suas aplicações industriais





Competências específicas

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

“

Este programa de estudos oferece as melhores técnicas de Design de Produto, atendendo às necessidades atuais do mercado profissional”

04

Estrutura e conteúdo

Este Mestrado Próprio em Design de Produto foi estruturado em 10 módulos especializados, através dos quais o profissional poderá conhecer os últimos avanços nos Fundamentos do Design, Materiais de Design, Design Sustentável, Fundamentos de Marketing e Imagem Corporativa, a fim de obter uma visão mais global do Design de Produto e de Fabricação, com a qual o estudante terá uma perspectiva mais industrial para realizar seus projetos.





“

O conteúdo mais atualizado em Design de Produto está agora ao seu alcance. Matricule-se agora e avance em sua carreira profissional imediatamente”

Módulo 1. Fundamentos do Design

- 1.1. História do Design
 - 1.1.1. Revolução industrial
 - 1.1.2. As etapas do Design
 - 1.1.3. Arquitetura
 - 1.1.4. A Escola de Chicago
- 1.2. Estilos e movimentos do Design
 - 1.2.1. Design decorativo
 - 1.2.2. Movimento modernista
 - 1.2.3. *Art Déco*
 - 1.2.4. Design Industrial
 - 1.2.5. La Bauhaus
 - 1.2.6. II Guerra Mundial
 - 1.2.7. Transvanguarda
 - 1.2.8. Design contemporâneo
- 1.3. Designers e tendências
 - 1.3.1. Designers de interiores
 - 1.3.2. Designers gráficos
 - 1.3.3. Designers industriais ou de produtos
 - 1.3.4. Designers de moda
- 1.4. Metodologia do Design
 - 1.4.1. Bruno Munari
 - 1.4.2. Gui Bonsiepe
 - 1.4.3. J. Christopher Jones
 - 1.4.4. L. Bruce Archer
 - 1.4.5. Guillermo González Ruiz
 - 1.4.6. Jorge Frascara
 - 1.4.7. Bernd Löbach
 - 1.4.8. Joan Costa
 - 1.4.9. Norberto Chaves
- 1.5. A linguagem no Design
 - 1.5.1. Os objetos e o sujeito
 - 1.5.2. Semiótica dos objetos
 - 1.5.3. O layout do objeto e a sua conotação
 - 1.5.4. A globalização dos sinais
 - 1.5.5. Proposta
- 1.6. O Design e sua dimensão estético-formal
 - 1.6.1. Elementos visuais
 - 1.6.1.1. A forma
 - 1.6.1.2. A medida
 - 1.6.1.3. A cor
 - 1.6.1.4. A textura
 - 1.6.2. Elementos de relação
 - 1.6.2.1. Direção
 - 1.6.2.2. Posicionamento
 - 1.6.2.3. Espaço
 - 1.6.2.4. Gravidade
 - 1.6.3. Elementos práticos
 - 1.6.3.1. Representação
 - 1.6.3.2. Significado
 - 1.6.3.3. Função
 - 1.6.4. Marco de referência
- 1.7. Métodos analíticos do Design
 - 1.7.1. Design pragmático
 - 1.7.2. Design analógico
 - 1.7.3. Design icônico
 - 1.7.4. Design canônico
 - 1.7.5. Principais autores e sua metodologia
- 1.8. Design e semântica
 - 1.8.1. A semântica
 - 1.8.2. O significado
 - 1.8.3. Significado denotativo e significado conotativo
 - 1.8.4. O Léxico
 - 1.8.5. Campo Léxico e família Léxica
 - 1.8.6. Relações semânticas
 - 1.8.7. Mudança semântica
 - 1.8.8. Causas das mudanças semânticas

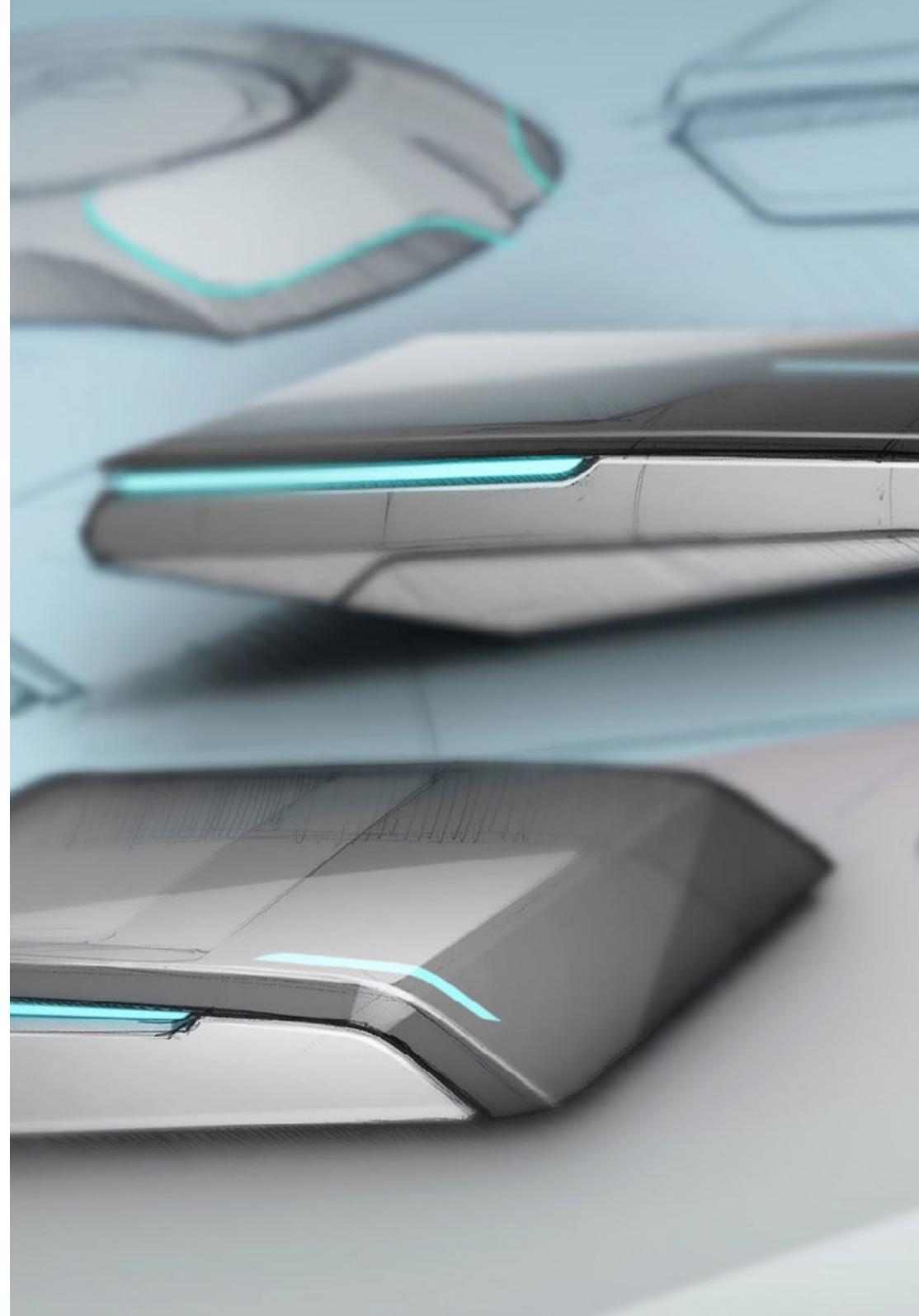
- 1.9. Design e o pragmatismo
 - 1.9.1. Consequências práticas, abdução e semiótica
 - 1.9.2. Mediação, corpo e emoções
 - 1.9.3. Aprendizagem, vivência e conclusão
 - 1.9.4. Identidade, relações sociais e objetos
- 1.10. Contexto atual do Design
 - 1.10.1. Problemas atuais do Design
 - 1.10.2. Os temas atuais do Design
 - 1.10.3. Contribuições metodológicas

Módulo 2. Fundamentos da Criatividade

- 2.1. Introdução criativa
 - 2.1.1. O estilo na arte
 - 2.1.2. Aprimore o seu olhar
 - 2.1.3. Qualquer pessoa pode ser criativa?
 - 2.1.4. As linguagens pictóricas
 - 2.1.5. O que eu preciso? Materiais
- 2.2. A percepção como o primeiro ato criativo
 - 2.2.1. O que você vê? O que você ouve? O que você sente?
 - 2.2.2. Perceba, observe e examine atentamente
 - 2.2.3. O retrato e o autorretrato: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Caso prático: Fotodiálogo. Mergulhando em si
- 2.3. Diante do bloqueio criativo
 - 2.3.1. Desenhar sem medo
 - 2.3.2. O caderno como ferramenta
 - 2.3.3. O que é o Livro do Artista?
 - 2.3.4. Referências
- 2.4. Criando o Livro do Artista
 - 2.4.1. Análise e jogo: lápis e marcadores
 - 2.4.2. Truques para soltar a mão
 - 2.4.3. Primeiras linhas
 - 2.4.4. Caneta bico de pena
- 2.5. Criando o Livro do Artista II
 - 2.5.1. A mancha
 - 2.5.2. As ceras Experimentação
 - 2.5.3. Pigmentos naturais
- 2.6. Criando o Livro do Artista III
 - 2.6.1. Colagem e fotomontagem
 - 2.6.2. Ferramentas tradicionais
 - 2.6.3. Ferramentas online: *Pinterest*
 - 2.6.4. Experimentação com a composição de imagens
- 2.7. Fazer sem pensar
 - 2.7.1. O que ganhamos fazendo sem pensar?
 - 2.7.2. Improvisar: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Action Painting*
- 2.8. O crítico como artista
 - 2.8.1. A crítica construtiva
 - 2.8.2. Manifesto sobre uma crítica criativa
- 2.9. O bloqueio criativo
 - 2.9.1. O que é bloqueio?
 - 2.9.2. Ampliando os limites
 - 2.9.3. Caso prático: Sujar as mãos
- 2.10. Estudo do nosso Livro de Artista
 - 2.10.1. As emoções e sua gestão no campo criativo
 - 2.10.2. Seu próprio mundo em um caderno
 - 2.10.3. O que eu senti? Autoanálise
 - 2.10.4. Caso prático: autocrítica

Módulo 3. Tecnologia digital

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



- 3.5. Imagem Mapa de Bits. As camadas
 - 3.5.1. Criação
 - 3.5.2. Links
 - 3.5.3. Transformação
 - 3.5.4. Agrupamento
 - 3.5.5. Camadas de ajuste
- 3.6. Imagem Mapa de Bits. Seleções, máscaras e canais
 - 3.6.1. Ferramenta de seleção de moldura
 - 3.6.2. Ferramenta de seleção de laço
 - 3.6.3. Ferramenta varinha mágica
 - 3.6.4. Menu de seleções. Gama de cores
 - 3.6.5. Canais
 - 3.6.6. Retoque de máscaras
 - 3.6.7. Máscaras de recorte
 - 3.6.8. Máscaras vetoriais
- 3.7. Imagem Mapa de Bits. Modos de fusão e estilos de camadas
 - 3.7.1. Estilos de camada
 - 3.7.2. Opacidade
 - 3.7.3. Opções de estilos de camadas
 - 3.7.4. Modos de fusão
 - 3.7.5. Exemplos de modos de fusão
- 3.8. O Projeto Editorial. Tipos e formas
 - 3.8.1. O Projeto Editorial
 - 3.8.2. Tipologias do Projeto Editorial
 - 3.8.3. Criação e configuração do documento
- 3.9. Elementos de composição do Projeto Editorial
 - 3.9.1. Páginas maestras
 - 3.9.2. Reticulação
 - 3.9.3. Integração e composição do texto
 - 3.9.4. Integração de imagens

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

Módulo 4. Fundamentos do Marketing

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

- 4.3. O ambiente de negócios e o mercado das organizações
 - 4.3.1. O ambiente
 - 4.3.2. Conceitos e limites do ambiente
 - 4.3.3. Macroambiente
 - 4.3.4. Microambiente
 - 4.3.5. O Mercado
 - 4.3.6. Conceitos e limites do mercado
 - 4.3.7. Evolução dos mercados
 - 4.3.8. Tipos de mercado
 - 4.3.9. Importância da competência
- 4.4. O comportamento do consumidor
 - 4.4.1. A importância do comportamento na estratégia
 - 4.4.2. Fatores influenciadores
 - 4.4.3. Benefícios para a empresa
 - 4.4.4. Benefícios para o consumidor
 - 4.4.5. Foco no comportamento do consumidor
 - 4.4.6. Características e complexidade
 - 4.4.7. Variáveis que interferem
 - 4.4.8. Diferentes tipos de abordagens
- 4.5. Etapas do processo de compra do consumidor
 - 4.5.1. Foco
 - 4.5.2. Abordagem por diferentes autores
 - 4.5.3. A evolução do processo na história
 - 4.5.4. Fases
 - 4.5.5. Reconhecimento do problema
 - 4.5.6. Busca de informações
 - 4.5.7. Avaliação de alternativas
 - 4.5.8. Decisão de compra
 - 4.5.9. Pós-Compra
 - 4.5.10. Modelos na tomada de decisões
 - 4.5.11. Modelo econômico
 - 4.5.12. Modelo Psicológico
 - 4.5.13. Modelos de comportamento mistos
 - 4.5.14. A segmentação do mercado em estratégia organizacional
 - 4.5.15. Segmentação do mercado
 - 4.5.16. Conceito
 - 4.5.17. Tipos de segmentação
 - 4.5.18. A influência da segmentação nas estratégias
 - 4.5.19. Importância da segmentação na empresa
 - 4.5.20. Planejamento de estratégias baseado na segmentação
- 4.6. Os critérios de segmentação de mercados de consumo e industriais
- 4.7. Procedimento para segmentação
 - 4.7.1. Delimitação do segmento
 - 4.7.2. Identificação de perfis
 - 4.7.3. Avaliação do procedimento
- 4.8. Critérios para segmentação
 - 4.8.1. Características geográficas
 - 4.8.2. Características sociais e econômicas
 - 4.8.3. Outros critérios
 - 4.8.4. Resposta do consumidor à segmentação
- 4.9. Mercado de oferta-demanda Avaliação da segmentação
 - 4.9.1. Análise de oferta
 - 4.9.1.1. Classificações da oferta
 - 4.9.1.2. Determinação da oferta
 - 4.9.1.3. Fatores que afetam a oferta
 - 4.9.2. Análise da demanda
 - 4.9.2.1. Classificações de demanda
 - 4.9.2.2. Áreas de mercado
 - 4.9.2.3. Estimativa da demanda
 - 4.9.3. Avaliação da segmentação
 - 4.9.3.1. Sistemas de avaliação
 - 4.9.3.2. Métodos de seguimento
 - 4.9.3.3. Retroalimentação
- 4.10. Marketing mix
 - 4.10.1. Definição do Marketing Mix
 - 4.10.1.1. Conceito e definição
 - 4.10.1.2. História e evolução

- 4.10.2. Elementos do Marketing Mix
 - 4.10.2.1. Produtos
 - 4.10.2.2. Preço
 - 4.10.2.3. Distribuição
 - 4.10.2.4. Promoção
- 4.10.3. As novas 4ps do Marketing
 - 4.10.3.1. Personalização
 - 4.10.3.2. Participação
 - 4.10.3.3. *Peer to peer*
 - 4.10.3.4. Predições modeladas
- 4.10.4. Estratégias de gestão atual da portfólio de produtos Crescimento e estratégias competitivas de Marketing
- 4.10.5. Estratégias de Portfólio
 - 4.10.5.1. A matriz BCG
 - 4.10.5.2. A matriz Ansoff
 - 4.10.5.3. A matriz de posição competitiva
- 4.10.6. Estratégias
 - 4.10.6.1. Estratégia de segmentação
 - 4.10.6.2. Estratégia de posicionamento
 - 4.10.6.3. Estratégia de fidelização
 - 4.10.6.4. Estratégia funcional

Módulo 5. Imagem Corporativa

- 5.1. A identidade
 - 5.1.1. Ideia de identidade
 - 5.1.2. Por que a identidade é procurada?
 - 5.1.3. Tipos de identidade
 - 5.1.4. Identidade digital
- 5.2. Identidade corporativa
 - 5.2.1. Definição Por que ter uma identidade corporativa?
 - 5.2.2. Fatores que influenciam a identidade corporativa
 - 5.2.3. Componentes da identidade corporativa
 - 5.2.4. Comunicação da identidade
 - 5.2.5. Identidade corporativa, *Branding* imagem corporativa
- 5.3. Imagem Corporativa
 - 5.3.1. Característica da imagem corporativa
 - 5.3.2. Qual é a finalidade da imagem corporativa?
 - 5.3.3. Tipos de imagem corporativa
 - 5.3.4. Exemplos
- 5.4. Os sinais básicos de identificação
 - 5.4.1. O nome ou *Naming*
 - 5.4.2. Os Logotipos
 - 5.4.3. Os Monogramas
 - 5.4.4. Os Imagotipos
- 5.5. Fatores de memorização de identidade
 - 5.5.1. Originalidade
 - 5.5.2. O valor simbólico
 - 5.5.3. A pregnância
 - 5.5.4. Repetição
- 5.6. Metodologia para o processo de branding
 - 5.6.1. Estudo do setor e da concorrência
 - 5.6.2. *Briefing*, modelo
 - 5.6.3. Definir a estratégia e a personalidade da marca Os valores
 - 5.6.4. Público alvo
- 5.7. O Cliente
 - 5.7.1. Intuir como é o cliente
 - 5.7.2. Tipologias de clientes
 - 5.7.3. O processo de reunião
 - 5.7.4. A importância de conhecer o cliente
 - 5.7.5. Estabelecer orçamento
- 5.8. Manual de identidade corporativa
 - 5.8.1. Normas de construção e aplicação da marca
 - 5.8.2. Tipografia corporativa
 - 5.8.3. Cores corporativas
 - 5.8.4. Outros elementos gráficos
 - 5.8.5. Exemplos de manuais corporativos

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

Módulo 6. Design para fabricação

- 6.1. Projeto para fabricação e montagem
- 6.2. Conformação por moldagem
 - 6.2.1. Fundição
 - 6.2.2. Injeção
- 6.3. Conformação por deformação
 - 6.3.1. Deformação plástica
 - 6.3.2. Impressão
 - 6.3.3. Forja
 - 6.3.4. Extrusão
- 6.4. Conformação por perda de material
 - 6.4.1. Por abrasão
 - 6.4.2. Por remoção de estoque
- 6.5. Tratamento térmico
 - 6.5.1. Têmpera
 - 6.5.2. Revenimento
 - 6.5.3. Recozimento
 - 6.5.4. Padronizado
 - 6.5.5. Tratamentos termoquímicos

- 6.6. Aplicação de tintas e revestimentos
 - 6.6.1. Tratamentos eletroquímicos
 - 6.6.2. Tratamentos eletrolíticos
 - 6.6.3. Tintas, lacas e vernizes
- 6.7. Conformação de polímeros e materiais cerâmicos
- 6.8. Fabricação de peças compósitas
- 6.9. Fabricação de aditivos
 - 6.9.1. *Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Deposição com energia direcionada (Direct Energy Deposition)*
 - 6.9.3. *Binder Jetting*
 - 6.9.4. *Bound poder extrusão*
- 6.10. Engenharia robusta
 - 6.10.1. Método *Taguchi*
 - 6.10.2. Design de experimentos
 - 6.10.3. Controle estatístico de processos

Módulo 7. Materiais

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

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

Módulo 8. Design Sustentável

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

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

Módulo 9. Materiais para o Design

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

- 9.3. Arte + Inovação
 - 9.3.1. Materiais em Arte
 - 9.3.2. Novos materiais
 - 9.3.3. Materiais compósitos
- 9.4. Física
 - 9.4.1. Conceitos básicos
 - 9.4.2. Composição dos materiais
 - 9.4.3. Ensaio mecânicos
- 9.5. Tecnologia
 - 9.5.1. Materiais inteligentes
 - 9.5.2. Materiais dinâmicos
 - 9.5.3. O futuro nos materiais
- 9.6. Sustentabilidade
 - 9.6.1. Obtenção
 - 9.6.2. Uso
 - 9.6.3. Gestão final
- 9.7. Biomimetismo
 - 9.7.1. Reflexão
 - 9.7.2. Transparência
 - 9.7.3. Outras técnicas:
- 9.8. Inovação
 - 9.8.1. Casos de sucesso
 - 9.8.2. Pesquisa em materiais
 - 9.8.3. Fontes de pesquisa
- 9.9. Prevenção de riscos
 - 9.9.1. Fator de segurança
 - 9.9.2. Incêndio
 - 9.9.3. Quebra
 - 9.9.4. Outros riscos

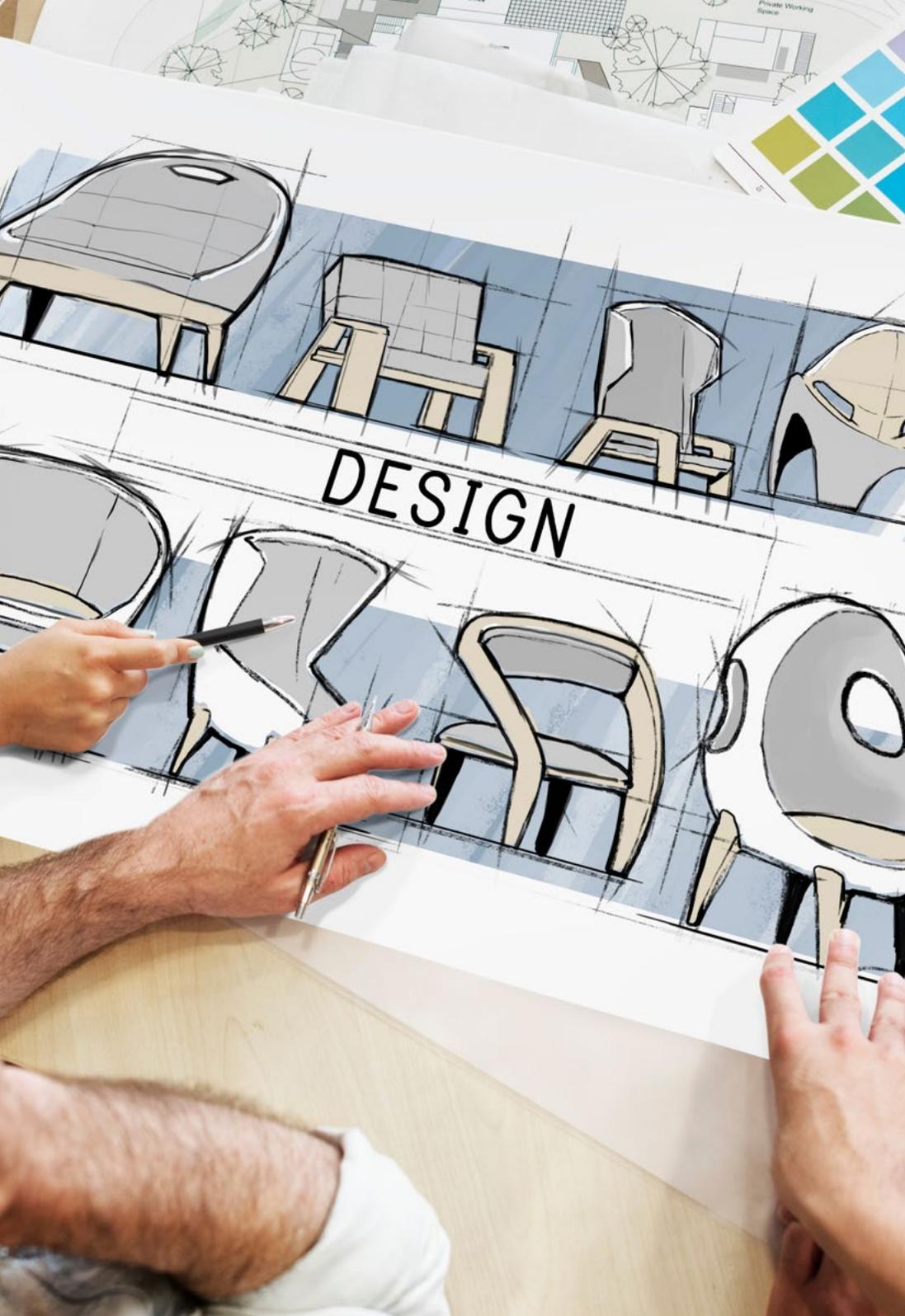
Módulo 10. Design de *Packaging*

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

- 10.8. Inovação em *packaging*
 - 10.8.1. Diferenciação com o *Packaging*
 - 10.8.2. Últimas tendências
 - 10.8.3. *Design For All*
- 10.9. Projetos de *Packaging*
 - 10.9.1. Estudos de caso
 - 10.9.2. Estratégia de *Packaging*
 - 10.9.3. Exercício prático

“

O inovador sistema de ensino da TECH é combinado com um programa de estudos completo e atualizado, tornando-o a melhor opção educacional para profissionais que querem dedicar suas carreiras ao Design de Produto”



05 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.

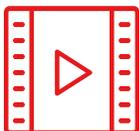
O Relearning lhe permitirá aprender com menos esforço e mais desempenho, fazendo com que você se envolva mais na sua capacitação, desenvolvendo seu espírito crítico e sua capacidade de defender argumentos e contrastar opiniões, ou seja, uma equação de sucesso.

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.



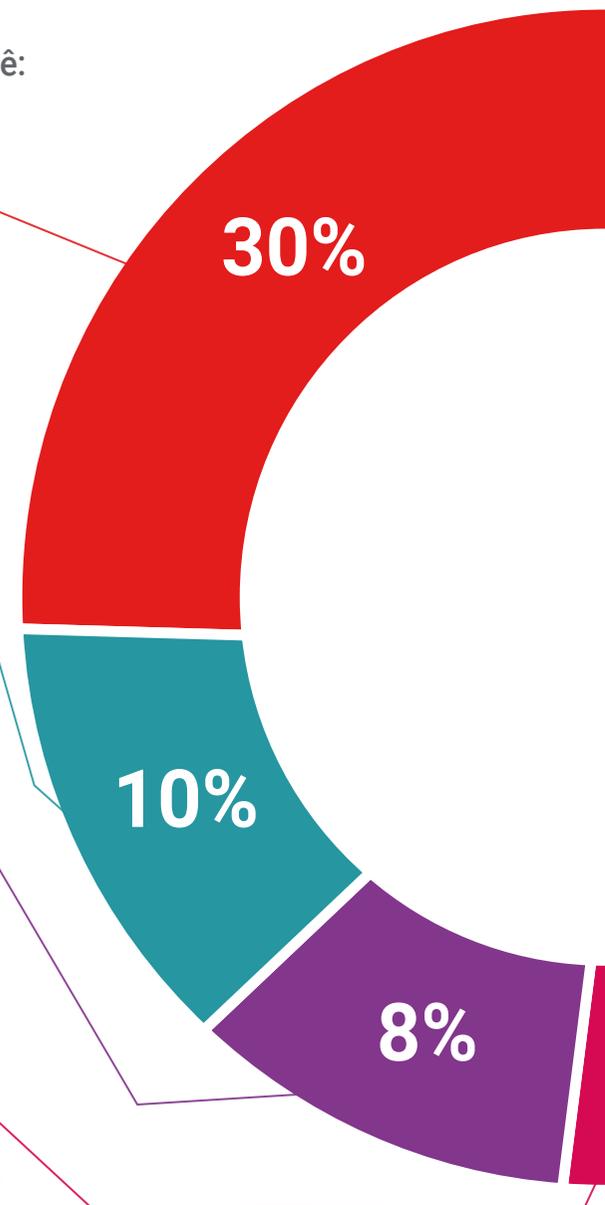
Práticas de habilidades e competências

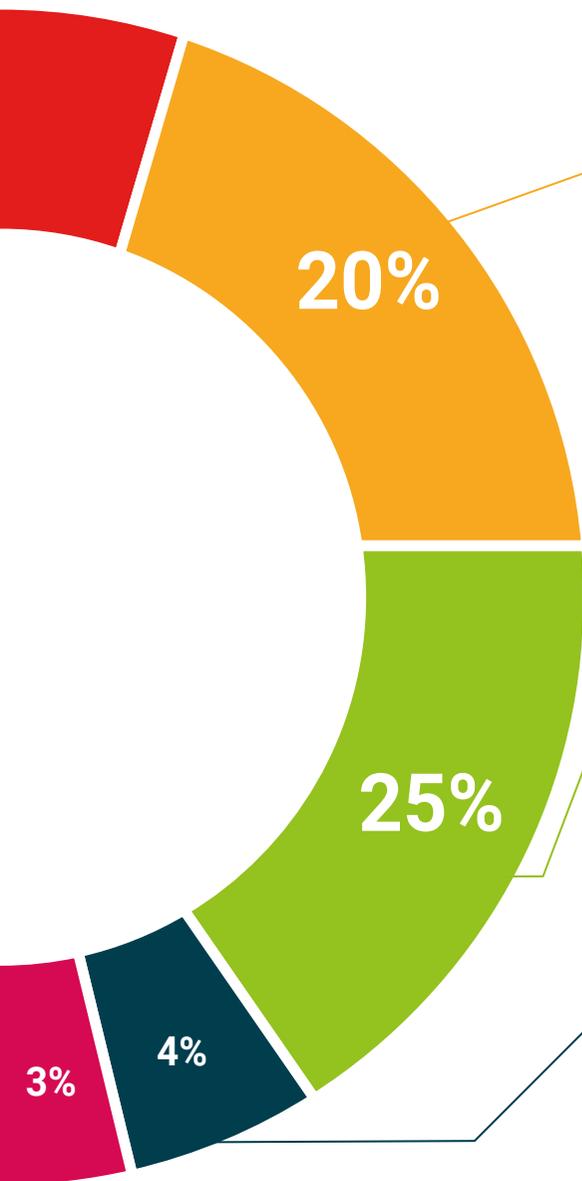
Serão realizadas atividades para desenvolver competências e habilidades específicas em cada disciplina. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as habilidades e competências necessárias para que um especialista possa se desenvolver dentro do contexto globalizado em que vivemos.



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.



06

Certificado

O Mestrado Próprio em Design de Produto 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”

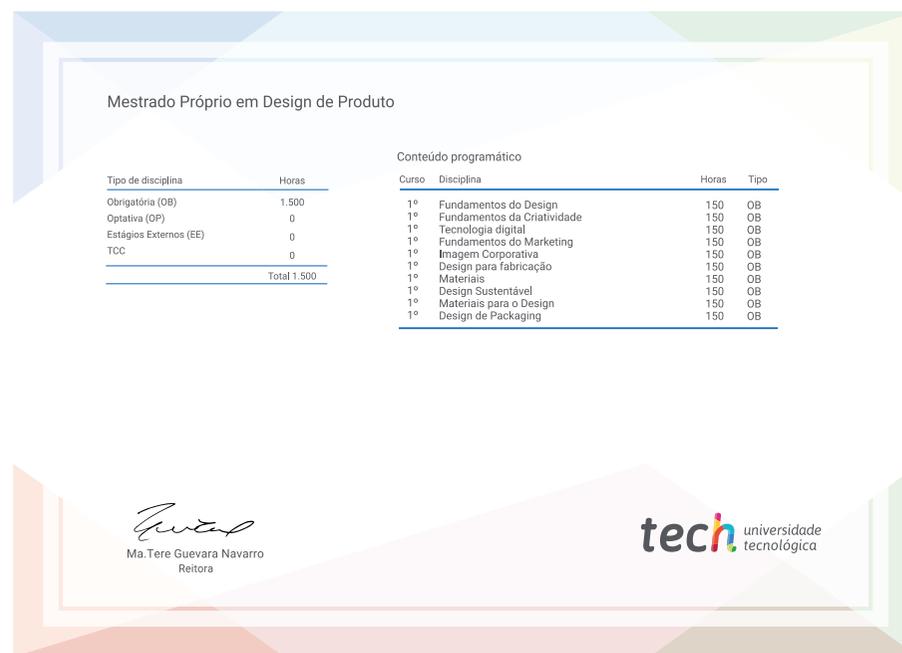
Este **Mestrado Próprio em Design de Produto** conta com o conteúdo mais completo e atualizado do mercado.

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 Produto**

N.º de Horas Oficiais: **1.500h**



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

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compreensão
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento site

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

Design de Produto

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificado: TECH Universidade Tecnológica
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Provas: online

Mestrado Próprio

Design de Produto

