Máster Semipresencial
Diseño de Packaging

TECH es miembro de:

the Design Society
a worldwide community

tech global university

Máster Semipresencial
Diseño de Packaging

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Global University**
Créditos: **60 + 4 ECTS**
Acceso web: www.techtitute.com/diseno/master-semipresencial/master-semipresencial-diseno-Packaging

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 ¿Por qué cursar este Máster Semipresencial? — pág. 8

03 Objetivos — pág. 12

04 Competencias — pág. 18

05 Dirección del curso — pág. 22

06 Estructura y contenido — pág. 30

07 Prácticas — pág. 40

08 ¿Dónde puedo hacer las Prácticas? — pág. 46

09 Metodología de estudio — pág. 50

10 Titulación — pág. 60

01

Presentación

La competencia comercial obliga a las compañías a marcar diferencias con el fin de llamar la atención del cliente y ser, definitivamente, las elegidas a la hora de la compra o la contratación. Una de las técnicas que más éxitos ha cosechado es el diseño atractivo del *packaging*, razón por la que las empresas demandan, cada vez con más frecuencia, la presencia de profesionales que la dominen. En base a ello, TECH ha considerado necesaria la creación de este completísimo programa que aúna, en una única titulación, el mejor y más moderno contenido teórico y una estancia práctica de 3 semanas en un centro de prestigio del área del diseño y el Marketing. Sin dudas, una oportunidad que permitirá al egresado dar un salto cualitativo en su carrera en tan solo 12 meses.

El Packaging se ha convertido es una estrategia fundamental para garantizar el éxito de cualquier campaña. Especialízate en esta técnica y triunfa en el sector del diseño"

La buena imagen se ha convertido, hoy en día, en un requisito fundamental para garantizar el éxito de cualquier empresa. Actualmente, la competencia que existe en el mercado es muy grande, razón por la que los equipos creativos deben trabajar intensamente para crear campañas que marquen la diferencia con respecto al resto, que los hagan destacar. Y es que llamar la atención del cliente se ha convertido en uno de los principales objetivos de las compañías porque, en la actualidad, la funcionalidad o la calidad no son suficientes si no cuentan con una imagen diferente y distinguible.

Por ese motivo, la importancia que ha tomado el embalaje en los últimos años ha sido muy grande, ya que permite plasmar la identidad de la empresa a través de los colores y las formas de manera diversa y amplia. Con el objetivo de que el especialista en diseño pueda adquirir un conocimiento amplio y especializado sobre esta técnica tan demandada en la industria, TECH y su equipo ha desarrollado este completísimo Máster Semipresencial en Diseño de Packaging.

Se trata de un programa que aúna, de manera intensiva, el mejor contenido teórico, elaborado por el equipo docente, expertos en el área con una amplia y dilatada trayectoria profesional, el material adicional más variado y completo y la posibilidad de realizar una estancia práctica de 3 semanas en una empresa de referencia del sector.

Durante los 12 meses en los que se desarrolla la titulación, el egresado ahondará en las claves del diseño, la estructuración y la ilustración del *packaging*, a través del empleo de las herramientas y softwares más novedosos. Es, por lo tanto, una oportunidad única de cursar una titulación que le aportará las habilidades necesarias para convertirse en un profesional del diseño destacable y con la cual podrá perfeccionar sus competencias creativas de manera altamente capacitante. En adición, un prestigioso Director Invitado Internacional impartirá 10 exclusivas *Masterclasses*.

Este **Máster Semipresencial en Diseño de Packaging** 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
- Estrategias de marketing, diseño de marca y narrativas expresivas que otorguen mayor valor simbólico y comercial al producto y su envoltorio
- Discusión de casos reales, exitosos dentro de la industria del Packaging, mediante los cuales el alumno se actualizará y desarrollará una completa visión de mercado
- Planes integrales para la incorporación de aditamentos inteligentes al producto y su envoltorio que garanticen una información y uso personalizado de estos
- 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

Un reconocido Director Invitado Internacional ofrecerá 10 intensivas Masterclasses que ahondarán en las nuevas tendencias en Diseño de Packaging"

Dispondrás del mejor y más moderno temario, que incluye estrategias de éxito para desarrollar diseños de embalajes atractivos y adaptados a la demanda actual del mercado"

En esta propuesta de Máster, de carácter profesionalizante y modalidad semipresencial, el programa está dirigido a la actualización de profesionales del diseño que requieren de un alto nivel de cualificación. Los contenidos están basados en la última evidencia del sector, y orientados de manera didáctica para integrar el saber teórico en la práctica creativa, y los elementos teórico-prácticos facilitarán la actualización del conocimiento y permitirán la toma de decisiones en la creación, gestión, participación y dirección de proyectos.

Gracias a su contenido multimedia elaborado con la última tecnología educativa, permitirán al profesional del diseño un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un aprendizaje inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales. El diseño de este programa está basado en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del mismo. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Contarás con materiales adicionales que incluyen vídeos al detalle y tutoriales de Adobe Illustrator, para que dominar el diseño vectorial te resulte una tarea sencilla y dinámica de realizar.

Podrás conocer al detalle los materiales recomendados en el ecodiseño y los procesos de reciclaje, y así definirte con un diseñador comprometido con el medioambiente a través de tus trabajos.

02

¿Por qué cursar este Máster Semipresencial?

Este Máster Semipresencial es de vital importancia para todos aquellos especialistas que deseen actualizar sus conocimientos en cuanto al Diseño de Packaging. A través de este innovador programa, ideado por TECH, los alumnos dominarán tendencias operativas como la inclusión de materiales biodegradables, compostables o comestibles para la creación de envoltorios más amigables con el medio ambiente. Asimismo, esta titulación dispone de una estancia práctica, única de su tipo en el mercado educativo por su alcance internacional, que facilita a los estudiantes una asimilación rápida y flexible de las herramientas digitales y técnicas operativas indispensables para este ámbito profesional.

El Diseño de Packaging se ha convertido en una especialidad altamente demandada por las empresas que buscan personalizar sus marcas. Este programa de estudios es idóneo para que domines sus estándares internacionales"

1. Actualizarse a partir de la última tecnología disponible

Para desarrollar envoltorios más sofisticados y personalizados, las nuevas tecnologías digitales han comenzado a tener un peso significativo. Por eso, gracias a esta titulación, los alumnos de TECH ahondarán en el uso de la Inteligencia Artificial, el procesamiento de datos del consumidor y otras técnicas complejas para el diseño de Packaging. Esos conocimientos teóricos y prácticos les valdrán oportunidades de empleo competitivas y exigentes donde resaltarán por encima de otros expertos en el mercado laboral.

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

A lo largo de esta capacitación, los estudiantes contarán con un equipo docente de excelencia que les brindarán su guía personalizada en todo momento. Esos profesores han elegido los contenidos del temario a partir de sus experiencias prácticas cotidianas, con lo cual, la titulación dispone de un profundo análisis de las problemáticas más comunes del ejercicio laboral cotidiano.

3. Adentrarse en entornos de gran prestigio en el ámbito del diseño de packaging

En un segundo momento de este programa, TECH ha previsto las necesidades de sus estudiantes en cuento al manejo de las herramientas tecnológicas más complejas del sector del diseño de packaging. Por eso, ha previsto una estancia práctica donde los alumnos trabajaran, codo a codo, con destacados expertos de ese campo profesional y en empresas de gran envergadura internacional.

4. Combinar la mejor teoría con la práctica más avanzada

A nivel académico, pocos programas de estudio consiguen unificar el campo teórico con la actividad práctica con mayor excelencia que otros competidores de TECH. A partir de su modelo de Máster Semipresencial, los alumnos consiguen un dominio holístico de las tendencias y técnicas plasmadas en sus contenidos educativos. Asimismo, disponen de 3 semanas de actividad intensiva en un centro de prestigio para aplicar en la dinámica productiva todo lo aprendido.

5. Expandir las fronteras del conocimiento

Esta capacitación aspira a que todos sus alumnos puedan ampliar sus horizontes profesionales desde una perspectiva internacional. Esto es posible gracias a la amplitud de contactos y colaboradores al alcance de TECH, la universidad digital más grande del mundo. De ese modo, los estudiantes tendrán la posibilidad de interactuar con expertos de diversas latitudes y reconocer con estándares globales de producción de packaging.

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

03

Objetivos

La demanda actual de profesionales del diseño que dominen las últimas estrategias y técnicas de embalajes creativos es lo que ha motivado a TECH y a su equipo para diseñar este completísimo programa. Por ello, el objetivo del mismo es aportarle al egresado las herramientas académicas más novedosas y el temario más completo que le permita, no solo conocer al detalle los entresijos del diseño del packaging, sino manejar a la perfección sus herramientas. De esta manera, serán capaces de crear, participar y dirigir proyectos de Marketing y *branding* con total garantía de éxito y en base a las necesidades y demandas del mercado actual.

El objetivo de TECH con este programa es que seas capaz de alcanzar el éxito profesional en la industria del diseño a través de la superación de la titulación más completa del mercado académico"

Objetivo general

- Esta Capacitación Práctica ha sido diseñada con el objetivo de que el egresado tenga la oportunidad de cursar una titulación que le permita dominar las herramientas de diseño de packaging e ilustración digital a través de los programas más sofisticados y novedosos del sector. Además, adquirirá las habilidades necesarias para la creación de una identidad visual conceptual exitosa y adaptada a toda clase de productos, incidiendo, también, en la gestión de proyectos y portafolios personalizados. Por otro lado, la finalidad de la estancia es que logre asimilar la cadena de valor del objeto de manera integral, desde su diseño hasta la apertura del paquete en el domicilio o la venta en tienda

Objetivos específicos

Módulo 1. Diseño e Ilustración con Adobe Illustrator

- Integrar las herramientas de Adobe Illustrator en el diseño de packaging de un producto
- Gestionar la tipografía para el diseño del etiquetado
- Dominar el uso de la paleta de colores para su correcta impresión
- Generar armonía en el diseño y ejecutar las herramientas con personalidad integrando los valores de la marca
- Incorporar el flujo de trabajo del diseño digital al proyecto de *packaging*

Módulo 2. Ilustración vectorial de *packaging* en Adobe Illustrator

- Incorporar el uso de gráficos vectoriales para el diseño digital con Adobe Illustrator
- Aplicar y seleccionar las herramientas necesarias para la producción de un proyecto de *packaging*
- Dominar la tipografía y el *lettering* para el diseño de etiquetas y logotipos
- Crear fotomontajes que muestren el producto final en 3D y recreen el escenario final
- Gestionar el diseño de *packaging* en todas sus etapas: desde la creación de un volumen sobre un espacio en blanco hasta su impresión con todas las capas

Módulo 3. Ecodiseño: materiales para el Diseño de Packaging

- Profundizar en el funcionamiento de la economía circular en relación al diseño de *packaging*
- Dominar los materiales biodegradables y el proceso de reciclaje
- Gestionar las decisiones de diseño orientándose hacia la segunda vida del envase
- Concienciar del uso del plástico y de la necesidad de la reducción de la huella de carbono para que preservemos el medio ambiente
- Optimizar el proceso de diseño de *packaging* convirtiéndonos en diseñadores conscientes

Módulo 4. La Estructura del *packaging*

- Dominar las técnicas de creatividad y de composición estructural basándonos en la cultura del *packaging*
- Generar un concepto específico que responda a una identidad universal basada en la coherencia con el propósito de la marca
- Aplicar las técnicas de investigación en el entorno físico y digital estableciendo unas directrices de diseño
- Manejar el *lettering* y la tipografía para la confección de etiquetas de envasado
- Profundizar en la experiencia sensorial y trascender a la nueva realidad virtual del *packaging*

Módulo 5. *Packaging* de joyería y cosmética

- Incorporar las necesidades del consumidor de cosmética del público tradicional y de los emergentes entendiendo que el *packaging* cosmético es la diferencia entre la adquisición de un producto en la mayoría de las ocasiones
- Dominar las técnicas de diseño durante todo el proceso del *packaging* alineando embalaje exterior, interior y de producto
- Ampliar el criterio para la aplicación de estilos en el ámbito cosmético, ya que el diseño de *packaging* se encuentra muy definido y polarizado
- Gestionar las técnicas de *packaging* experimental creativo aumentando la exclusividad a través del valor del envase
- Generar nuevos diseños en base al diseño de *packaging* de joyería teniendo en cuenta las líneas primordiales del diseño en el sector del lujo

Módulo 6. *Packaging* gourmet y vinos

- Incorporar las tradiciones familiares y la recreación de los buenos momentos en un producto que se concibe como parte inmaterial del patrimonio cultural de nuestro país
- Manejar la casuística y los aspectos técnicos del embalaje de vinos y productos gourmet encontrando un equilibrio entre el diseño funcional y la estética
- Dominar los materiales que componen el *packaging* de producto como los tapones, el vidrio y el embalaje secundario
- Diseñar la etiqueta respondiendo a una arquitectura de la información que contempla los sellos de calidad y que refleja la personalidad de la marca
- Gestionar la experiencia de usuario entendiendo que se trata de una experiencia sensorial en la que el sentido del gusto ha de entrar también por los ojos

Módulo 7. Embalaje y diseño en Gran Consumo

- Generar transparencia y eficiencia en el empaquetado de alimentos, determinantes en el correcto desarrollo de nuestra salud física
- Incorporar las técnicas de nano tecnología y *packaging* interactivo al mercado del Gran Consumo como parte de una estrategia de innovación constante
- Asimilar las necesidades del producto alimenticio y sus condiciones de conservación, transporte y almacenaje
- Analizar los resultados del diseño del envasado desde una perspectiva funcional y también estética
- Gestionar las tendencias de la personalización en el campo del diseño dirigidas a las marcas y al público de Gran Consumo

Módulo 8. Marketing y *branding* para *packaging*

- Integrar el uso de los datos en la estrategia creativa del *packaging*
- Dominar la comunicación estratégica y de valor para que el briefing sobre el diseño del envase sea exitoso
- Crear valor a través de la proyección de una identidad de marca que puede cambiar con el tiempo desde la flexibilidad y la versatilidad
- Añadir la experiencia de usuario en el entorno digital al *packaging* tradicional de las tiendas físicas
- Asimilar el uso de la inteligencia artificial como soporte y la evaluación y el análisis del comportamiento para el desarrollo de un pensamiento crítico

Módulo 9. Dirección creativa

- Fomentar el desarrollo de las habilidades artísticas entendiendo el uso de los códigos visuales y su mensaje
- Aplicar todo lo aprendido hasta el momento para el desarrollo de un portafolio personal y un briefing sobre nuestros diseños
- Encajar la narrativa visual en la estrategia de marca
- Incorporar las técnicas artísticas más avanzadas como el cadáver exquisito o la hipergrafía
- Gestionar el espacio, las estructuras y los volúmenes, así como la gama cromática en un todo y no por separado

Módulo 10. Desarrollo operativo del *packaging*

- Identificar el papel del diseño dentro de la cadena de suministro de la mercancía
- Gestionar las técnicas de desarrollo, prototipado de producto y testado para aplicarlas al diseño de *packaging*
- Aumentar la capacidad de visión del alumno a la hora de diseñar gracias a una perspectiva global del "viaje del paquete"
- Incorporar todo el conocimiento legal y regulatorio sobre el uso y explotación de la propiedad intelectual
- Dominar su papel de diseñador y mejorar sus relaciones laborales

"Contarás con varios módulos dedicados específicamente al diseño de packaging de productos como joyería, cosmética, vinos o alimentos gourmet, para que adquieras un conocimiento especializado de cada uno de ellos"

04

Competencias

El planteamiento de este Máster Semipresencial en Diseño de Packaging se ha realizado con la finalidad de que el egresado pueda perfeccionar sus habilidades y competencias profesionales a través de la adquisición de un conocimiento exhaustivo, especializado y actual sobre este sector de la industria del diseño. De esta manera, podrá desarrollar sus aptitudes y demostrar su calidad creativa a través de la creación de proyectos atractivos y distinguidos y basados en el dominio del área.

Profundizarás en el embalaje dirigido al gran consumo, haciendo especial hincapié en el packaging interactivo y en la relación producto-cliente"

Competencias generales

- Desarrollo de la comunicación verbal y visual a través del dominio del briefing y las tendencias en el diseño de *packaging*
- Aumento de la creatividad gracias al uso de técnicas de dirección artística y conceptual aplicadas al embalaje de producto
- Capacitación analítica en la observación, integración y evaluación de las estrategias de branding que se generan en el entorno del envasado
- Adquisición de conocimientos sobre el mercado de *packaging* cosmético y de joyería, así como del vino y los productos gourmet y el Gran Consumo
- Destreza en las técnicas de ilustración y diseño asistido por ordenador con el programa Adobe Illustrator
- Conocimiento integral de la cadena de valor del *packaging* e integración con el producto para aumentar su valor en el mercado

Competencias específicas

- Expresar ideas de forma creativa y funcional a través de la herramienta Adobe Illustrator
- Desarrollar conceptos creativos de acuerdo a un criterio propio y ajustado a las necesidades del producto y el mercado
- Conocimiento avanzado sobre los estilos de diseño adecuados a cada tipo de productos en sectores como el gourmet, cosmética, joyería y gran consumo
- Desarrollar un diseño de *packaging* sostenible y más responsable con el medio ambiente
- Trascender a la implementación de la realidad virtual como nuevo elemento para el logro de novedosos conceptos
- Dominar los estilos de diseño en cada uno de los sectores a aplicarlo: lujo, gourmet o gran consumo
- Desenvolverse en el campo de la investigación de mercado del producto, para el aprovechamiento de los datos en el desarrollo del diseño
- Integrar las nuevas tecnologías para brindar una mejor experiencia al usuario final a través del *packaging*
- Generar un correcto desempeño operativo en su función como diseñador en armonía con el entorno

05

Dirección del curso

Tanto para la dirección como para la docencia de este Máster Semipresencial, TECH ha reunido a un claustro versado en el diseño y el Marketing. Se trata de un equipo de profesionales con una amplia y dilatada trayectoria laboral en la participación de proyectos creativos de diferentes niveles. Pero si hay algo que caracteriza a este claustro, es, sin duda, su calidad humana, la cual se verá reflejada en la exhaustividad con la que ha sido desarrollado el temario y en el carácter crítico y vanguardista que le han aportado.

Contarás con la posibilidad de solicitar tutorías individualizadas con el equipo docente para resolver cualquier duda que te surja durante el transcurso de la titulación"

Director Invitado Internacional

Laura Moffitt es una reconocida **Diseñadora** altamente especializada en **estrategias de empaques y desarrollo de marcas a nivel global**. Con una sólida experiencia en la dirección creativa en el ***packaging* innovador**, ha trabajado con equipos multifuncionales para dar vida a las marcas a través de una visión creativa y coherente. Su enfoque en las tendencias de proyectos y su pasión por la excelencia la han llevado a superar los límites de lo convencional, aportando a la industria una visión innovadora.

A lo largo de su carrera, ha ocupado roles clave en empresas de renombre, entre los que destaca la **Dirección de Diseño de Empaques en *Youth to the People*** en L'Oréal. De esta forma, se ha encargado de lidera la conceptualización y ejecución de diseños de empaques, colaborando con **equipos de Marketing**, desarrollo de productos y proveedores para garantizar una experiencia de *Branding* coherente a la par que eficiente.

Cabe destacar que ha sido reconocida a escala internacional por su capacidad para elevar la presencia de las instituciones con las que ha trabajado. En este sentido, su papel ha sido muy importante en el desarrollo de **estrategias de empaques globales** y en la proposición de **colecciones visualmente atractivas** que conectan con el **consumidor**. Además de su trayectoria en el sector, ha sido galardonada por su enfoque novedoso y ha impulsado numerosas iniciativas de mejora continua que han marcado hitos en la industria.

También, ha contribuido al desarrollo de investigaciones y análisis de **tendencias del mercado**, lo que le ha permitido mantenerse a la **vanguardia de la Industria del Diseño**. Ha desarrollado maquetas de alta fidelidad, **representaciones 3D de empaques** y artículos promocionales, y ha diseñado activos digitales. Su enfoque investigativo le ha permitido colaborar en el lanzamiento de nuevos productos que destacan por su funcionalidad y estética.

Dña. Moffitt, Laura

- Directora de Diseño de Packaging en L'Oréal, Los Ángeles, Estados Unidos
- Diseñador Senior (Juventud para el Pueblo) en L'Oréal
- Diseñadora de Packaging en L'Oréal
- Diseñadora de envases en Youth To The People
- Diseñadora visual senior Beats by Dr. Dre (Apple)
- Diseñadora Gráfico en FAM Brands
- Pasante de Diseño Gráfico en Dibujando de memoria
- Pasante de Marketing en Bonhams
- Especialista en Diseño Gráfico en Instituto Pratt
- Grado en Diseño de Comunicación, con especialidad en Diseño Gráfico por Pratt Institute

"Gracias a TECH podrás aprender con los mejores profesionales del mundo"

Dirección

Dra. García Barriga, María

- Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- Comunicadora en RTVE
- Comunicadora en Telemadrid
- Docente Universitaria
- Autora de *El patrón de la eternidad*, creación de una Identidad en Espiral para la Automatización de Tendencias de Moda
- Comunicación, Marketing y Campañas Sociales, Patrimonio de las Artes y Marketing Digital
- Editor en Jefe de Chroma Press
- Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- Redactor de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- Doctorado, Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- Licenciado en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid
- Posgrado en Marketing y Comunicación en Empresas de Moda y Lujo por la Universidad Complutense de Madrid
- Certificada en *Data Analysis & Creativity* con Python, China
- MBA *Fashion Business School* en la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Profesores

Dra. Gárgoles Saes, Paula

- Doctora, Investigadora y Consultora Especialista en Moda, Comunicación y Sostenibilidad
- Profesora Investigadora en la Escuela de Comunicación y Jefa de la Academia de Comunicación Corporativa en la Universidad Panamericana, Ciudad de México
- Consultora de Comunicación y Sostenibilidad en Ethical Fashion Space, Ciudad de México
- Periodista de Moda en la agencia Europa Press y en la revista digital Asmoda
- Especialista en Moda en el Fashion Institute of Tecnology de Nueva York y en el laboratorio de tendencias Future Concept Lab de Milán
- Título Propio en Comunicación y Gestión de la Moda del Departamento de Comunicación, Centro Universitario Villanueva e ISEM Fashion Business School
- Doctora *Cum Laude* en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra, con la tesis *Modelo reputacional para el sector de la moda*
- Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid
- *Executive Fashion* MBA por ISEM Fashion Business School

Dña. Merinero Gómez, Esther

- Artista Profesional Independiente
- Directora de Arte de la Feria Internacional de Arco
- Dirección Artística en Proyectos como The Koppel Project Gallery y Costa del Sol
- Graduada en Bellas Artes, Chelsea College of Art and Design
- *Sculpture MA,* Royal College of Arts de Londres

Dña. Sigüenza, Eva

- Consultora en Agencias de Comunicación y Relaciones Públicas en *Lifestyle*
- Coordinadora de Relaciones Públicas en Panerai
- Consultora de Marketing y Relaciones Públicas en OmnicomPRGroup
- Directora de Cuentas en Agencia TTPR
- Ejecutiva de cuentas en Ogilvy Public Relations Worldwide
- Especialista en Campañas para el sector del lujo y la alta relojería, con clientes como Panerai
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Europea de Madrid
- Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico por EAE Business School

Dra. Macías, Lola

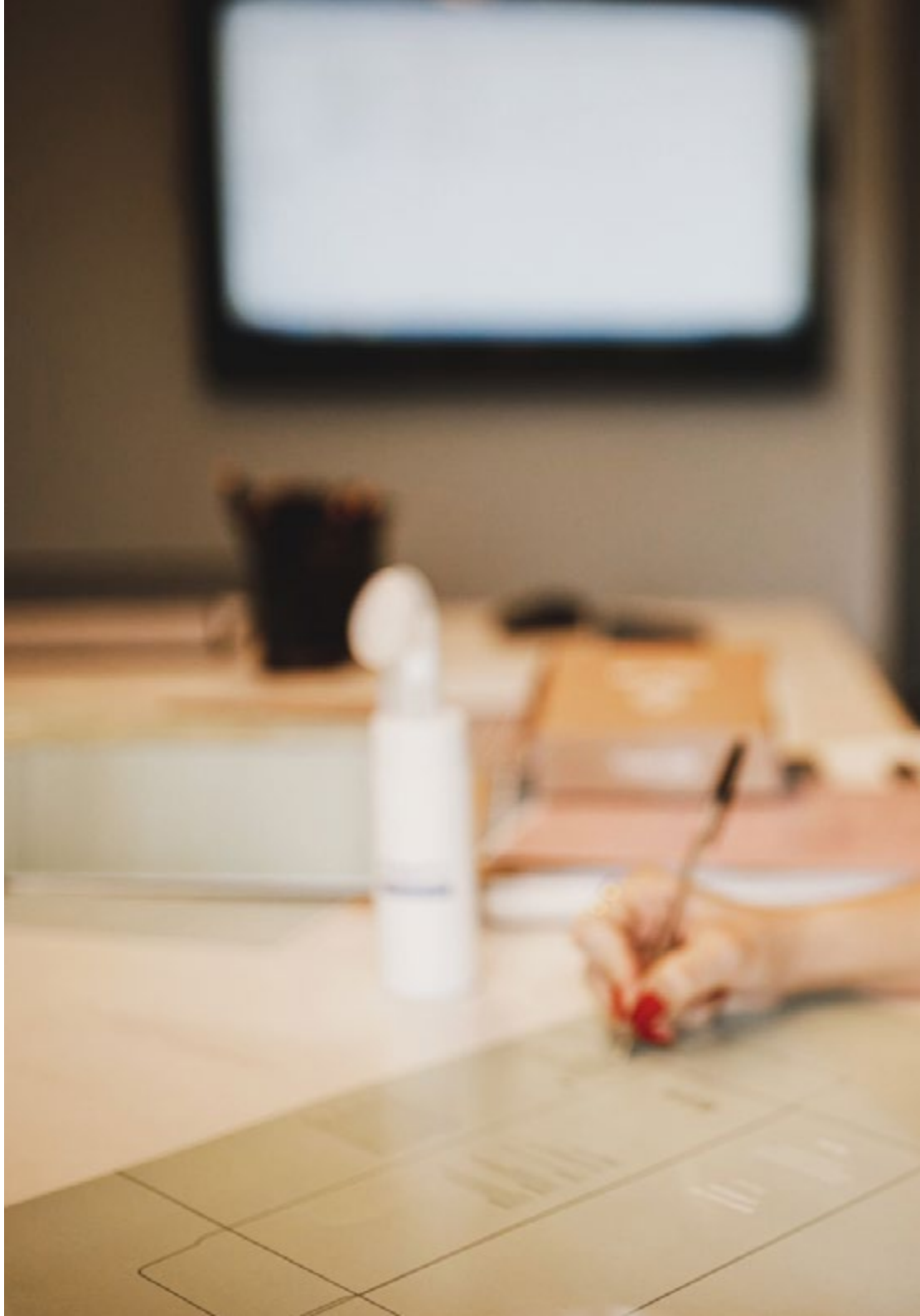
- Consultora de Internacionalización de Empresas en *Thinking Out*
- Consultora de Internacionalización homologada en el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial
- Coordinadora del Observatorio de Mercado Textil en AITEX
- Profesora de Comercio Internacional y Marketing y Publicidad en la Universidad Europea de Valencia
- Profesora de Internacionalización y Gestión Estratégica Empresarial en la Universidad CEU Cardenal Herrera
- Doctora en Marketing por la Universidad de Valencia
- Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia
- Máster en Gestión y Administración de la Empresa Comercial por la Universidad de París
- Máster Universitario en Formación del Profesorado de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional por la Universidad Católica de Valencia
- Máster en Moda, Gestión del Diseño y Operaciones por AITEX

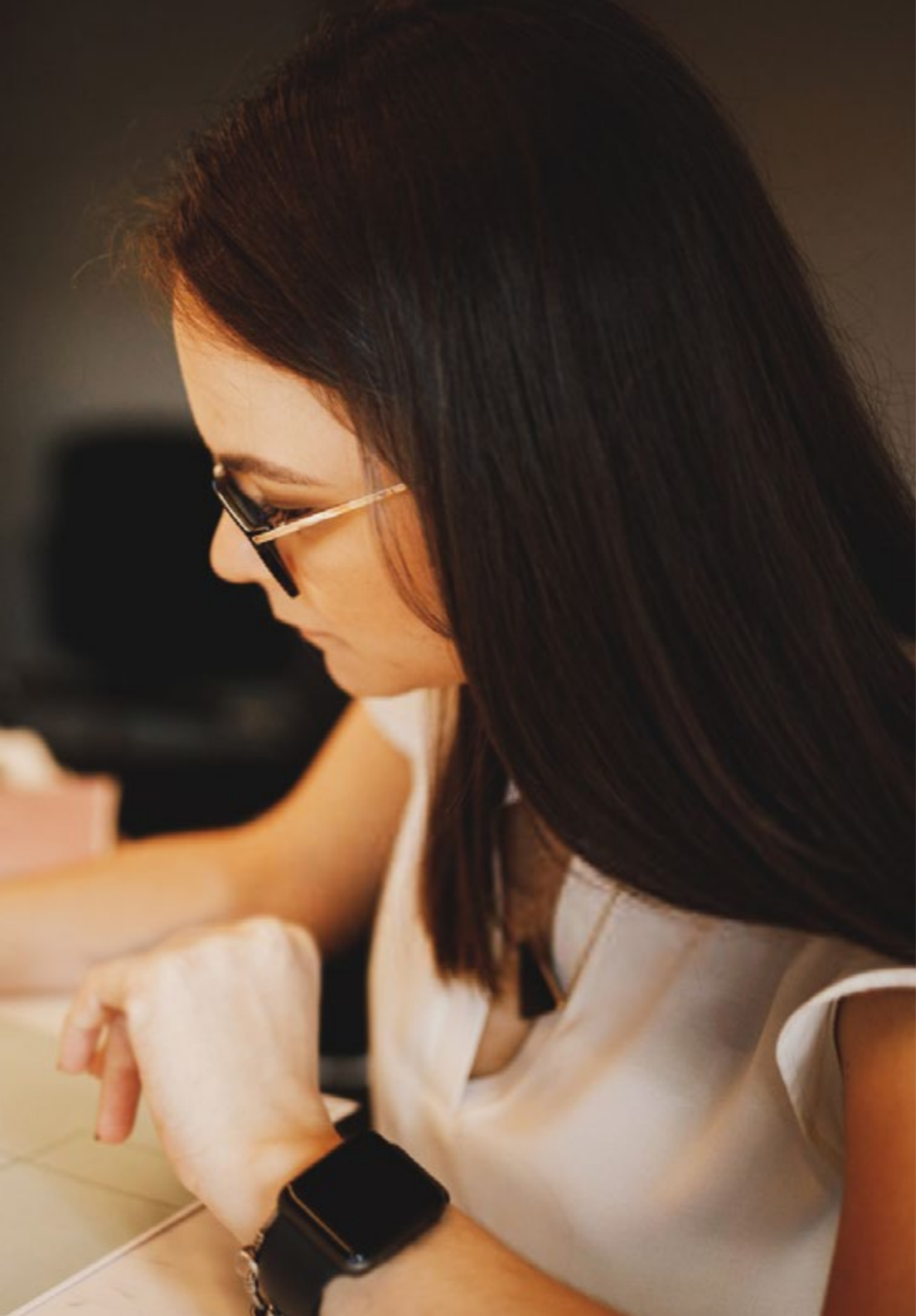
Dña. Miñana Grau, Mari Carmen

- Diseñadora Textil en Petite Antoinette
- Diseñadora en la firma Donzis Estudios
- Diseñadora en SummonPress
- Patronista en Valentín Herraiz
- Graduada en Diseño de Moda por Barreira Arte y Diseño
- Experta en Diseño Digital con Adobe Illustrator
- Especialidad en Patronaje, Corte y Confección de Indumentaria Valenciana por Aitex Paterna

D. Holgueras, Javier

- Planificador de Gestión de la Cadena de Suministro en Zalando
- Analista Comercial para Apple en su sede de Irlanda
- Gerente de Mercados para Kellogg's
- Planificador de Ingresos por Ventas y Desarrollo en Mondelēz International
- Administrador de Ejecución para Colgate-Palmolive
- Máster en *Big Data* y Análisis de Negocios por la Escuela de Organización Industrial de Madrid
- Máster en Ingeniería Industrial por la Universidad de Valladolid
- Grado en Economía por la Universidad Nacional de Educación a Distancia





Dña. Romero Monente, Begoña

- Directora General de la agencia Young Promotion
- Mentora personal y Coach para Emprendedores
- Conferenciante y Docente en diversos cursos de *Retail Management*, Marketing Digital y Gestión de Personas
- Coordinadora en la Airport Promotion Agencies Association
- Locutora, Redactora y Responsable de Comunicación en distintos medios *on/off*
- Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga
- Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Oberta de Catalunya
- Máster en Marketing por la Universitat Oberta de Catalunya
- MBA en ISEM Fashion Business School de la Universidad de Navarra
- Coach certificado en la Escuela Europea de Coaching

"Aprovecha la oportunidad para conocer los últimos avances en esta materia para aplicarla a tu práctica diaria"

06

Estructura y contenido

Para la elaboración del plan de estudios de este Máster Semipresencial, TECH ha tenido en cuenta el criterio del equipo docente, el cual se ha encargado de seleccionar la información que posteriormente ha sido incluida en el temario. Todo el contenido, ha sido adaptado a la prestigiosa y efectiva metodología pedagógica del *Relearning*, con el objetivo de que el egresado pueda disfrutar de una experiencia académica dinámica y en la que no tenga que invertir horas de más en memorizar. Por último, también se ha incluido material adicional variado, para que pueda contextualizar cada apartado y profundizar en los conceptos que más le interesen.

Tendrás acceso al Aula Virtual las 24 horas del día y desde cualquier dispositivo con conexión a internet, para que puedas conectarte siempre que quieras y desde cualquier lugar"

Módulo 1. Diseño e Ilustración con Adobe Ilustrator

1.1. Preparación del espacio de trabajo
- 1.1.1. ¿Qué es un gráfico vectorial?
- 1.1.2. Nuevo Documento. Espacio de trabajo
- 1.1.3. Interfaz

1.2. Área de Trabajo
- 1.2.1. Herramientas disponibles
- 1.2.2. Reglas, guías. Cuadrículas
- 1.2.3. Las mesas de trabajo

1.3. Trazados
- 1.3.1. Figuras geométricas
- 1.3.2. Selección y selección Directa
- 1.3.3. Trazo

1.4. Color
- 1.4.1. Color y cuentagotas
- 1.4.2. Lápiz
- 1.4.3. Pincel

1.5. Transformación de formas
- 1.5.1. Borrador, tijera y cuchilla
- 1.5.2. Deformar, escalar y distorsión
- 1.5.3. Alinear y agrupar. Capas

1.6. Color y atributos de rellenos
- 1.6.1. Pluma
- 1.6.2. Manejadores y vértices interactivos
- 1.6.3. Bibliotecas de color

1.7. Formas
- 1.7.1. Degradado y transparencia. Fusión
- 1.7.2. Buscatrazos
- 1.7.3. Calco Interactivo

1.8. Las Letras
- 1.8.1. Instalar el gestor tipográfico y las tipografías. Carácter y párrafo
- 1.8.2. Herramienta de texto
- 1.8.3. Contornear, modificar y deformar el texto. Expandir y desplazamiento

1.9. Gama cromática
- 1.9.1. Gama cromática
- 1.9.2. Tipografía y jerarquías. Imagotipo
- 1.9.3. Creación de un patrón y muestra

1.10. Artes finales
- 1.10.1. Formatos para papel y formatos para web
- 1.10.2. Exportar para imprenta
- 1.10.3. Exportar a medios digitales

Módulo 2. Ilustración vectorial de *packaging* en Adobe Illustrator

2.1. El gráfico vectorial
- 2.1.1. Nuevo documento. Espacio de trabajo
- 2.1.2. Herramientas generales
- 2.1.3. El color

2.2. Artes finales
- 2.2.1. Formatos para papel y formatos para web
- 2.2.2. Exportar para imprenta
- 2.2.3. Exportar a medios digitales

2.3. Herramientas ilustración Ai
- 2.3.1. Combinaciones de herramientas para la ilustración en Ai
- 2.3.2. Composiciones vectoriales
- 2.3.3. Tipografías

2.4. lustración digital
- 2.4.1. Referentes de ilustración Ai
- 2.4.2. La técnica del calco vectorial y sus derivados
- 2.4.3. Aplicación de la ilustración al *packaging* (*In focus: dieline*)

2.5. Fuentes
- 2.5.1. Optimización del tiempo (páginas con motivos Ai gratuitos)
- 2.5.2. Versiones y modificación (dibujo vectorial)
- 2.5.3. Ventajas de Ai frente a Photoshop en ilustración digital

2.6. Formatos
- 2.6.1. Diseño sobre un formato predeterminado
- 2.6.2. Creación del formato desde 0
- 2.6.3. Nuevos formatos y aplicaciones

2.7. Materiales
- 2.7.1. Materiales habituales y sus aplicaciones
- 2.7.2. El *packaging* como objeto de deseo
- 2.7.3. Nuevos materiales

2.8. *Packaging* físico
- 2.8.1. Etiquetas
- 2.8.2. Cajas
- 2.8.3. Notas de agradecimiento/invitaciones
- 2.8.4. Envoltorios

2.9. *Packaging* digital
- 2.9.1. News letters
- 2.9.2. *Banners* y web
- 2.9.3. El formato Instagram

2.10. *Moke-up*
- 2.10.1. Integración de un *moke-up*
- 2.10.2. Portales de *moke-up* gratuitos
- 2.10.3. Utilización del *moke-up*
- 2.10.4. Creación del *moke-up* propio

Módulo 3. Ecodiseño: materiales para el diseño de *packaging*

3.1. La sostenibilidad: nuevo driver del diseño
- 3.1.1. Las tres dimensiones de la sostenibilidad: social, medioambiental y económica
- 3.1.2. La sostenibilidad dentro del modelo de negocio
- 3.1.3. La sostenibilidad insertada en todo el proceso de *Packaging*: desde el diseño hasta el reciclaje

3.2. Economía circular en el *Packaging*
- 3.2.1. La circularidad en los entornos estéticos
- 3.2.2. La aplicación de la economía circular en el *packaging*
- 3.2.3. Los desafíos de la economía circular en el *packaging*

3.3. Diseño sostenible de *packaging*
- 3.3.1. Objetivos del diseño sostenible
- 3.3.2. Dificultades del diseño sostenible
- 3.3.3. Desafíos del diseño sostenible

3.4. Materiales sostenibles
- 3.4.1. *Packaging* hechos con materiales de origen natural
- 3.4.2. *Packaging* hechos con materiales compostables
- 3.4.3. *Packaging* hecho con materiales biodegradables

3.5. El uso del plástico
- 3.5.1. Los efectos del plástico en el mundo
- 3.5.2. Alternativas al plástico
- 3.5.3. Plástico reciclado

3.6. Procesos de fabricación sostenibles
- 3.6.1. Procesos sostenibles en la dimensión social
- 3.6.2. Procesos sostenibles en la dimensión medioambiental
- 3.6.3. Procesos sostenibles en la dimensión económica y de gobernanza

3.7. El reciclaje
- 3.7.1. Materiales reciclados
- 3.7.2. Proceso de reciclaje
- 3.7.3. El precio del reciclaje en el *packaging*

3.8. Diseñar packaging para reciclar y reutilizar
- 3.8.1. La segunda vida del *packaging*
- 3.8.2. Diseñar para el reciclaje
- 3.8.3. Diseñar para reutilizar

3.9. Optimización y versatilidad de *packaging*
- 3.9.1. Cuando menos es más en el *packaging*
- 3.9.2. Cómo reducir packaging sin perder valor de marca
- 3.9.3. Cuándo se puede eliminar el *packaging* sin perder valor de marca

3.10. Cómo generar conciencia en el consumidor de *packaging*
- 3.10.1. Educación
- 3.10.2. Concientización
- 3.10.3. Involucrar al consumidor en el proceso de *pckaging*

Módulo 4. La estructura del *packaging*

4.1. La ilustración de *packaging*
- 4.1.2. La cultura del *packaging* (resonancia)
- 4.1.3. Las funciones del *packaging* digital
- 4.1.4. Los objetivos del diseño de packaging

4.2. Composición estructural
- 4.2.1. Selección de Forma (estructura)
- 4.2.2. Color *matching*
- 4.2.3. Textura en 2D

4.3. Técnicas de expresividad
- 4.3.1. Ilustraciones específicas
- 4.3.2. Ilustraciones abstractas
- 4.3.3. El humor en los productos envasados

4.4. Técnicas de representación visual
- 4.4.1. Asociaciones
- 4.4.2. Metáforas simbólicas
- 4.4.3. Hipérboles visuales- Exageraciones (*In focus*: Jerarquía visual)

4.5. Diseño conceptual
- 4.5.1. Investigación demográfica y etnográfica
- 4.5.2. *Retail Research & Digital Research*
- 4.5.3. El concepto de la marca, el diseño del envase (*In focus: Culture Map*)

4.6. Elementos del diseño de packaging
- 4.6.1. El panel de visualización
- 4.6.2. El imaginario de la marca
- 4.6.3. *Concept board* (*In focus*: El nombre del producto y el nombre la marca)

4.7. *Lettering*
- 4.7.1. La tipografía
- 4.7.2. El interlineado
- 4.7.3. Principios tipográficos (*In focus*: Tipografía y tecnología)

4.8. Etapas del diseño de packaging
- 4.8.1. La estructura del proyecto y el *briefing*
- 4.8.2. La comunicación de la estrategia
- 4.8.3. Refinamiento del diseño y preproducción (*In focus*: ¿Para quién están diseñados los productos *luxury packaging*?

4.9. La experiencia sensorial
- 4.9.1. ¿Cómo suena el *packaging*?
- 4.9.2. El tacto en 2D
- 4.9.3. La evaluación sensorial (*In focus*: la experiencia sensorial virtual)

4.10. El *packaging* virtual
- 4.10.1. El empaquetado en el metaverso
- 4.10.2. Las marcas de lujo
- 4.10.3. El material audiovisual incluido en el *Packaging* (*In focus: unboxing* en el metaverso)

Módulo 5. *Packaging* de joyería y cosmética

5.1. La competitividad del sector cosmético
- 5.1.1. Las necesidades del consumidor de *packaging*
- 5.1.2. El gran espectro de las marcas cosméticas
- 5.1.3. El diseño de packaging como valor diferencial en el sector cosmético

5.2. Los estilos en el diseño cosmético
- 5.2.1. Diseño femenino
- 5.2.2. Diseño masculino
- 5.2.3. Diseño no *gender*

5.3. El diseño de los envases de crema y jabón
- 5.3.1. Definición de las líneas ¿redondas o cuadradas?
- 5.3.2. Customización del *front*
- 5.3.3. Patrones atrevidos vs. patrones sobrios

5.4. Seguridad y protección de las cremas
- 5.4.1. La conservación de los antioxidantes
- 5.4.2. Los riesgos de un mal envasado
- 5.4.3. ¿Opacidad de los envases?

5.5. Las fragancias
- 5.5.1. Los ingredientes naturales
- 5.5.2. El envase del perfume: color o cristal
- 5.5.3. La estructura de la botella

5.6. El diseño de packaging para maquillaje
- 5.6.1. La ilustración en las cajas de sombras
- 5.6.2. Las ediciones especiales
- 5.6.3. El estilo floral vs. Estilo *minimal*

5.7. Las tendencias de *packaging* en todo el proceso de embalaje
- 5.7.1. Embalaje exterior-bolsa
- 5.7.2. Embalaje interior-caja
- 5.7.3. Embalaje del producto-bote

5.8. El *packaging* experimental creativo
- 5.8.1. La joya como pieza única
- 5.8.2. La sofisticación y la elegancia
- 5.8.3. La caja mágica

5.9. La selección de colores en el diseño de packaging de joyería
- 5.9.1. La paleta clásica
- 5.9.2. El color del oro y su simbología
- 5.9.3. El metal, un material frío y sin color

5.10. El diseño de las cajas de joyería
- 5.10.1. El corte de la madera: aristas y compartimentos
- 5.10.2. Revestido de tela o terciopelo
- 5.10.3. El diseño de la presentación de la joya

5.11. *Luxury jewelry packaging*
- 5.11.1. El *packaging* en piel
- 5.11.2. El uso de los lazos y el raso
- 5.11.3. El espacio para el logo

Módulo 6. *Packaging* gourmet y vinos

6.1. Fundamentos del *packaging* gourmet
- 6.1.1. Diseño práctico y estético
- 6.1.2. El uso del cristal y el cartón
- 6.1.3. La ergonomía del envoltorio

6.2. La arquitectura de la información
- 6.2.1. La prioridad: estética o funcional
- 6.2.2. Los valores complementarios
- 6.2.3. El mensaje a emitir

6.3. Diseño del logo
- 6.3.1. El isotipo
- 6.3.2. El isologotipo
- 6.3.3. La etiqueta

6.4. Contenido imprescindible en el *Packaging* gourmet y vinícola
- 6.4.1. Denominación de origen
- 6.4.2. Descripción del producto
- 6.4.3. Sellos específicos de calidad

6.5. Las propiedades del vino y los productos gourmet
- 6.5.1. La preservación de la calidad
- 6.5.2. La conservación del sabor
- 6.5.3. La presentación

6.6. La personalidad de las marcas gourmets y vinícolas
- 6.6.1. La herencia familiar
- 6.6.2. Inspirando buenos momentos
- 6.6.3. El sentido del gusto entra por los ojos

6.7. La etiqueta
- 6.7.1. Tipología del papel
- 6.7.2. Propiedades del papel
- 6.7.3. Información adicional (*In focus: El uso del papel reciclado en las etiquetas*)

6.8. El corcho
- 6.8.1. La calidad del tapón
- 6.8.2. El corcho natural, *twin-top*, aglomerado y colmatado
- 6.8.3. La impresión sobre el tapón (Procork, T-Cork, Cava o Multipieza)

6.9. El vidrio
- 6.9.1. Moldes y formas para el cristal
- 6.9.2. Altura y color de la botella
- 6.9.3. El diseño de las cápsulas protectoras de cierre

6.10. El envasado gourmet
- 6.10.1. El producto a la vista
- 6.10.2. Etiquetado claro, legible y ordenado
- 6.10.3. Diseñando frescura

Módulo 7. Embalaje y diseño en gran consumo

7.1. La transparencia en el *packaging* alimenticio
- 7.1.1. Empaquetando salud
- 7.1.2. El plástico para envolver comida y los materiales biodegradables
- 7.1.3. Los polímeros

7.2. Nuevos envases para alimentos
- 7.2.1. Los biopolímeros
- 7.2.2. Los ácidos orgánicos
- 7.2.3. Los indicadores de gas y temperatura

7.3. Nano *packaging*
- 7.3.1. Las nanopartículas
- 7.3.2. Los nanomateriales
- 7.3.3. Las nanoemulsiones

7.4. El presente del *packaging* gran consumo
- 7.4.1. *Active Packaging*
- 7.4.2. *Intelligent Packaging*
- 7.4.3. *Smart Packaging*

7.5. La producción en masa
- 7.5.1. *Packaging* y distribución
- 7.5.2. Envasado primario
- 7.5.3. Envasado secundario (Caso: cajas de Kellog´s)

7.6. La apariencia del gran consumo
- 7.6.1. Fotografía alimenticia
- 7.6.2. Ilustraciones instructivas
- 7.6.3. Diseño eficiente

7.7. El *Packaging* interactivo
- 7.7.1. La funcionalidad del *Packaging* interactivo
- 7.7.2. Tipos de *Packaging* interactivo
- 7.7.3. Relaciones interactivas

7.8. Diseño del envasado alimenticio
- 7.8.1. Forma y tamaño
- 7.8.2. Alimentos frescos o procesados
- 7.8.3. El diseño en el etiquetado de productos

7.9. El *packaging* comercial
- 7.9.1. *From common to premium*
- 7.9.2. Diseño funcional con un *twist*
- 7.9.3. La personalización masiva

7.10. Evaluación del diseño de *packaging*
- 7.10.1. ¿Está claro lo que tu producto es?
- 7.10.2. ¿Es una representación honesta del producto?
- 7.10.3. ¿Cómo se verá el producto en la tienda o en 3D?
- 7.10.4. La versatilidad

Módulo 8. Marketing y *branding* para *packaging*

8.1. La inteligencia artificial en el diseño de Packaging
- 8.1.1. La activación de la creatividad a través de los datos
- 8.1.2. Técnicas de diferenciación
- 8.1.3. Rediseño y evaluación

8.2. *Branding* para "envoltorios"
- 8.2.1. La identidad de marca
- 8.2.2. El diseño en base al *Branding*
- 8.2.3. Los impactos económicos del branding en el *packaging*

8.3. La estrategia digital
- 8.3.1. Estrategias de negocio vinculadas a la identidad
- 8.3.2. La publicidad
- 8.3.3. La evaluación del posicionamiento

8.4. El proceso de orientación a datos
- 8.4.1. Gestionar la comunicación visual a través de los datos
- 8.4.2. Recopilación y selección de datos
- 8.4.3. Análisis de datos

8.5. Hábitos de consumo del entorno *premium*
- 8.5.1. Las métricas clave del Marketing
- 8.5.2. Las métricas clave del *packaging*
- 8.5.3. La creación de patrones secuenciales

8.6. La innovación en el entorno del *packaging*
- 8.6.1. La gestión de la creatividad
- 8.6.2. Las técnicas predictivas
- 8.6.3. Simulación de escenarios de innovación

8.7. El uso del *big data* para la creación del icono
- 8.7.1. El mercado del *packaging*
- 8.7.2. El consumidor del *packaging*
- 8.7.3. La segmentación y el valor

8.8. La creación de valor a través del tiempo
- 8.8.1. Las estrategias de fidelización
- 8.8.2. La generación de embajadores
- 8.8.3. La gestión eficiente de las comunicaciones

8.9. La experiencia de usuario
- 8.9.1. El entorno digital
- 8.9.2. La generación de *engagement*
- 8.9.3. Los mensajes

8.10. La gestión de proyectos
- 8.10.1. Preparación del *briefing*
- 8.10.2. Comunicación estratégica
- 8.10.3. Comunicación de valor

Módulo 9. Dirección creativa

9.1. Evolución del *packaging*
- 9.1.1. La comunicación visual
- 9.1.2. Historia especulativa del *packaging*
- 9.1.3. Fundamentos estéticos

9.2. La narrativa del producto
- 9.2.1. identificar su historia. ¿Cuál es su mensaje?
- 9.2.2. Identificar a su público base
- 9.2.3. Conversación entre marca y consumidor

9.3. La estrategia de marca
- 9.3.1. *Briefings*
- 9.3.2. Mecanismos y lenguajes propios
- 9.3.3. Material research. Tendencias

9.4. Taller de especulación
- 9.4.1. Arte y espacio. Volúmenes
- 9.4.2. Espacio físico I. Juego, tiempo y azar
- 9.4.3. Espacio digital I. *Virtual making*

9.5. El entorno de los productos
- 9.5.1. Las premisas y su posición
- 9.5.2. Espacio físico II
- 9.5.3. Espacio digital II

9.6. Creatividad técnica
- 9.6.1. Composición
- 9.6.2. Cadáver exquisito. La multiplicidad de imágenes
- 9.6.3. *Hypergraphics*. Lo gráfico aplicado al espacio

9.7. Producción y desarrollo de *packaging*
- 9.7.1. Los materiales como mensaje
- 9.7.2. Técnicas tradicionales y técnicas contemporáneas
- 9.7.3. ¿Por qué apostamos por una imagen?

9.8. *Art direction*
- 9.8.1. Aplicar la narrativa del producto
- 9.8.2. Gama cromática y su significado
- 9.8.3. Identificar el enfoque publicitario

9.9. Post-producción
- 9.9.1. Fotografía
- 9.9.2. Iluminación
- 9.9.3. Efectos

9.10. Proyecto de emprendimiento
- 9.10.1. Portafolio
- 9.10.2. Instagram
- 9.10.3 Reflexión. *Workshop*

Módulo 10. Desarrollo Operativo del *packaging*

10.1. La cadena de valor del *packaging*
- 10.1.1. El ciclo de vida de un "envoltorio"
- 10.1.2. La funcionalidad
- 10.1.3. El papel del diseño en la cadena de suministro

10.2. *Stock packaging*
- 10.2.1. Almacenaje
- 10.2.2. Distribución: seguimiento y rastreo
- 10.2.3. La integración de la operatividad en el diseño

10.3. El *retail* y el e-commerce
- 10.3.1. La nueva realidad del *packaging* en las tiendas físicas
- 10.3.2. Concept Stores
- 10.3.3. Diseño de paquetería a domicilio (*In focus*: estandarización vs. personalización)

10.4. El *packaging* industrial
- 10.4.1. El análisis de costes
- 10.4.2. Los límites en el diseño de packaging
- 10.4.3. La evaluación del proceso de *packaging*

10.5. La innovación en el diseño de packaging
- 10.5.1. La evolución del concepto de embalaje
- 10.5.2. La calidad del *packaging*
- 10.5.3. La gestión de los envíos en el canal online

10.6. La estrategia de *Packaging*
- 10.6.1. Embalaje primario, secundario y terciario en el sistema de *packaging*
- 10.6.2. El fabricante del producto y el diseñador de packaging
- 10.6.3. *Decision making*

10.7. El Desarrollo del concepto
- 10.7.1. *OKR Technique (objetives and key results)*
- 10.7.2. *Framing Techniques*
- 10.7.3. *Canvas Technique*

10.8. El producto de diseño
- 10.8.1. Prototipado (*Story Map* + Live Data)
- 10.8.2. Testado (*Concierge Test* + usabilidad / fiabilidad/ comportamiento)
- 10.8.3. Evaluación

10.9. Aspectos legales y regulatorios
- 10.9.1. Propiedad Intelectual
- 10.9.2. Falsificación
- 10.9.3. Confidencialidad

10.10. La profesión del diseñador de *packaging*
- 10.10.1. *Stakeholders*
- 10.10.2. El ambiente de trabajo
- 10.10.3. Las relaciones laborales con los clientes

"Una titulación con la que adquirirás un conocimiento especializado sobre la inteligencia artificial en el diseño de Packaging y otras tendencias de futuro"

07

Prácticas

Tras la superación del periodo teórico, el egresado contará con la posibilidad de realizar una estancia práctica en una empresa de prestigio del sector del diseño y el Marketing digital. De esta manera, podrá desarrollar sus habilidades en base a todo lo aprendido a lo largo del temario, trabajando codo con codo con profesionales del sector con años de bagaje en la creación de proyectos de éxito. Además, podrá, no solo conocer de primera mano las técnicas y estrategias actuales, sino incluir en un su currículum 3 semanas de experiencia en un centro de prestigio.

Contarás con la posibilidad de solicitar 3 semanas de estancia práctica en una empresa de Marketing digital y diseño para trabajar codo con codo con profesionales del sector"

Este programa en Diseño de Packaging 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 de producto 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 *packaging*, 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 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).

"Una oportunidad única de conocer de cerca el active, intelligent o smart Packaging e integrarlos a tus procesos de diseño futuros"

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
Dirección creativa de *packaging* y estrategias de Marketing	Establecer un plan de marca y narrativa de producto a través del *packaging*
	Diseñar el branding, la estrategia digital e implementar elementos de inteligencia artificial en el proceso de creación de *packaging*
	Aplicar las estrategias más punteras en materia de *packaging* orientado a la experiencia del usuario con el producto
Técnicas para el diseño de *packaging*	Crear etiquetas, cajas y envoltorios para *packaging* físico
	Diseñar banners web, *newsletter* y creatividades con formato Instagram para medios digitales
	Aplicar formas, letras y gama cromática de un *packaging* concreto
	Corregir los trazados y colores de determinadas figuras geométricas
	Exportar el trabajo realizado teniendo en cuenta formato para papel, imprenta y medios digitales
Diseño de *packaging* para objetos de lujo y productos gourmet	Diseñar un *packaging* concreto para un producto de joyería o lujo
	Diseñar logos y *packaging* concreto para el sector gourmet
	Crear etiquetas con tipología e información específica para el sector gastronómico
Diseño de *packaging* para gran consumo y su desarrollo operativo	Empaquetar y crear *packaging* para entornos digitales con formatos y materiales específicos
	Usar el active *Packaging, intelligent packaging* o *smart packaging* en el diseño de un producto
	Diseñar paquetería con vista a ser enviada directamente a domicilio
	Prototipar, testear y evaluar un diseño final de *packaging*
Ecodiseño y nuevos materiales para el *packaging*	Usar materiales ecológicos, biodegradables y comestibles como parte de las estrategias de diseño sostenible de *packaging*
	Optimizar los envoltorios de productos bajo preceptos de reciclaje y reutilización

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.

08

¿Dónde puedo hacer las Prácticas?

TECH, en su compromiso con el crecimiento y desarrollo profesional del egresado, únicamente selecciona para sus estancias a los mejores centros del área en la que se desarrolle la titulación. En este caso, el diseñador tendrá acceso a horas de prácticas en una empresa puntera del sector del marketing digital y el diseño, una compañía con un gran equipo humano que garantizará su participación activa en los proyectos que se estén desarrollando en el momento de comenzar.

Contarás con un tutor que te guiará por la estancia práctica, para que puedas sacar el máximo rendimiento a las horas que dura su fase práctica"

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

Imagle

País	Ciudad
España	Las Palmas

Dirección: Calle Alfred Nobel, 8, Nave 2, 35013
Las Palmas de Gran Canaria, Las Palmas

Imagle es una agencia de Diseño Gráfico especializada en técnicas de Impresión Offset y Digital

Capacitaciones prácticas relacionadas:
-Diseño de Packaging

TuPackaging

País
España

Ciudad
Valencia

Dirección: C. Fusters, 22, 46970 Alaquàs, Valencia

TuPackaging ofrece soluciones innovadoras de packaging biodegradable para empresas de comida para llevar

Capacitaciones prácticas relacionadas:
-Diseño de Packaging

09

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los ***case studies*** con el ***Relearning***, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

"En TECH NO tendrás clases en directo (a las que luego nunca puedes asistir)"

Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

"El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras"

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.

Método *Relearning*

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

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

Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.

"La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.

Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:

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 que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.

Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás 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.

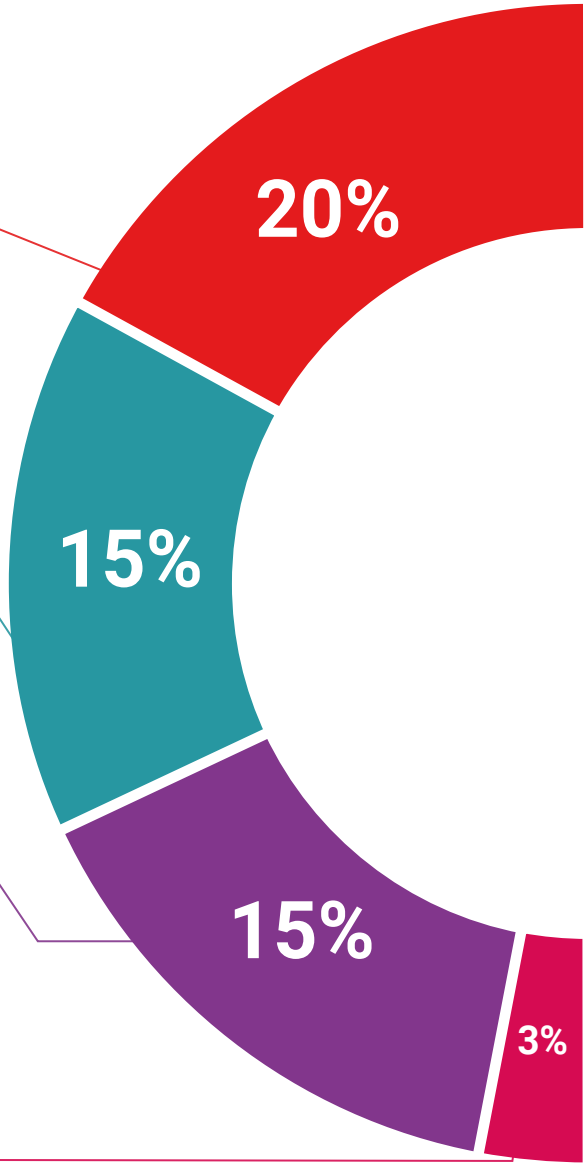
Resúmenes interactivos

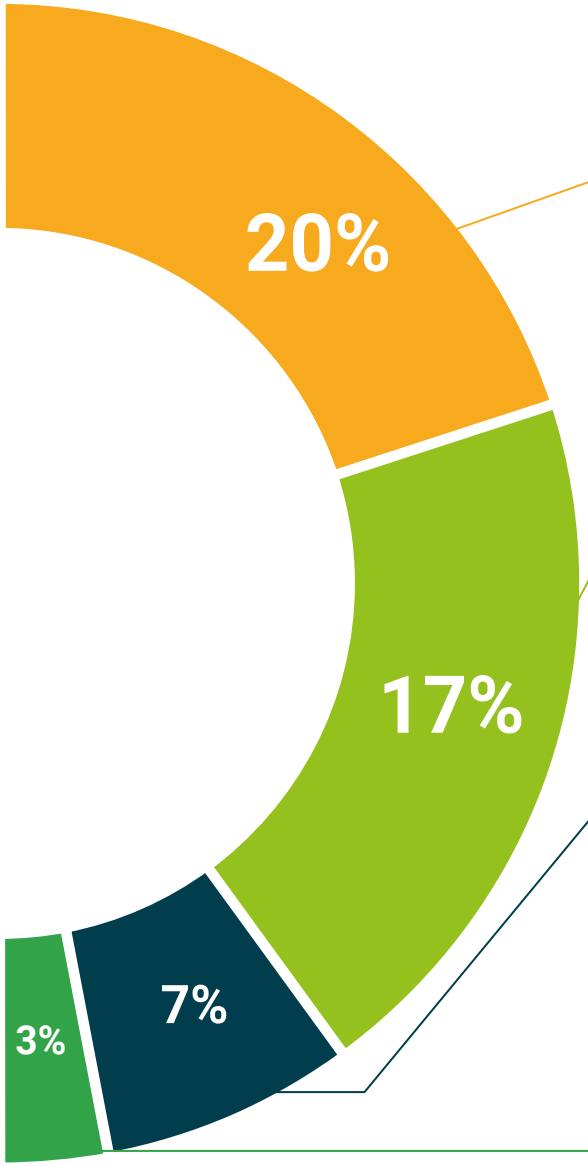
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

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 nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

10

Titulación

El Máster Semipresencial en Diseño de Packaging 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 Packaging** 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.

TECH es miembro de **The Design Society (DS)**, la mayor comunidad de profesionales enfocados en el desarrollo de la ciencia del diseño, la cual brinda oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional continuo a todos sus miembros, enfocando sus beneficios a la comunidad en un ámbito didáctico, facilitando recursos tecnológicos, herramientas y enseñanza digital a través de foros, congresos, webinars, clases magistrales y recursos a los que el alumno podrá acceder durante su preparación profesional.

TECH es miembro de:

the Design Society
a worldwide community

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

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

Duración: **12 meses**

Créditos: **60 + 4 ECTS**

tech global university

D/Dña _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Semipresencial en Diseño de Packaging

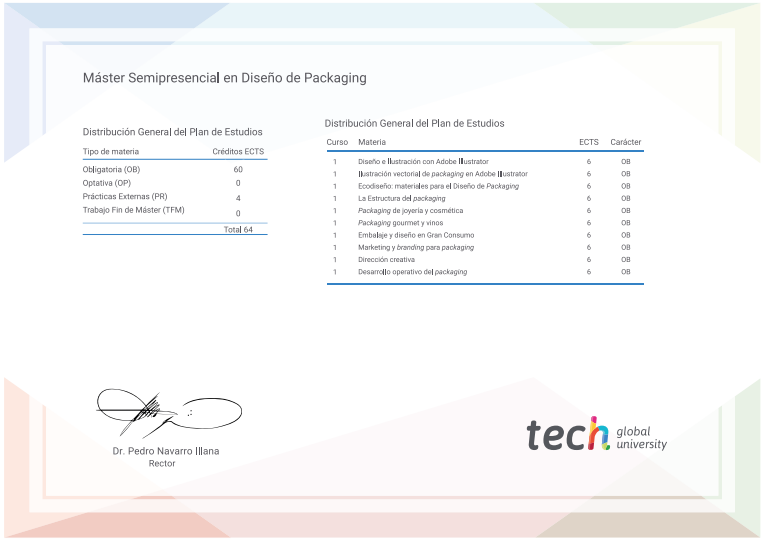
Se trata de un título propio de 1.920 horas de duración equivalente a 64 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

código único TECH: AFWOR235 techtitute.com/titulos



Máster Semipresencial en Diseño de Packaging

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Créditos ECTS
Obligatoria (OB)	60
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	4
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 64

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	ECTS	Carácter
1	Diseño e Ilustración con Adobe Ilustrator	6	OB
1	Ilustración vectorial de *packaging* en Adobe Ilustrator	6	OB
1	Ecodiseño: materiales para el Diseño de *Packaging*	6	OB
1	La Estructura del *packaging*	6	OB
1	*Packaging* de joyería y cosmética	6	OB
1	*Packaging* gourmet y vinos	6	OB
1	Embalaje y diseño en Gran Consumo	6	OB
1	Marketing y *branding* para *packaging*	6	OB
1	Dirección creativa	6	OB
1	Desarrollo operativo del *packaging*	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

tech global university

*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 Packaging

Modalidad: **Semipresencial (Online + Prácticas)**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Global University**
Créditos: **60 + 4 ECTS**

Máster Semipresencial
Diseño de Packaging

TECH es miembro de:

the Design Society
a worldwide community

tech global university