

Máster Semipresencial

Diseño de Producto





Máster Semipresencial

Diseño de Producto

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Global University

Créditos: 60 + 4 ECTS.

Acceso web: www.techtitute.com/disenomaster-semipresencial/master-semipresencial-diseno-producto

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

¿Por qué cursar este
Máster Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competencias

pág. 18

05

Estructura y contenido

pág. 22

06

Prácticas

pág. 34

07

¿Dónde puedo hacer
las Prácticas?

pág. 40

08

Metodología

pág. 44

09

Titulación

pág. 52

01

Presentación

El desarrollo de la venta por Internet ha hecho crecer la importancia de un buen diseño de producto. Hoy en día existe un mercado físico y digital marcado por la competencia entre empresas comercializadoras de objetos. En se ámbito marcan la diferencia aquellas que, aparte de ofrecer calidad y usabilidad, cuidan su imagen y adaptan su apariencia a la demanda de la industria. Es por ello, que el diseñador de productos se ha convertido en una valorada profesión. Todo lo que el egresado necesita saber al respecto lo encontrará en un completísimo programa donde se agrupan los contenidos teóricos más actualizados. Además, se apoya en una estancia práctica de primer nivel en una empresa de prestigio internacional donde el alumno se codeará con los mejores especialistas del Diseño de Producto.



“

Si lo que buscas es una titulación que te aporte el mejor contenido teórico y la garantía de cursar una estancia práctica en una empresa puntera del sector del Diseño y el Marketing, estás ante la mejor oportunidad”

La historia de la comercialización ha demostrado que, en muchas ocasiones, contar con un producto de calidad y que cumpla las expectativas para las cuales fue creado, no es suficiente si no se ha cuidado su diseño. Grandes multinacionales como LG, Apple, Coca Cola o McDonald's se han visto obligadas a retirar del mercado sus productos por el rechazo de la población ante el mensaje que lanzaron o por el estrepitoso fracaso que supuso su lanzamiento. Y es que el cuidado del Branding, asociado a una buena estrategia de Marketing y a un diseño óptimo en base a las tendencias actuales de la sociedad es fundamental si lo que buscan es triunfar.

Además, el desarrollo del comercio online, en el cual el cliente únicamente puede ver una imagen, ha fomentado también el que sea necesario cuidar la misma, poniendo en valor la creatividad y el gusto por encima de la propia usabilidad. Cualquier profesional que quiera dedicarse exitosamente a este sector debe ser consciente de ello y reparar en que es necesario estar preparado y conocer al detalle los entresijos de la industria. Es por ello, que TECH ha decidido lanzar este completo Máster Semipresencial en Diseño de Producto, un programa multidisciplinar que le aportará un conocimiento amplio y exhaustivo sobre la actualidad del área.

Se trata de una capacitación desarrollada a lo largo de 12 meses en los que inicialmente el egresado tendrá acceso a 1.920 horas del mejor contenido teórico y adicional 100% online. En este apartado, trabajará los fundamentos del diseño y la creatividad, la tecnología digital, el Marketing, los entresijos de la imagen corporativa y el diseño para la fabricación, la sostenibilidad y los mejores materiales para cada proyecto.

Una vez superado el temario, tendrá la oportunidad de cursar una estancia práctica de 120 horas en una empresa puntera del sector del Marketing digital y el Diseño. En ella, podrá participar activamente en proyectos vanguardistas y modernos, manejar las herramientas más sofisticadas y perfeccionar sus habilidades y competencias profesionales de la mano de especialistas. Es, por lo tanto, una oportunidad única de añadir a su currículum una experiencia académica única que le ayudará a destacar en cualquier proceso de selección de personal.

Este **Máster Semipresencial en Diseño de Producto** contiene el programa más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ Desarrollo de más de 100 casos prácticos presentados por profesionales del Diseño y profesores universitarios con amplia experiencia en la industria creativa
- ♦ Sus contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos, recogen una información científica y exhaustiva sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Manejo de las herramientas más sofisticadas del sector, con especial hincapié en el dominio de las estrategias más vanguardistas y las técnicas más exitosas
- ♦ Análisis y discusión de ejemplos reales de la práctica cotidiana para la comprensión de nuevos materiales factibles para el Diseño de Productos
- ♦ Valoración de los procesos de ideación, creatividad y experimentación en materia de Diseño de Productos y saber aplicarlos a diferentes proyectos
- ♦ Guías prácticas para desarrollar una visión global del diseño de envases, embalajes y etiquetas, entendiéndolo como una actividad en la que deben tener muchos factores en cuenta, desde el producto al qué acompaña hasta su contexto físico y socioeconómico
- ♦ Todo esto se complementará con lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ Disponibilidad de los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet
- ♦ Además, podrás realizar una estancia de prácticas en una empresa de referencia

“

El temario ha sido diseñado por un equipo de expertos en diseño basándose en las tendencias actuales del mercado y en la información más novedosa del sector”

El programa incluye en su cuadro docente a profesionales del sector que vierten en esta capacitación la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el profesional deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Ahondarás en el cuidado de la imagen corporativa a través de técnicas de Branding comunicativo y en las estrategias más efectivas para conseguir los objetivos pautados.

Tendrás acceso a la totalidad del contenido teórico y adicional desde el inicio de la titulación y podrás descargarlo en cualquier dispositivo con conexión a internet para que lo consultes siempre que lo necesites.



02

¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

En el sector del Diseño de Productos, las tendencias se renuevan constantemente. A su vez, no basta con dominar las consideraciones teóricas de ese marco profesional. También, se requieren conocimientos prácticos que evidencien soltura y capacidad en el manejo de herramientas creativas complejas. Ante ese contexto, TECH ha elaborado este programa que aúna el estudio didáctico con una estancia intensiva en centros de gran envergadura y prestigio. A través de esta titulación, los egresados alcanzan un elevado dominio de las tecnologías a su alcance y las aplicaciones más innovadoras de estas. De ese modo, podrán acceder a puestos laborales cada vez más competitivos y exigentes.



“

Este Máster Semipresencial constituye una oportunidad única de aprendizaje en el que TECH conveniará una práctica profesional que expandirá tus experiencias y enriquecerá tu currículum personal”

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

Con la ayuda de esta capacitación académica, los alumnos dominarán el desarrollo de productos híbridos, donde se conectan diferentes estilos creativos. También se especializarán en la búsqueda de la multifuncionalidad y las tecnologías y herramientas productivas que facilitan su implementación. Asimismo, el temario les ayudará a conocer sus interfaces y técnicas específicas para su manejo.

2. Profundizar a partir de la experiencia de los mejores especialistas

Este programa de estudios ofrece a los estudiantes un acompañamiento personalizado en dos fases bien marcadas. En la primera de ellas será un claustro, compuesto por docentes de dilatadas experiencias, quienes interactúen con ellos para aclarar dudas y conceptos de interés. El segundo momento, dedicado a la estancia práctica, se apoyará en un tutor designado que se encargará de integrar al alumno en diferentes proyectos y rutinas productivas de la empresa donde se encuentren.

3. Adentrarse en entornos de gran prestigio para el Diseño de Productos

La elección minuciosa de los centros donde se realicen las Capacitaciones Prácticas de esta titulación ha sido una prioridad para TECH. Gracias a ello, los alumnos podrán vincularse a instituciones donde prima el uso de recursos tecnológicos, considerados como los más actualizados del mercado. A su vez, podrán comprobar las exigencias de un área profesional considerada entre las más rigurosas y exhaustivas del área del diseño.



4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada

Este programa dispone de 1.920 horas educativas destinadas al dominio teórico del sector del Diseño de Productos. Al mismo tiempo, los estudiantes podrán aplicar todo lo aprendido en una estancia práctica de 3 semanas de duración. De ese modo, conseguirán concretar destrezas de manera mucho más rápida y flexible.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

Este Máster Semipresencial es único en su tipo en el mercado educativo ya que facilita el acceso de los estudiantes a centros selectos dedicados al Diseño de Productos y el diálogo con los mejores profesionales de ese sector. Esto es posible gracias a la red de convenios y contactos a disposición de TECH como la universidad digital más grande del momento.

“

Tendrás una inmersión práctica total en el centro que tú mismo elijas”

03

Objetivos

Las exigencias del mercado actual demandan la presencia de profesionales del diseño que dominen el trabajo creativo del producto adaptado a las tendencias de la sociedad. Por ese motivo, TECH ha considerado necesario el lanzamiento de este programa multidisciplinar cuyo objetivo es servirle de guía al egresado en su profesionalización y en el perfeccionamiento de sus habilidades. Para ello, pondrá a su disposición las herramientas académicas más novedosas, las cuales le aportarán un conocimiento exhaustivo que posteriormente podrá desarrollar durante la estancia práctica.





“

Dominarás la tecnología digital asociada a la imagen digital y vectorial, manejando los programas más sofisticados y complejos del sector del Diseño”

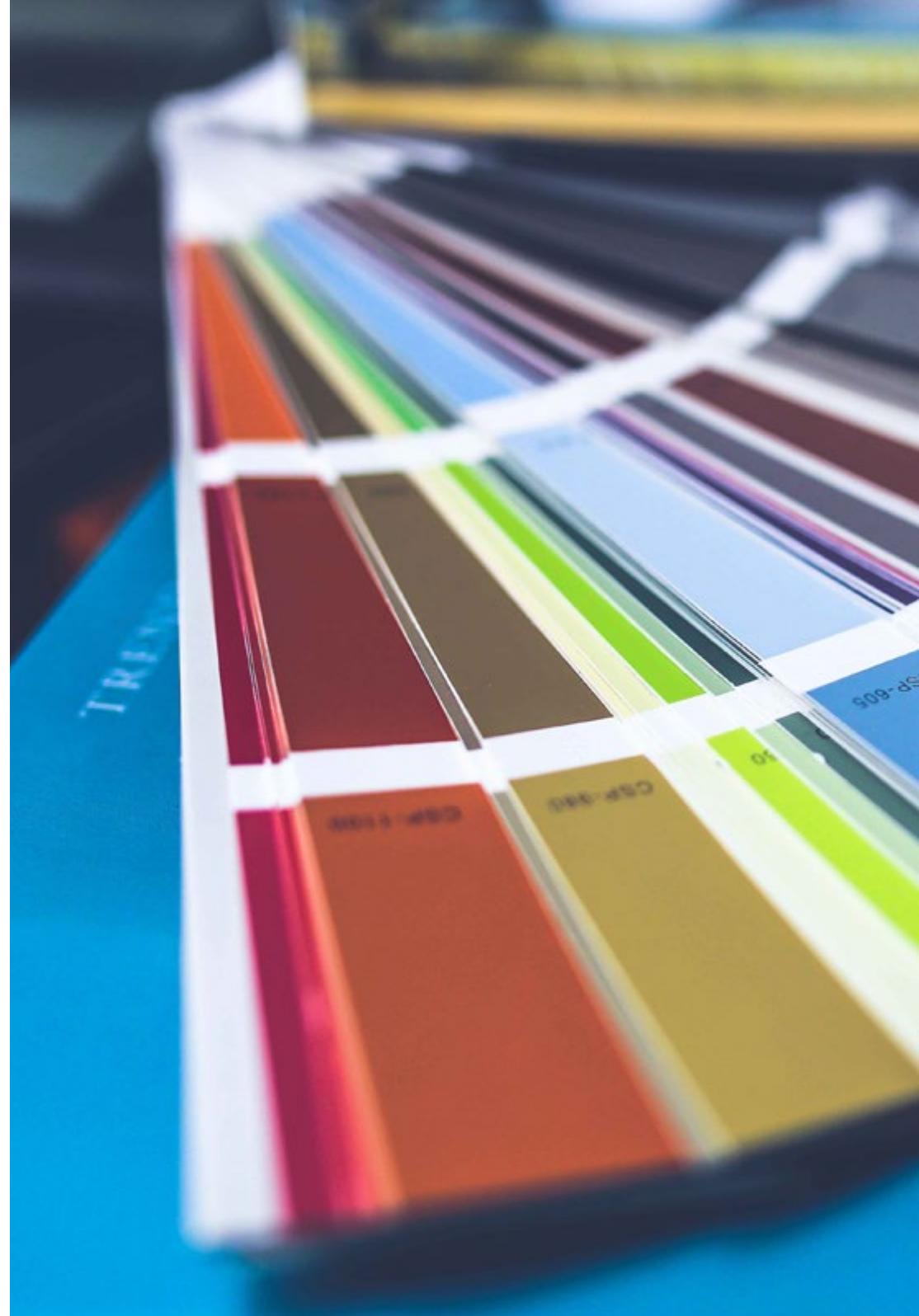


Objetivo general

- El objetivo principal de este programa es que el egresado comprenda el proceso creativo, de análisis y de estudio para llevar a cabo cualquier tipo de proyecto de diseño. Por esa razón, se hará especial hincapié en las estrategias de mercado y en su aplicación en los procesos de comunicación y Marketing, así como en el desarrollo de los mismos. Además, este programa también pretende acercar al diseñador a los conceptos básicos que forman parte de la política comunicativa de una organización: su identidad, su cultura, cuál es su imagen, su marca, su reputación y la responsabilidad social. Así, y tras finalizar la estancia, conocerá al detalle las bases y los entresijos del diseño, así como a los referentes, estilos y movimientos que le han dado forma desde sus inicios hasta la actualidad

“

Un embalaje atractivo también es fundamental. Por ello, este programa incluye un módulo dedicado en específico al diseño del Packaging en envases y etiquetas”





Objetivos específicos

Módulo 1. Fundamentos del Diseño

- ♦ Conectar y correlacionar las distintas áreas del diseño, campos de aplicación y ramas profesionales
- ♦ Conocer los procesos de ideación, creatividad y experimentación y saber aplicarlos a proyectos
- ♦ Integrar el lenguaje y la semántica en los procesos de ideación de un proyecto, relacionándolos con sus objetivos y valores de uso

Módulo 2. Fundamentos de la creatividad

- ♦ Saber sintetizar los intereses propios, mediante la observación y el pensamiento crítico, plasmándolos en creaciones artísticas
- ♦ Perder el miedo al bloqueo artístico y utilizar técnicas para combatirlo
- ♦ Indagar en uno mismo, en el propio espacio emocional y en lo que está alrededor, de tal forma que se realice un análisis de estos elementos para usarlos a favor de la propia creatividad

Módulo 3. Tecnología digital

- ♦ Dominar el vocabulario, metodologías y contenido teórico-práctico sobre la imagen digital
- ♦ Dominar el vocabulario, metodologías y contenido teórico-práctico sobre la imagen vectorial

Módulo 4. Fundamentos del Marketing

- ♦ Entender el papel central de la comunicación en un tiempo histórico definido por los paradigmas de la sociedad de la información y el conocimiento
- ♦ Conocer los procesos de comunicación en todas sus manifestaciones sociales (interpersonal, grupal y mediática)
- ♦ Analizar los diferentes enfoques y planteamientos disciplinares y teóricos acerca de la comunicación
- ♦ Desarrollar la comprensión de un vocabulario adaptado al lenguaje básico del marketing y la comunicación
- ♦ Conocer las características de los medios sociales y su diferencia con los Mass Media, así como, sus implicaciones y los cambios que han generado en la comercialización y gestión del diseño

Módulo 5. Imagen corporativa

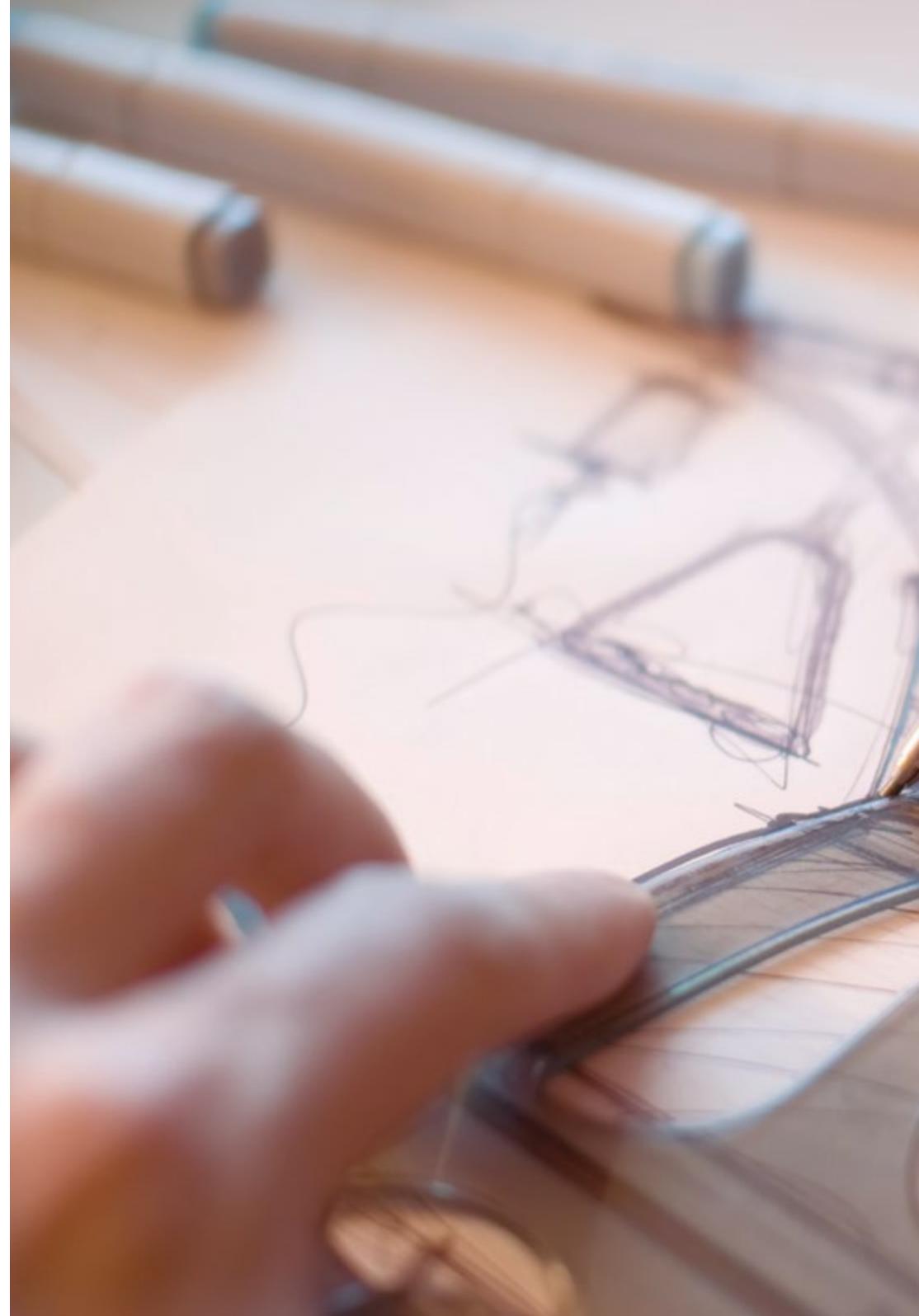
- ♦ Entender la importancia de la imagen corporativa y su impacto en la percepción empresarial
- ♦ Diferenciar entre identidad e imagen corporativa y reconocer sus manifestaciones clave
- ♦ Aplicar técnicas de investigación para analizar la imagen corporativa de la empresa
- ♦ Realizar auditorías de imagen y planificar estrategias para gestionar la imagen corporativa
- ♦ Explorar la relación entre cultura corporativa, RSC y reputación en la construcción de imagen
- ♦ Desarrollar estrategias de identidad visual, naming y posicionamiento para fortalecer la marca

Módulo 6. Diseño para la fabricación

- ♦ Alcanzar un nivel suficiente de conocimientos relacionados con los objetivos y técnicas específicas relacionadas con el área de producción
- ♦ Analizar la producción desde una perspectiva estratégica

Módulo 7. Materiales

- ♦ Analizar y evaluar los materiales utilizados en ingeniería en base a sus propiedades
- ♦ Conocer, analizar y evaluar los procesos de corrosión y degradación de materiales
- ♦ Evaluar y analizar las diferentes técnicas de ensayos no destructivos en materiales





Módulo 8. Diseño sostenible

- ♦ Reconocer el entorno de la sostenibilidad y el contexto ambiental
- ♦ Conocer los principales instrumentos de análisis de impacto ambiental
- ♦ Reconocer la importancia de la sostenibilidad en el diseño
- ♦ Conocer las normativas medioambientales relevantes a la hora de diseñar
- ♦ Ser capaz de elaborar una estrategia de diseño sostenible de producto

Módulo 9. Materiales para el diseño

- ♦ Trabajar con los materiales más adecuados en cada caso, en el ámbito del diseño de producto
- ♦ Explicar y describir las principales familias de materiales: su fabricación, tipologías, propiedades, etc.
- ♦ Tener el criterio necesario para poder identificar y seleccionar, en función de un briefing, las diferentes gamas de materiales

Módulo 10. Diseño de Packaging

- ♦ Promover en el alumnado la visión global del diseño de envases, embalajes y etiquetas, entendiéndolo como una actividad en la que se tienen que tener muchos factores en cuenta, desde el producto al qué acompaña hasta su contexto físico y socioeconómico
- ♦ Capacitar el alumnado, a través de la práctica, en la competencia para el desarrollo profesional de proyectos de diseño de envases, embalajes y etiquetas

04 Competencias

Además de servirle de guía en la ampliación y actualización de sus conocimientos, este Máster Semipresencial persigue el objetivo de proporcionarle al egresado la oportunidad de perfeccionar sus competencias profesionales. Es por ello que, durante el transcurso de la titulación, el especialista trabajará en sus habilidades y aptitudes creativas, ampliando las técnicas y estrategias de su praxis e implementando a la misma los conceptos más novedosos relacionados con el diseño de producto.





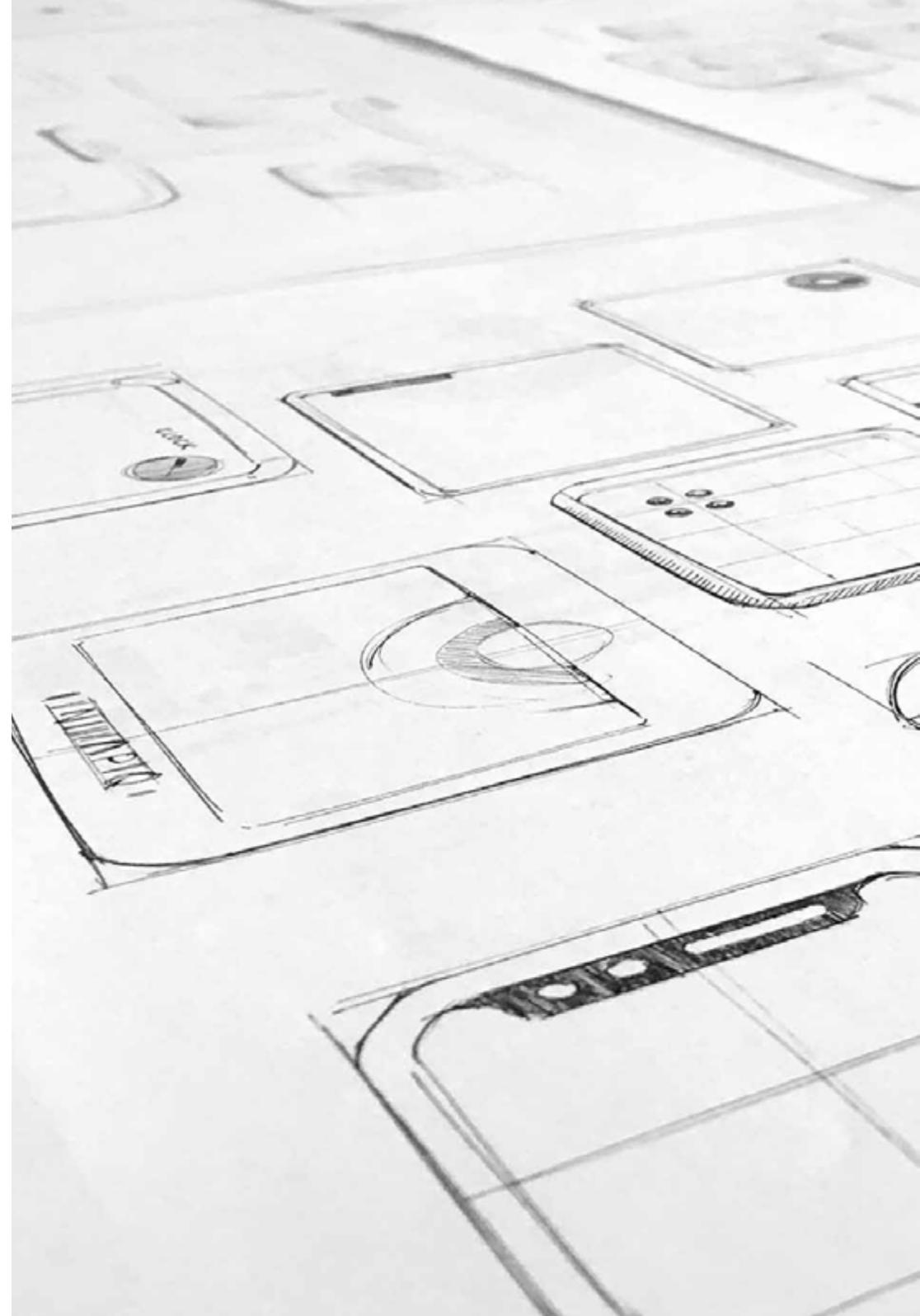
“

Estudiarás casos de éxito y de fracaso, para que adquieras de cada uno de ellos las conclusiones que te ayuden a establecer tus propias estrategias”



Competencias generales

- ♦ Planificar, desarrollar y presentar convenientemente producciones artísticas, empleando estrategias de elaboración eficaces y con aportaciones creativas propias
- ♦ Dominar el software de retoque y manipulación de la imagen y desarrollar las competencias que requiere su utilización
- ♦ Conocer las herramientas y estrategias teórico-prácticas que faciliten la gestión de la comunicación corporativa e institucional en organizaciones de toda índole
- ♦ Saber seleccionar correctamente un método de organización de información y comunicación para el buen uso de una marca
- ♦ Investigar e identificar los elementos más significativos de la empresa-cliente, así como sus necesidades para la creación de estrategias y mensajes comunicativos
- ♦ Identificar las etapas y fases productivas de un proyecto
- ♦ Conocer los principios de nanomateriales
- ♦ Obtener el conocimiento y dominio de las técnicas, las formas, los procesos y las tendencias del diseño de envases, embalajes y etiquetas y de sus aplicaciones industriales





Competencias específicas

- ♦ Manejar el software de dibujo vectorial y desarrollar las competencias que requiere su utilización
- ♦ Emplear el software de diseño editorial y desarrollar las competencias para crear un arte final propio
- ♦ Dominar las estrategias de coordinación entre los aspectos de creación de un producto, su producción y las funciones de comercialización, Marketing y comunicación
- ♦ Analizar y evaluar materiales metálicos, tanto férricos como no férricos
- ♦ Analizar y evaluar materiales poliméricos, cerámicos y compuestos
- ♦ Analizar y evaluar los materiales utilizados en fabricación aditiva
- ♦ Desarrollar un sistema reglado de normas gráficas básicas basado en elementos de la identidad visual/marca
- ♦ Elegir acertadamente, entre un amplio espectro, a la hora de desarrollar una propuesta de diseño para fabricación en serie
- ♦ Decidir los más materiales adecuados para la realización de maquetas o prototipos



Con ayuda de este programa, dominarás los softwares, técnicas y procesos creativos que forman parte de la disciplina de Diseño de Productos”

05

Estructura y contenido

TECH elabora la totalidad de sus titulaciones en base a las novedades del sector en el que se desarrolle la titulación y siguiendo el criterio profesional de expertos en activo. De esta manera, es posible conformar temarios dinámicos, actuales y altamente capacitantes, los cuales van acompañados de cientos de horas de material adicional en diferentes formatos: vídeos al detalle, resúmenes dinámicos de cada unidad, artículos de investigación y lecturas complementarias. Así, el egresado dispone de la posibilidad de contextualizar la información y de profundizar de manera personalizada en aquellos aspectos de su mayor interés.



“

Gracias a este programa conocerás al detalle los criterios a tener en cuenta a la hora de desarrollar una propuesta de diseño para la fabricación en serie”

Módulo 1. Fundamentos del Diseño

- 1.1. Historia del diseño
 - 1.1.1. La Revolución Industrial
 - 1.1.2. Las etapas del diseño
 - 1.1.3. La arquitectura
 - 1.1.4. La Escuela de Chicago
- 1.2. Estilos y movimientos del diseño
 - 1.2.1. Diseño decorativo
 - 1.2.2. Movimiento Modernista
 - 1.2.3. Art Decó
 - 1.2.4. Diseño industrial
 - 1.2.5. La Bauhaus
 - 1.2.6. II Guerra Mundial
 - 1.2.7. Transvanguardias
 - 1.2.8. Diseño Contemporáneo
- 1.3. Diseñadores y tendencias
 - 1.3.1. Diseñadores de interior
 - 1.3.2. Diseñadores gráficos
 - 1.3.3. Diseñadores industriales o de producto
 - 1.3.4. Diseñadores de moda
- 1.4. Metodología proyectual de Diseño
 - 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 Cháves
- 1.5. El lenguaje en Diseño
 - 1.5.1. Los objetos y el sujeto
 - 1.5.2. Semiótica de los objetos
 - 1.5.3. La disposición objetual y su connotación
 - 1.5.4. La Globalización de los signos
 - 1.5.5. Propuesta
- 1.6. El Diseño y su dimensión estético-formal
 - 1.6.1. Elementos visuales
 - 1.6.1.1. La forma
 - 1.6.1.2. La medida
 - 1.6.1.3. El color
 - 1.6.1.4. La textura
 - 1.6.2. Elementos de relación
 - 1.6.2.1. Dirección
 - 1.6.2.2. Posición
 - 1.6.2.3. Espacio
 - 1.6.2.4. Gravedad
 - 1.6.3. Elementos prácticos
 - 1.6.3.1. Representación
 - 1.6.3.2. Significado
 - 1.6.3.3. Función
 - 1.6.4. Marco de referencia
- 1.7. Métodos analíticos del Diseño
 - 1.7.1. El diseño pragmático
 - 1.7.2. Diseño analógico
 - 1.7.3. Diseño icónico
 - 1.7.4. Diseño canónico
 - 1.7.5. Principales autores y su metodología

- 1.8. Diseño y semántica
 - 1.8.1. La semántica
 - 1.8.2. La significación
 - 1.8.3. Significado denotativo y significado connotativo
 - 1.8.4. El léxico
 - 1.8.5. Campo léxico y familia léxica
 - 1.8.6. Las relaciones semánticas
 - 1.8.7. El cambio semántico
 - 1.8.8. Causas de los cambios semánticos
- 1.9. Diseño y pragmática
 - 1.9.1. Consecuencias prácticas, abducción y semiótica
 - 1.9.2. Mediación, cuerpo y emociones
 - 1.9.3. Aprendizaje, vivencia y cierre
 - 1.9.4. Identidad, relaciones sociales y objetos
- 1.10. Contexto actual del Diseño
 - 1.10.1. Problemas actuales del Diseño
 - 1.10.2. Los temas actuales del Diseño
 - 1.10.3. Aportes sobre metodología

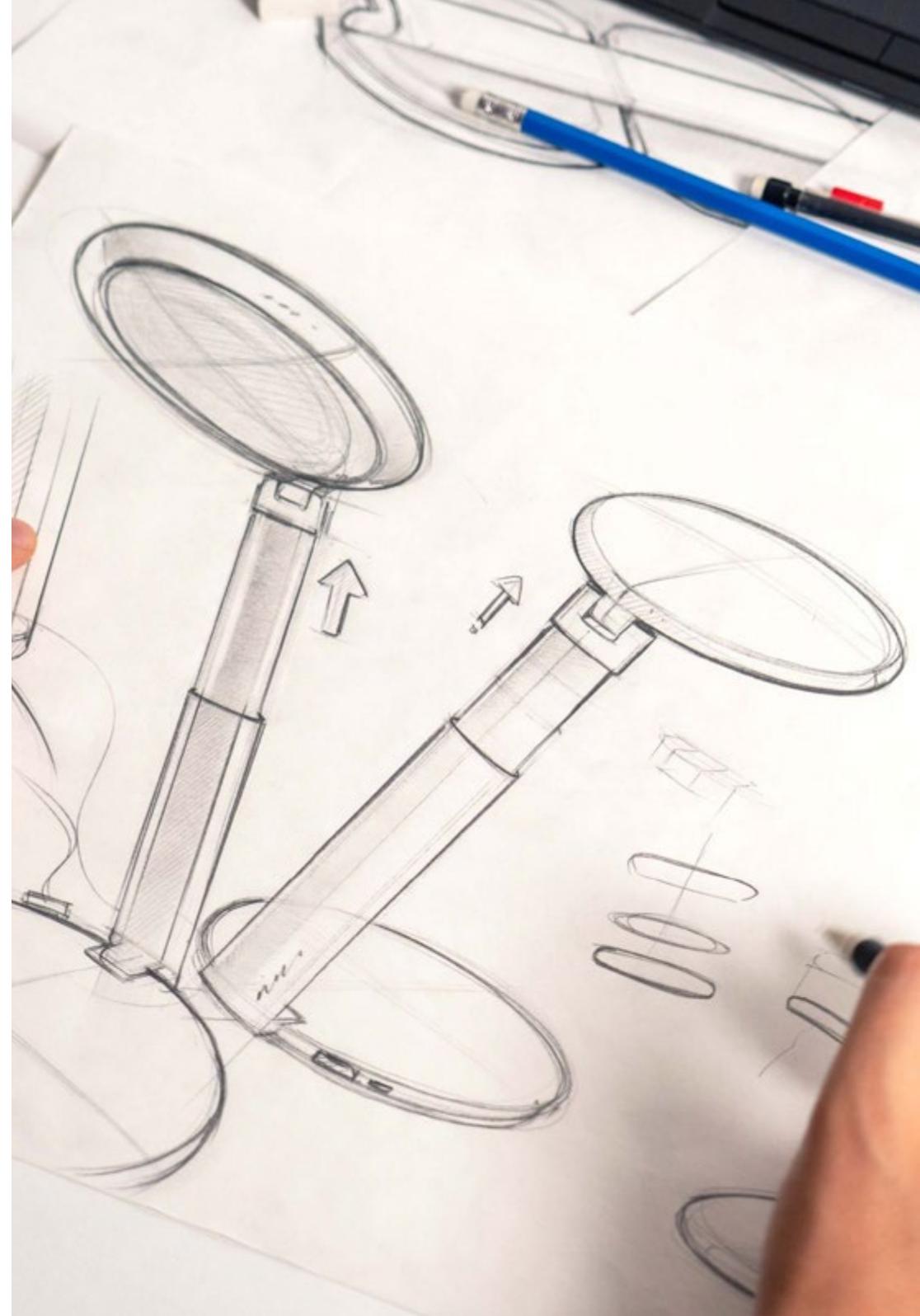
Módulo 2. Fundamentos de la creatividad

- 2.1. Introducción creativa
 - 2.1.1. El estilo en el arte
 - 2.1.2. Educa tu mirada
 - 2.1.3. ¿Cualquiera puede ser creativo?
 - 2.1.4. Los lenguajes pictóricos
 - 2.1.5. ¿Qué necesito? Materiales
- 2.2. La percepción como primer acto creativo
 - 2.2.1. ¿Qué ves? ¿Qué oyes? ¿Qué sientes?
 - 2.2.2. Percibe, observa, examina atentamente
 - 2.2.3. El retrato y el autorretrato: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Caso práctico: Fotodiálogo. Buceando en uno mismo

- 2.3. Enfrentarse al papel en blanco
 - 2.3.1. Dibujar sin miedo
 - 2.3.2. El cuaderno como herramienta
 - 2.3.3. El Libro de Artista, ¿qué es?
 - 2.3.4. Referentes
- 2.4. Creando nuestro Libro de Artista
 - 2.4.1. Análisis y juego: lápices y rotuladores
 - 2.4.2. Trucos para soltar la mano
 - 2.4.3. Primeras líneas
 - 2.4.4. La plumilla
- 2.5. Creando nuestro Libro de Artista II
 - 2.5.1. La mancha
 - 2.5.2. Las ceras. Experimentación
 - 2.5.3. Pigmentos naturales
- 2.6. Creando nuestro Libro de Artista III
 - 2.6.1. Collage y fotomontaje
 - 2.6.2. Herramientas tradicionales
 - 2.6.3. Herramientas online: Pinterest
 - 2.6.4. Experimentación con la composición de imágenes
- 2.7. Hacer sin pensar
 - 2.7.1. ¿Qué se consigue al hacer sin pensar?
 - 2.7.2. Improvisar: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Action Painting*
- 2.8. El crítico como artista
 - 2.8.1. La crítica constructiva
 - 2.8.2. Manifiesto sobre una crítica creativa
- 2.9. El bloqueo creativo
 - 2.9.1. ¿Qué es el bloqueo?
 - 2.9.2. Amplía tus límites
 - 2.9.3. Caso práctico: mancharse las manos
- 2.10. Estudio del Libro de Artista
 - 2.10.1. Las emociones y su gestión en el ámbito creativo
 - 2.10.2. Tu propio mundo en un cuaderno
 - 2.10.3. ¿Qué he sentido? Autoanálisis
 - 2.10.4. Caso práctico: Crítica a mí mismo

Módulo 3. Tecnología digital

- 3.1. Introducción a la imagen digital
 - 3.1.1. Las TIC
 - 3.1.2. Descripción de las tecnologías
 - 3.1.3. Comandos
- 3.2. Imagen vectorial. Trabajar con objetos
 - 3.2.1. Herramientas de selección
 - 3.2.2. Agrupamiento
 - 3.2.3. Alinear y distribuir
 - 3.2.4. Guías inteligentes
 - 3.2.5. Símbolos
 - 3.2.6. Transformar
 - 3.2.7. Distorsión
 - 3.2.8. Envoltentes
 - 3.2.9. Buscatrazos
 - 3.2.10. Formas compuestas
 - 3.2.11. Trazados compuestos
 - 3.2.12. Cortar, dividir y separar
- 3.3. Imagen vectorial. Color
 - 3.3.1. Modos de color
 - 3.3.2. Herramienta cuentagotas
 - 3.3.3. Muestras
 - 3.3.4. Degradados
 - 3.3.5. Relleno de motivo
 - 3.3.6. Panel apariencia
 - 3.3.7. Atributos
- 3.4. Imagen vectorial. Edición avanzada
 - 3.4.1. Malla de degradado
 - 3.4.2. Panel de transparencia
 - 3.4.3. Modos de fusión
 - 3.4.4. Calco interactivo
 - 3.4.5. Máscaras de recorte
 - 3.4.6. Texto



- 3.5. Imagen Mapa de Bits. Las capas
 - 3.5.1. Creación
 - 3.5.2. Enlace
 - 3.5.3. Transformación
 - 3.5.4. Agrupamiento
 - 3.5.5. Capas de ajuste
- 3.6. Imagen Mapa de Bits. Selecciones, máscaras y canales
 - 3.6.1. Herramienta selección marco
 - 3.6.2. Herramienta selección lazo
 - 3.6.3. Herramienta varita mágica
 - 3.6.4. Menú selecciones. Gama de colores
 - 3.6.5. Canales
 - 3.6.6. Retoque de máscaras
 - 3.6.7. Máscaras de recorte
 - 3.6.8. Máscaras vectoriales
- 3.7. Imagen Mapa de Bits. Modos de fusión y estilo de capas
 - 3.7.1. Estilos de capa
 - 3.7.2. Opacidad
 - 3.7.3. Opciones de estilos de capa
 - 3.7.4. Modos de fusión
 - 3.7.5. Ejemplos de modos de fusión
- 3.8. El proyecto editorial. Tipos y formas
 - 3.8.1. El proyecto editorial
 - 3.8.2. Tipologías del proyecto editorial
 - 3.8.3. Creación y configuración del documento
- 3.9. Elementos compositivos del proyecto editorial
 - 3.9.1. Páginas maestras
 - 3.9.2. Reticulación
 - 3.9.3. Integración y composición del texto
 - 3.9.4. Integración de imágenes

- 3.10. Maquetación, exportación e impresión
 - 3.10.1. Maquetación
 - 3.10.1.1. Selección y edición fotográfica
 - 3.10.1.2. Comprobación preliminar
 - 3.10.1.3. Empaquetar
 - 3.10.2. Exportación
 - 3.10.2.1. Exportación para el medio digital
 - 3.10.2.2. Exportación para el medio físico
 - 3.10.3. Impresión
 - 3.10.3.1. La imprenta tradicional
 - 3.10.3.1.1. Encuadernación
 - 3.10.3.2. La imprenta digital

Módulo 4. Fundamentos del Marketing

- 4.1. Introducción a la mercadotecnia
 - 4.1.1. Concepto de mercadotecnia
 - 4.1.1.1. Definición de mercadotecnia
 - 4.1.1.2. Evolución y actualidad de la mercadotecnia
 - 4.1.2. Diferentes enfoques de la mercadotecnia
- 4.2. Mercadotecnia en la empresa: estratégica y operativa. El plan de mercadotecnia
 - 4.2.1. La dirección comercial
 - 4.2.2. Importancia de la dirección comercial
 - 4.2.3. Diversidad de formas de dirección
 - 4.2.4. La mercadotecnia estratégica
 - 4.2.5. La estrategia comercial
 - 4.2.6. Ámbitos de aplicación
 - 4.2.7. La planificación comercial
 - 4.2.8. El plan de mercadotecnia
 - 4.2.9. Concepto y definiciones
 - 4.2.10. Etapas del plan de mercadotecnia
 - 4.2.11. Tipos de plan de mercadotecnia

- 4.3. El entorno empresarial y el mercado de las organizaciones
 - 4.3.1. El entorno
 - 4.3.2. Conceptos y límites del entorno
 - 4.3.3. Macroentorno
 - 4.3.4. Microentorno
 - 4.3.5. El mercado
 - 4.3.6. Conceptos y límites del mercado
 - 4.3.7. Evolución de los mercados
 - 4.3.8. Tipos de mercados
 - 4.3.9. La importancia de la competencia
- 4.4. El comportamiento del consumidor
 - 4.4.1. La importancia del comportamiento en la estrategia
 - 4.4.2. Factores influyentes
 - 4.4.3. Beneficios para la empresa
 - 4.4.4. Beneficios para el consumidor
 - 4.4.5. Enfoques del comportamiento del consumidor
 - 4.4.6. Características y complejidad
 - 4.4.7. Variables que interviene
 - 4.4.8. Diferentes tipos de enfoques
- 4.5. Etapas en el proceso de compra del consumidor
 - 4.5.1. Enfoque
 - 4.5.2. Enfoque según diferentes autores
 - 4.5.3. La evolución del proceso en la historia
 - 4.5.4. Etapas
 - 4.5.5. Reconocimiento del problema
 - 4.5.6. Búsqueda de información
 - 4.5.7. Evaluación de alternativas
 - 4.5.8. Decisión de compra
 - 4.5.9. Postcompra
 - 4.5.10. Modelos en la toma de decisiones
 - 4.5.11. Modelo económico
 - 4.5.12. Modelo psicológico
 - 4.5.13. Modelos de comportamientos mixtos
 - 4.5.14. La segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
 - 4.5.15. La segmentación del mercado
 - 4.5.16. Concepto
 - 4.5.17. Tipos de segmentación
 - 4.5.18. La influencia de la segmentación en las estrategias
 - 4.5.19. Importancia de la segmentación en la empresa
 - 4.5.20. Planificación de estrategias en base a la segmentación
- 4.6. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales
- 4.7. Procedimiento para la segmentación
 - 4.7.1. Delimitación del segmento
 - 4.7.2. Identificación de perfiles
 - 4.7.3. Evaluación del procedimiento
- 4.8. Criterios para la segmentación
 - 4.8.1. Características geográficas
 - 4.8.2. Características sociales y económicas
 - 4.8.3. Otros criterios
 - 4.8.4. Respuesta del consumidor a la segmentación
- 4.9. Mercado de la oferta-demanda. Evaluación de la segmentación
 - 4.9.1. Análisis de oferta
 - 4.9.1.1. Clasificaciones de la oferta
 - 4.9.1.2. Determinación de la oferta
 - 4.9.1.3. Factores que afectan a la oferta
 - 4.9.2. Análisis de la demanda
 - 4.9.2.1. Clasificaciones de la demanda
 - 4.9.2.2. Áreas de mercado
 - 4.9.2.3. Estimación de la demanda
 - 4.9.3. Evaluación de la segmentación
 - 4.9.3.1. Sistemas de evaluación
 - 4.9.3.2. Métodos de seguimiento
 - 4.9.3.3. Retroalimentación
- 4.10. La mercadotecnia mix
 - 4.10.1. Definición de mercadotecnia mix
 - 4.10.1.1. concepto y definición
 - 4.10.1.2. Historia y evolución

- 4.10.2. Elementos de mercadotecnia mix
 - 4.10.2.1. Producto
 - 4.10.2.2. Precio
 - 4.10.2.3. Distribución
 - 4.10.2.4. Promoción
- 4.10.3. Las nuevas 4p de mercadotecnia
 - 4.10.3.1. Personalización
 - 4.10.3.2. Participación
 - 4.10.3.3. *Peer to Peer*
 - 4.10.3.4. Predicciones modeladas
- 4.10.4. Estrategias de gestión actual de la cartera de productos. Crecimiento y estrategias competitivas de mercadotecnia
- 4.10.5. Estrategias de cartera
 - 4.10.5.1. La matriz BCG
 - 4.10.5.2. La matriz de Ansoff
 - 4.10.5.3. La matriz de posición competitiva
- 4.10.6. Estrategias
 - 4.10.6.1. Estrategia de segmentación
 - 4.10.6.2. Estrategia de posicionamiento
 - 4.10.6.3. Estrategia de fidelización
 - 4.10.6.4. Estrategia funcional

Módulo 5. Imagen corporativa

- 5.1. La importancia de la imagen en las empresas
 - 5.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa?
 - 5.1.2. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
 - 5.1.3. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
 - 5.1.4. Situaciones de cambio de la imagen corporativas
¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?
- 5.2. Las técnicas de investigación en Imagen Corporativa
 - 5.2.1. Introducción
 - 5.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
 - 5.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
 - 5.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
 - 5.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas

- 5.3. Auditoría y estrategia de imagen
 - 5.3.1. ¿Qué es la auditoría de imagen
 - 5.3.2. Pautas
 - 5.3.3. Metodología de la auditoría
 - 5.3.4. Planificación estratégica
- 5.4. Cultura corporativa
 - 5.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
 - 5.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
 - 5.4.3. Funciones de la cultura corporativa
 - 5.4.4. Tipos de cultura corporativa
- 5.5. Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa
 - 5.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa
 - 5.5.2. Directrices para integrar la RSC en las empresas
 - 5.5.3. La comunicación de la RSC
 - 5.5.4. Reputación corporativa
- 5.6. La identidad visual corporativa y el nombramiento (Naming)
 - 5.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
 - 5.6.2. Elementos básicos
 - 5.6.3. Principios básicos
 - 5.6.4. Elaboración del manual
 - 5.6.5. El nombramiento
- 5.7. Imagen y posicionamiento de marcas
 - 5.7.1. Los orígenes de las marcas
 - 5.7.2. ¿Qué es una marca?
 - 5.7.3. La necesidad de construir una marca
 - 5.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
 - 5.7.5. El valor de las marcas
- 5.8. Gestión de la imagen a través de la Comunicación de Crisis
 - 5.8.1. Plan estratégico de comunicación
 - 5.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
 - 5.8.3. Casos

- 5.9. La influencia de las promociones en la Imagen Corporativa
 - 5.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
 - 5.9.2. La mercadotecnia promocional
 - 5.9.3. Características
 - 5.9.4. Peligros
 - 5.9.5. Tipos y técnicas promocionales
- 5.10. La distribución y la imagen del punto de venta
 - 5.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
 - 5.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
 - 5.10.3. A través de su nombre y logotipo

Módulo 6. Diseño para la fabricación

- 6.1. Diseño para la fabricación y ensamblaje
- 6.2. Conformación por moldeo
 - 6.2.1. Fundición
 - 6.2.2. Inyección
- 6.3. Conformación por deformación
 - 6.3.1. Deformación plástica
 - 6.3.2. Estampado
 - 6.3.3. Forja
 - 6.3.4. Extrusión
- 6.4. Conformación por pérdida de material
 - 6.4.1. Por abrasión
 - 6.4.2. Por arranque de viruta
- 6.5. Tratamientos térmicos
 - 6.5.1. Templado
 - 6.5.2. Revenido
 - 6.5.3. Recocido
 - 6.5.4. Normalizado
 - 6.5.5. Tratamientos termoquímicos

- 6.6. Aplicación de pinturas y recubrimientos
 - 6.6.1. Tratamientos electroquímicos
 - 6.6.2. Tratamientos electrolíticos
 - 6.6.3. Pinturas, lacas y barnices
- 6.7. Conformado de polímeros y de materiales cerámicos
- 6.8. Fabricación de piezas de materiales compuestos
- 6.9. Fabricación aditiva
 - 6.9.1. *Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Direct Energy Deposition*
 - 6.9.3. *Binder Jetting*
 - 6.9.4. *Bound Powder Extrusion*
- 6.10. Ingeniería robusta
 - 6.10.1. Método Taguchi
 - 6.10.2. Diseño de experimentos
 - 6.10.3. Control estadístico de procesos

Módulo 7. Materiales

- 7.1. Propiedades de los materiales
 - 7.1.1. Propiedades mecánicas
 - 7.1.2. Propiedades eléctricas
 - 7.1.3. Propiedades ópticas
 - 7.1.4. Propiedades magnéticas
- 7.2. Materiales metálicos I. Férricos
- 7.3. Materiales metálicos II. No férricos
- 7.4. Materiales poliméricos
 - 7.4.1. Termoplásticos
 - 7.4.2. Plásticos termoestables
- 7.5. Materiales cerámicos
- 7.6. Materiales compuestos
- 7.7. Biomateriales
- 7.8. Nanomateriales
- 7.9. Corrosión y degradación de materiales
 - 7.9.1. Tipos de corrosión
 - 7.9.2. Oxidación de metales
 - 7.9.3. Control de la corrosión

- 7.10. Ensayos no destructivos
 - 7.10.1. Inspecciones visuales y endoscopias
 - 7.10.2. Ultrasonidos
 - 7.10.3. Radiografías
 - 7.10.4. Corrientes parásitas de Foucolt (Eddy)
 - 7.10.5. Partículas magnéticas
 - 7.10.6. Líquidos penetrantes
 - 7.10.7. Termografía infrarroja

Módulo 8. Diseño sostenible

- 8.1. Estado ambiental
 - 8.1.1. Contexto ambiental
 - 8.1.2. Percepción ambiental
 - 8.1.3. Consumo y consumismo
- 8.2. Producción sostenible
 - 8.2.1. Huella ecológica
 - 8.2.2. Biocapacidad
 - 8.2.3. Déficit ecológico
- 8.3. Sustentabilidad e Innovación
 - 8.3.1. Procesos productivos
 - 8.3.2. Gestión de los procesos
 - 8.3.3. Puesta en marcha de la producción
 - 8.3.4. Productividad mediante el diseño
- 8.4. Introducción. Ecodiseño
 - 8.4.1. Desarrollo sostenible
 - 8.4.2. Ecología industrial
 - 8.4.3. Ecoeficiencia
 - 8.4.4. Introducción al concepto de Ecodiseño
- 8.5. Metodologías del Ecodiseño
 - 8.5.1. Propuestas metodológicas para la implementación del Ecodiseño
 - 8.5.2. Preparación del proyecto (fuerzas motrices, legislación)
 - 8.5.3. Aspectos ambientales

- 8.6. Análisis del Ciclo de Vida (ACV)
 - 8.6.1. Unidad funcional
 - 8.6.2. Inventariado
 - 8.6.3. Relación de impactos
 - 8.6.4. Generación de conclusiones y estrategia
- 8.7. Ideas de mejora (estrategias de ecodiseño)
 - 8.7.1. Reducir impacto
 - 8.7.2. Aumentar unidad funcional
 - 8.7.3. Impacto positivo
- 8.8. Economía Circular
 - 8.8.1. Definición
 - 8.8.2. Evolución
 - 8.8.3. Casos de éxito
- 8.9. *Cradle to Cradle*
 - 8.9.1. Definición
 - 8.9.2. Evolución
 - 8.9.3. Casos de éxito
- 8.10. Normativa Medioambiental
 - 8.10.1. Por qué necesitamos una normativa
 - 8.10.2. Quién hace las normativas
 - 8.10.3. Marco ambiental de la Unión Europea
 - 8.10.4. La normativa en el proceso de desarrollo

Módulo 9. Materiales para el Diseño

- 9.1. El material como inspiración
 - 9.1.1. Búsqueda de materiales
 - 9.1.2. Clasificación
 - 9.1.3. El material y su contexto
- 9.2. Materiales para el diseño
 - 9.2.1. Usos comunes
 - 9.2.2. Contraindicaciones
 - 9.2.3. Combinación de materiales

- 9.3. Arte + Innovación
 - 9.3.1. Materiales en el arte
 - 9.3.2. Nuevos materiales
 - 9.3.3. Materiales compuestos
- 9.4. Física
 - 9.4.1. Conceptos básicos
 - 9.4.2. Composición de los materiales
 - 9.4.3. Ensayos mecánicos
- 9.5. Tecnología
 - 9.5.1. Materiales inteligentes
 - 9.5.2. Materiales dinámicos
 - 9.5.3. El futuro en los materiales
- 9.6. Sostenibilidad
 - 9.6.1. Obtención
 - 9.6.2. Uso
 - 9.6.3. Gestión final
- 9.7. Biomimetismo
 - 9.7.1. Reflexión
 - 9.7.2. Transparencia
 - 9.7.3. Otras técnicas
- 9.8. Innovación
 - 9.8.1. Casos de éxito
 - 9.8.2. Investigación en materiales
 - 9.8.3. Fuentes de investigación
- 9.9. Prevención de riesgos
 - 9.9.1. Factor de seguridad
 - 9.9.2. Fuego
 - 9.9.3. Rotura
 - 9.9.4. Otros riesgos
- 9.10. Normativa y legislación
 - 9.10.1. Normativas según aplicación
 - 9.10.2. Normativa según sector
 - 9.10.3. Normativa según ubicación

Módulo 10. Diseño de *Packaging*

- 10.1. Introducción al *Packaging*
 - 10.1.1. Perspectiva histórica
 - 10.1.2. Características funcionales
 - 10.1.3. Descripción del sistema-producto y del ciclo de vida
- 10.2. Investigación en el *Packaging*
 - 10.2.1. Fuentes de información
 - 10.2.2. Trabajo de campo
 - 10.2.3. Comparativas y estrategias
- 10.3. *Packaging* estructural
 - 10.3.1. Análisis de las necesidades específicas
 - 10.3.2. Forma, color, olor, volumen y texturas
 - 10.3.3. Ergonomía del envase
- 10.4. Marketing del *Packaging*
 - 10.4.1. Relación del pack con la marca y el producto
 - 10.4.2. Aplicación de imagen de marca
 - 10.4.3. Ejemplos
- 10.5. Comunicación en el *Packaging*
 - 10.5.1. Relación del pack con el producto, el cliente y el usuario
 - 10.5.2. Diseño de sentidos
 - 10.5.3. Diseño de experiencia
- 10.6. Materiales y procesos de producción
 - 10.6.1. Vidrio
 - 10.6.2. Papel y cartón
 - 10.6.3. Metal
 - 10.6.4. Plásticos
 - 10.6.5. Materiales compuestos de materiales naturales
- 10.7. Sostenibilidad aplicada al *Packaging*
 - 10.7.1. Estrategias de ecodiseño
 - 10.7.2. Análisis del ciclo de vida
 - 10.7.3. El pack como residuo



- 10.8. Legislación
 - 10.8.1. Normativa específica: identificación y codificación
 - 10.8.2. Normativa de plásticos
 - 10.8.3. Tendencias en la normativa
- 10.9. Innovación en *Packaging*
 - 10.9.1. Diferenciación con el *Packaging*
 - 10.9.2. Últimas tendencias
 - 10.9.3. *Design for all*
- 10.10. Proyectos de *Packaging*
 - 10.10.1. Casos de estudio
 - 10.10.2. Estrategia de *Packaging*
 - 10.10.3. Ejercicio práctico



Un paso decisivo en tu carrera profesional que te ayudará a desarrollarte como un profesional altamente cualificado en el sector del diseño de producto”

06 Prácticas

Una vez finalizado el periodo teórico, el diseñador tendrá la posibilidad de acceder a una estancia práctica de 120 horas de duración distribuidas a lo largo de 3 semanas. En ella, podrá participar activamente en proyectos industriales y trabajar en conjunto con un equipo de profesionales con una amplia y extensa carrera en el sector. De esta manera, podrá aplicar todo lo aprendido en la primera etapa, incidiendo en el perfeccionamiento de sus competencias a través del trabajo y la resolución de situaciones complejas y reales.





“

Un tutor te guiará durante la estancia práctica, para que puedas sacarle el máximo rendimiento en cada momento”

Este programa en Diseño de Producto ha sido propuesto por TECH con la finalidad de que el egresado pueda contar con una estancia de 3 semanas en un centro de prestigio del sector del diseño y del Marketing. Tendrá lugar de lunes a viernes con jornadas de 8 horas consecutivas, trabajando codo con codo con especialistas adjuntos que le acompañarán en todo momento y le guiarán para que pueda sacarle el máximo rendimiento a esta experiencia. Esta estancia le permitirá participar de manera activa en los proyectos de diseño que se estén desarrollando en ese momento en la empresa, aplicando las estrategias y técnicas más actuales y manejando las herramientas y hardware más sofisticados del sector.

En esta propuesta de capacitación, de carácter completamente práctico, las actividades están dirigidas al desarrollo y perfeccionamiento de las competencias necesarias para la prestación de diseño, planificación y creación de proyectos relacionados con distintos tipos de productos, y están orientadas a la capacitación específica para el ejercicio de la actividad con un alto desempeño profesional.

Es, sin duda, una oportunidad única para adquirir un conocimiento amplio y especializado trabajando en una empresa puntera y moderna, caracterizada por su calidad profesional y por la garantía de éxito de sus proyectos. Además, de que se convertirá en una experiencia fundamental que ayudará al egresado a perfeccionar sus habilidades profesionales y a completar su currículum con un distintivo que lo hará destacar en cualquier proceso de selección de personal.

La estancia intensiva en la empresa le permitirá completar un número mínimo de actividades de prácticas en los servicios diseño y creación, así como en relación a otras áreas del centro: Marketing, Branding, dirección creativa, desarrollo operativa o ecodiseño, lo cual le dará la opción de poner en práctica los procedimientos creativos más innovadores de manera completa.

La parte práctica se realizará con la participación activa del estudiante desempeñando las actividades y procedimientos de cada área de competencia (aprender a aprender y aprender a hacer), con el acompañamiento y guía de los profesores y demás compañeros de entrenamiento que facilite el trabajo en equipo y la integración multidisciplinar como competencias transversales para la praxis del diseño (aprender a ser y aprender a relacionarse).



Formarás parte de un equipo de diseñadores altamente cualificados, y tendrás que trabajar activamente con ellos para sacar adelante los proyectos a través del empleo de las técnicas y estrategias más novedosas”



Los procedimientos descritos a continuación serán la base de la parte práctica de la capacitación, y su realización estará sujeta a la disponibilidad propia del centro y su volumen de trabajo, siendo las actividades propuestas las siguientes:

Módulo	Actividad Práctica
Diseño para la fabricación de productos	Diseñar productos teniendo en cuenta todos los procesos de fabricación por los que debe pasar
	Aplicar una metodología de ingeniería robusta concreta para prever posibles fallos en el diseño del producto
	Desarrollar un proyecto de diseño de producto teniendo en cuenta el <i>Packaging</i> del mismo
Tecnologías digitales para el Diseño de Productos	Realizar imágenes vectoriales avanzadas, con objetos y a color
	Crear una imagen de Mapa de <i>Bits</i> adecuada haciendo uso de herramientas digitales
	Maquetar y exportar nuestro trabajo teniendo en consideración el proceso de impresión
Materiales para el Diseño de Productos y su uso sostenible	Usar materiales metálicos, poliméricos, cerámicos o compuestos para diseñar un producto
	Realizar ensayos no destructivos para evaluar las propiedades y durabilidad del producto
	Aplicar factores de seguridad como fuego, rotura u otros riesgos en el proceso de creación de productos
	Emplear metodologías y técnicas de ecodiseño para generar productos respetuosos con el medioambiente
Marketing e Imagen Corporativa en el Diseño de Productos	Diseñar productos para proyectar la propia imagen corporativa e identidad de la marca
	Aplicar técnicas de mercadotecnia estratégica y operativa de la empresa
	Desarrollar la segmentación del producto para realizar un diseño acorde a la misma

Seguro de responsabilidad civil

La máxima preocupación de esta institución es garantizar la seguridad tanto de los profesionales en prácticas como de los demás agentes colaboradores necesarios en los procesos de capacitación práctica en la empresa. Dentro de las medidas dedicadas a lograrlo, se encuentra la respuesta ante cualquier incidente que pudiera ocurrir durante todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Para ello, esta entidad educativa se compromete a contratar un seguro de responsabilidad civil que cubra cualquier eventualidad que pudiera surgir durante el desarrollo de la estancia en el centro de prácticas.

Esta póliza de responsabilidad civil de los profesionales en prácticas tendrá coberturas amplias y quedará suscrita de forma previa al inicio del periodo de la capacitación práctica. De esta forma el profesional no tendrá que preocuparse en caso de tener que afrontar una situación inesperada y estará cubierto hasta que termine el programa práctico en el centro.



Condiciones generales de la capacitación práctica

Las condiciones generales del acuerdo de prácticas para el programa serán las siguientes:

1. TUTORÍA: durante el Máster Semipresencial el alumno tendrá asignados dos tutores que le acompañarán durante todo el proceso, resolviendo las dudas y cuestiones que pudieran surgir. Por un lado, habrá un tutor profesional perteneciente al centro de prácticas que tendrá como fin orientar y apoyar al alumno en todo momento. Por otro lado, también tendrá asignado un tutor académico cuya misión será la de coordinar y ayudar al alumno durante todo el proceso resolviendo dudas y facilitando todo aquello que pudiera necesitar. De este modo, el profesional estará acompañado en todo momento y podrá consultar las dudas que le surjan, tanto de índole práctica como académica.

2. DURACIÓN: el programa de prácticas tendrá una duración de tres semanas continuadas de formación práctica, distribuidas en jornadas de 8 horas y cinco días a la semana. Los días de asistencia y el horario serán responsabilidad del centro, informando al profesional debidamente y de forma previa, con suficiente tiempo de antelación para favorecer su organización.

3. INASISTENCIA: en caso de no presentarse el día del inicio del Máster Semipresencial, el alumno perderá el derecho a la misma sin posibilidad de reembolso o cambio de fechas. La ausencia durante más de dos días a las prácticas sin causa justificada/médica, supondrá la renuncia las prácticas y, por tanto, su finalización automática. Cualquier problema que aparezca durante el transcurso de la estancia se tendrá que informar debidamente y de forma urgente al tutor académico.

4. CERTIFICACIÓN: el alumno que supere el Máster Semipresencial recibirá un certificado que le acreditará la estancia en el centro en cuestión.

5. RELACIÓN LABORAL: el Máster Semipresencial no constituirá una relación laboral de ningún tipo.

6. ESTUDIOS PREVIOS: algunos centros podrán requerir certificado de estudios previos para la realización del Máster Semipresencial. En estos casos, será necesario presentarlo al departamento de prácticas de TECH para que se pueda confirmar la asignación del centro elegido.

7. NO INCLUYE: el Máster Semipresencial no incluirá ningún elemento no descrito en las presentes condiciones. Por tanto, no incluye alojamiento, transporte hasta la ciudad donde se realicen las prácticas, visados o cualquier otra prestación no descrita.

No obstante, el alumno podrá consultar con su tutor académico cualquier duda o recomendación al respecto. Este le brindará toda la información que fuera necesaria para facilitarle los trámites.

07

¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

Para la elección de las estancias, TECH somete a las empresas a un riguroso y estricto control de calidad el cual garantice que la experiencia del egresado en sus instalaciones vaya a ser tan gratificante y capacitante como se espera. De esta manera, el diseñador que acceda a este Máster Semipresencial contará con la oportunidad de realizar sus prácticas en una gran entidad del sector del diseño y el Marketing digital, caracterizada, no solo, por su prestigio a nivel internacional, sino por la calidad humana de su equipo de profesionales.





“

Trabajar de manera activa y codo con codo con diseñadores especializados es la mejor manera de culminar una titulación que marcará un antes y un después en tu trayectoria profesional”

tech 42 | ¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

El alumno podrá cursar la parte práctica de este Máster Semipresencial en los siguientes centros:



Piensemmarketing

País	Ciudad
Argentina	Río Negro

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

Agencia de marketing y comunicación
social y digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:

- Creación y Emprendimiento en la Empresa Digital
- MBA en Marketing Digital





“

Impulsa tu trayectoria profesional con una enseñanza holística, que te permite avanzar tanto a nivel teórico como práctico”

08

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: **el Relearning**.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine***.



“

Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización”

Estudio de Caso para contextualizar todo el contenido

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

“

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo”



Accederás a un sistema de aprendizaje basado en la reiteración, con una enseñanza natural y progresiva a lo largo de todo el temario.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

El presente programa de TECH es una enseñanza intensiva, creada desde 0, que propone los retos y decisiones más exigentes en este campo, ya sea en el ámbito nacional o internacional. Gracias a esta metodología se impulsa el crecimiento personal y profesional, dando un paso decisivo para conseguir el éxito. El método del caso, técnica que sienta las bases de este contenido, garantiza que se sigue la realidad económica, social y profesional más vigente.

“*Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores facultades del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitieran juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

TECH aúna de forma eficaz la metodología del Estudio de Caso con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos el Estudio de Caso con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los directivos del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina Relearning.

Nuestra universidad es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019, conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores de la mejor universidad online en español.



En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu capacitación, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.



Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.



Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.



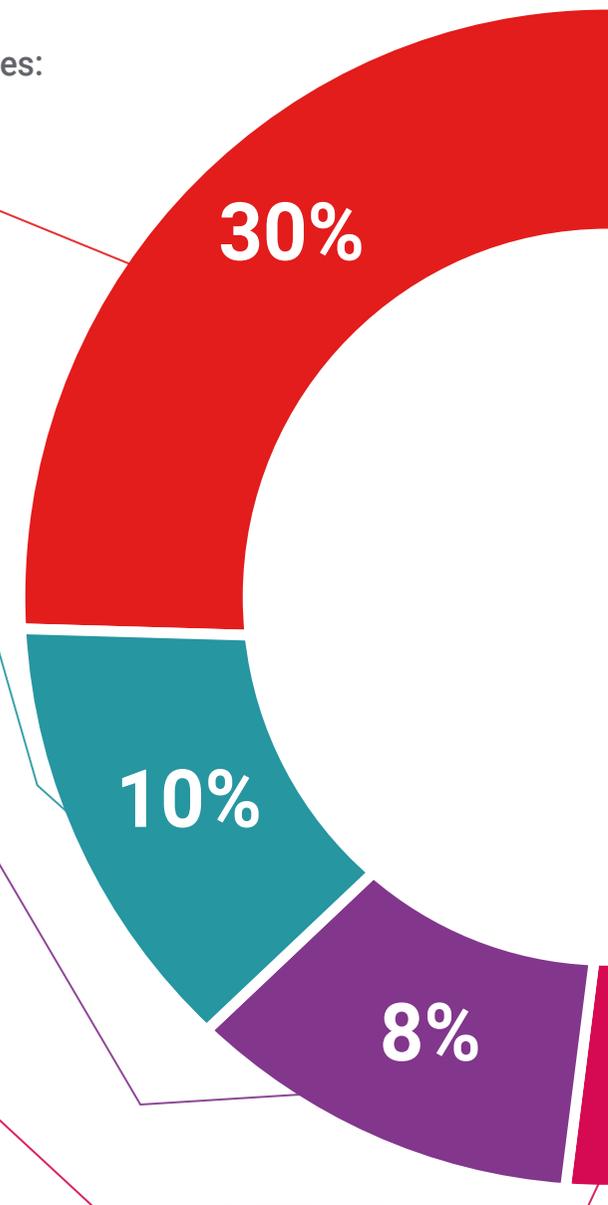
Prácticas de habilidades y competencias

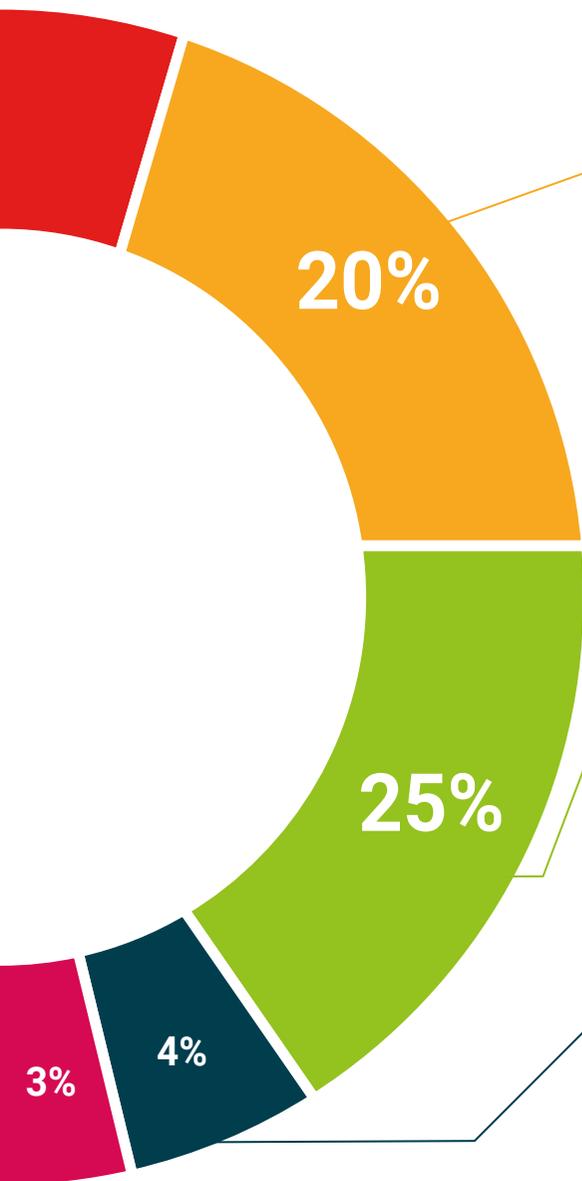
Realizarán actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores casos de estudio elegidos expresamente para esta titulación. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.



Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

Este exclusivo sistema educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.



09

Titulación

El Título de Máster Semipresencial en Diseño de producto garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Semipresencial expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster Semipresencial en Diseño de Producto** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra (*boletín oficial*). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

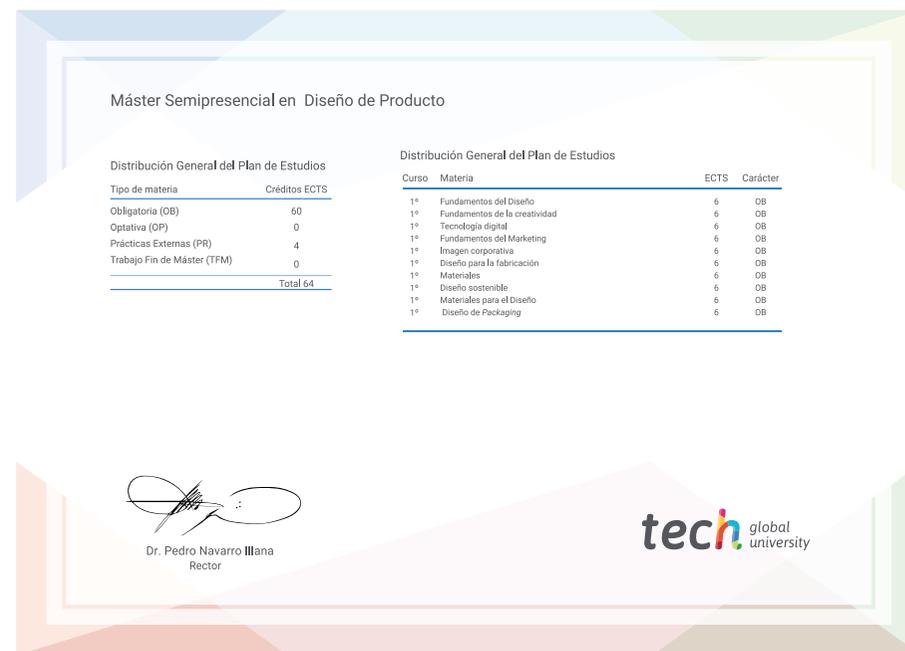
Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

Título: **Máster Semipresencial en Diseño de Producto**

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**

Duración: **12 meses**

Reconocimiento: **60 + 4 ECTS**



*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Global University realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.



Máster Semipresencial Diseño de Producto

Modalidad: Semipresencial (Online + Prácticas)

Duración: 12 meses

Titulación: TECH Global University

Créditos: 60 + 4 ECTS

Máster Semipresencial

Diseño de producto

