

Máster Título Propio

Diseño de Packaging





Máster Título Propio Diseño de Packaging

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

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

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competencias

pág. 14

04

Dirección del curso

pág. 18

05

Estructura y contenido

pág. 26

06

Metodología

pág. 36

07

Titulación

pág. 46

01

Presentación

Dentro de un mercado tan competitivo diferenciarse del resto es fundamental. El *Packaging* es la disciplina del diseño que se encarga de presentar un producto en las mejores condiciones posibles para su comercialización, transporte, almacenamiento y uso. Y el tener en cuenta la primera impresión, así como su funcionalidad es fundamental. Es por eso que, a través de este programa, se desarrollarán todas sus áreas de aplicación para que el alumno disponga de una visión integral, profundizando, no sólo en su conceptualización y diseño artístico, sino también en su almacenamiento y distribución para dotarle de una capacidad estratégica superior, a la hora de plantear proyectos. Una titulación 100% online y alcanzable en 12 meses.



“

Desarrolla de forma avanzada el dominio de las estructuras, los materiales y el Ecopackaging, así como la comunicación visual para adaptarlos a una estrategia de mercado en este programa 100% online. Matricúlate ahora”

La imagen de los productos es realmente importante en el entorno del mercado, la influencia que genera en la distinción rápida, la decisión de compra, la seguridad y calidad del mismo. Son aspectos suficientes, para que sea tratado con importancia y cuidado, dentro del proceso y planificación productiva de la empresa.

La nueva realidad *phygital* requiere, además, de un acercamiento más intenso al diseño de *packaging* que combine entornos digitales y virtuales con las *concept stores* y el *retail*, por lo que, la ilustración vectorial, el dominio del Big Data y el diseño de la experiencia del cliente final son también ejes de esta enseñanza. El dominio de las estructuras, los materiales y el *Ecopackaging*, así como la comunicación visual para adaptarlos a una estrategia de mercado competitiva basada en el análisis, junto a las últimas técnicas artísticas para fomentar la creatividad y su aplicación, tanto al sector premium y lujo como al gran consumo .

Este Máster Título Propio, profundiza en el uso de las más avanzadas herramientas e implementación de técnicas de ilustración, entendiendo los conceptos fundamentales del diseño para *packaging*. Toma el concepto de la sostenibilidad como eje primordial en el estilo de diseño y aspectos novedosos como la inteligencia artificial y la innovación digital para mejorar la experiencia del usuario.

Un temario desarrollado con rigor por expertos en Artes Visuales, Marketing y Comunicación, basado en una innovadora metodología de enseñanza 100% online que se adapta a las circunstancias personales de cada alumno, puesto que le permite escoger el momento y el lugar para estudiar. Empleándose numerosos recursos didácticos multimedia como ejercicios prácticos, técnicas en vídeo, resúmenes interactivos o clases magistrales, para alcanzar la titulación en 12 meses.

Además, el programa incluye la participación de un Director Invitado Internacional, cuya experiencia profesional es ampliamente reconocida a nivel mundial. Así, dirigirá 10 *Masterclasses* centradas en las innovaciones del sector del Diseño Gráfico.

Este **Máster Título Propio en Diseño de Packaging** contiene el programa educativo más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ◆ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Diseño, Marketing y Comunicación
- ◆ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que está concebido recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ◆ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ◆ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ◆ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ◆ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Refuerza tus conocimientos profesionales con la participación de un Director Invitado Internacional, quien impartirá 10 Masterclasses de alta calidad en el sector del Diseño de Packaging”

“

Luego de este programa te podrás desenvolver en mercados del gran consumo, lujo o gourmet, diseñando soluciones innovadoras y funcionales en Packaging para sus productos”

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 programa académico. Para ello, contará con la ayuda de un novedoso sistema de videos interactivos realizados por reconocidos expertos.

Desarrolla nuevos conceptos creativos a través de ideas novedosas y las herramientas de Adobe Illustrator en el Diseño de Packaging de un producto.

Matricúlate ahora y verás cumplir tu meta en 12 meses de forma ágil, cómoda y eficiente. Gracias a la metodología 100% en línea y basada en el Relearning.



02 Objetivos

El principal objetivo de este programa en Diseño de Packaging es ofrecer al profesional los conocimientos y técnicas más novedosas en esta área, de modo que pueda incorporarlas a su trabajo de forma inmediata. Así, podrá experimentar un progreso rápido gracias a la gran cantidad de soluciones avanzadas que podrá ofrecer a sus clientes o empleadores en el desarrollo de creativas y funcionales ideas.



“

No tienes porqué sacrificar ninguna de tus actividades actuales para seguirte profesionalizando. Este programa te ofrece la calidad y flexibilidad que estás buscando”



Objetivos generales

- ◆ Dominar las herramientas de Diseño de *Packaging* e ilustración digital a través del manejo del programa Adobe Illustrator
- ◆ Crear una identidad visual conceptual, experimental y/o comercial adaptada a toda clase de productos
- ◆ Gestionar un proyecto completo de *Packaging* y un portafolio personalizado
- ◆ Asimilar la cadena de valor del producto de manera integral: desde su diseño hasta la apertura del paquete en el domicilio o la venta en tienda
- ◆ Generar estrategias de *Branding* y de comercialización a través del uso del *Big Data* y la evaluación continua
- ◆ Diseñar todas las estructuras de *Packaging* con un conocimiento avanzado de sus materiales y aplicaciones en la vida real
- ◆ Manejar el *Ecopackaging* y los materiales que intervienen en el diseño del embalaje de productos
- ◆ Aplicar el Diseño de *Packaging* desde su uso en gran consumo hasta la cosmética, la joyería o los productos gourmet y el mercado del *Packaging* de lujo





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 con 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 se preserve el medio ambiente
- ◆ Optimizar el proceso de diseño de *Packaging* convirtiendo a los profesionales en diseñadores conscientes



Módulo 4. La estructura del *Packaging*

- ◆ Dominar las técnicas de creatividad y de composición estructural basándose 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 la salud física
- ◆ Incorporar las técnicas de nanotecnología 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 & 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 pueda 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 los 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

“

Aprenderás a gestionar el diseño orientando hacia la segunda vida del envase y la sostenibilidad”

03

Competencias

Con el Máster Título Propio en Diseño de Packaging el profesional desarrollará habilidades creativas para la expresión efectiva en el entorno del Marketing, al darle vida a ideas funcionales y únicas a través de las herramientas y técnicas aprendidas. Podrá trabajar en el Diseño de *Packaging* para el sector de la cosmética y de joyería, así como del vino y los productos gourmet y el gran consumo, con un desenvolvimiento integral en el desarrollo de la cadena de valor del *Packaging* e integración con el producto para aumentar su valor en el mercado.





“

*Desarrollarás las habilidades creativas para
desenvolverte con Adobe Illustrator en el
Diseño de Packaging innovador y funcional”*



Competencias generales

- ◆ Desarrollo una comunicación verbal y visual a través del dominio del *Briefing* y las tendencias en el Diseño de *Packaging*
- ◆ Aumentar la creatividad gracias al uso de técnicas de dirección artística y conceptual aplicadas al embalaje de producto
- ◆ Tener una capacitación analítica en la observación, integración y evaluación de las estrategias de *Branding* que se generan en el entorno del envasado
- ◆ Adquirir conocimientos sobre el mercado de *Packaging* cosmético y de joyería, así como del vino y los productos gourmet y el gran consumo
- ◆ Desarrollar destrezas en las técnicas de ilustración y diseño asistido por ordenador con el programa Adobe Illustrator
- ◆ Conocer de manera integral la cadena de valor del *Packaging* e integración con el producto para aumentar su valor en el mercado

“

Actualiza tus conocimientos y potencia tus habilidades en el Diseño de Packaging y ofrece soluciones ingeniosas en tus nuevos proyectos”





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
- ◆ Tener un 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

04

Dirección del curso

TECH ha seleccionado un equipo docente de alto nivel compuesto por profesionales vanguardistas y con experiencias internacionales, que aportan el valor y la garantía que este programa exige, para la capacitación de exitosos diseñadores en el mundo del *Packaging*. Expertos en el área de la comunicación, el Marketing y las artes visuales, lograrán transmitir al alumno todos los conocimientos para desenvolverse eficientemente, y que puedan integrarlas en su práctica laboral. Atendiendo a una metodología de enseñanza 100% en línea y basada en el *Relearning*, lo que otorga grandes ventajas al proceso de aprendizaje.



“

Profesionales vanguardistas y con más de 15 años de experiencia te guiarán en el camino hacia el éxito”

Directora Invitada 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 liderar 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 Technology 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. 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

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

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 Internationa
- ◆ 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. 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



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

“

*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para impulsar
tu desarrollo profesional”*

05

Estructura y contenido

Con la finalidad de que el profesional logré desenvolverse con total flexibilidad en el proceso de aprendizaje, y responda positivamente frente a las evaluaciones correspondientes, se ha diseñado un temario que comprende el dominio de técnicas, herramientas, hasta el desarrollo de habilidades investigativas con la puesta en práctica en diferentes sectores de mercado. Estructurado en 10 módulos con contenido exclusivo seleccionado por los expertos, para su estudio en 12 meses. El cual es distribuido en diversos formatos audiovisuales y escritos para darle dinamismo al proceso, dispuesto a través de interesantes recursos multimedia.



“

La variedad de formatos en lo que es presentado el contenido brinda dinamismo y agilidad al proceso de estudio. Todo, disponible a través de una metodología 100% en línea y basada en el Relearning”

Módulo 1. Diseño e ilustración con Adobe Illustrator

- 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. Ilustración 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. *Mockup*
 - 2.10.1. Integración de un *Mockup*
 - 2.10.2. Portales de *Mockup* gratuitos
 - 2.10.3. Utilización del *Mockup*
 - 2.10.4. Creación del *Mockup* 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. ¿Cuándo 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 *Packaging*

Módulo 4. La estructura del *Packaging*

- 4.1. La ilustración de *Packaging*
 - 4.1.1. La cultura del *Packaging* (resonancia)
 - 4.1.2. Las funciones del *Packaging* digital
 - 4.1.3. 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. Hipérbolos 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 Kellogg'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 & 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

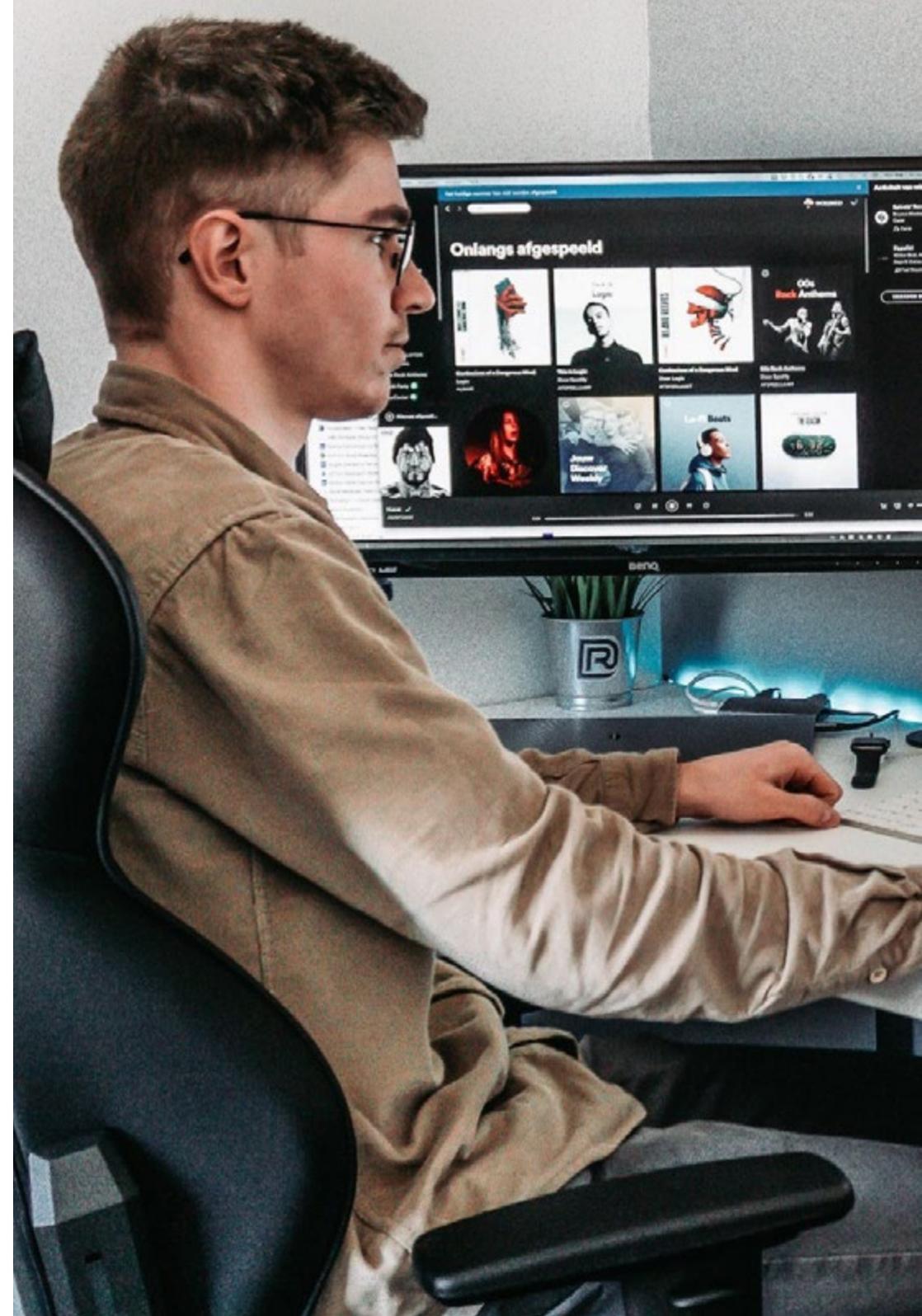
Módulo 9. Dirección creativa

- 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 se apuesta 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 (Objectives 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

06

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 intenso 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 en la plataforma de reseñas Trustpilot, 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.

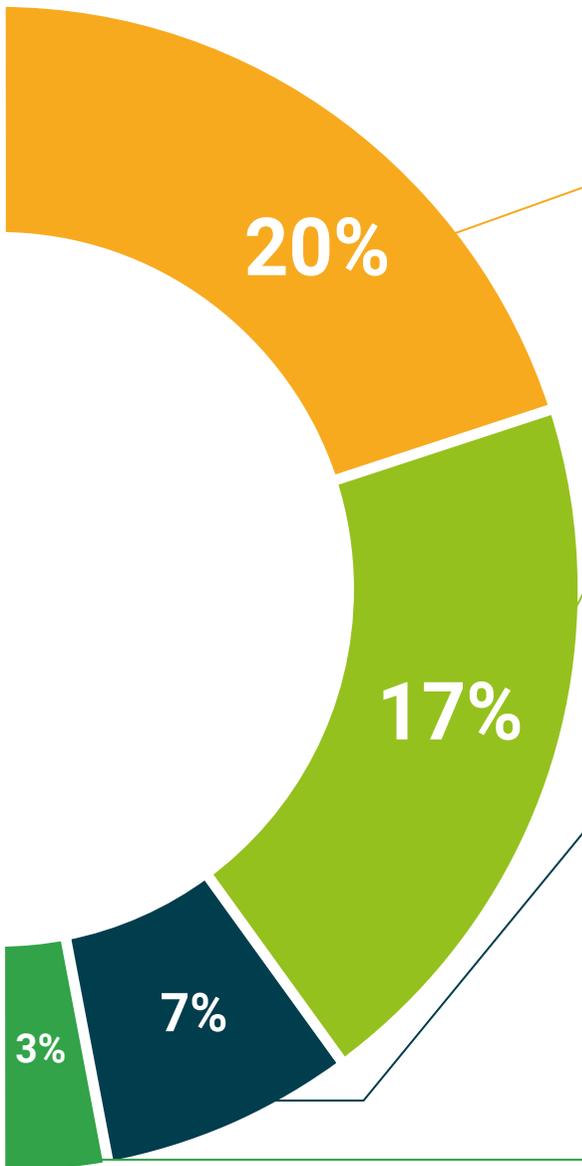
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



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.



07

Titulación

El Máster Título Propio en Diseño de Packaging garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a dos diplomas de Máster Propio, uno expedido por TECH Global University y otro expedido por Universidad FUNDEPOS.



“

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

El programa del **Máster Título Propio en Diseño de Packaging** es el más completo del panorama académico actual. A su egreso, el estudiante recibirá un diploma universitario emitido por TECH Global University, y otro por Universidad FUNDEPOS.

Estos títulos de formación permanente y actualización profesional de TECH Global University y Universidad FUNDEPOS garantizan la adquisición de competencias en el área de conocimiento, otorgando un alto valor curricular al estudiante que supere las evaluaciones y acredite el programa tras cursarlo en su totalidad.

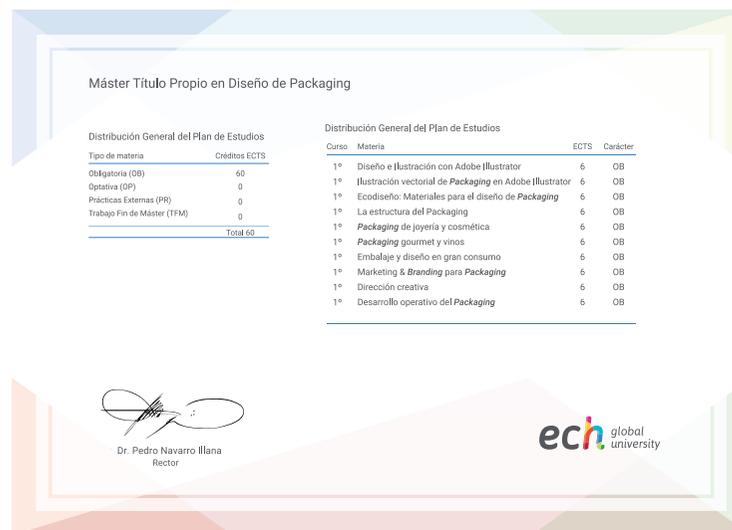
Este doble reconocimiento, de dos destacadas instituciones universitarias, suponen una doble recompensa a una formación integral y de calidad, asegurando que el estudiante obtenga una certificación reconocida tanto a nivel nacional como internacional. Este mérito académico le posicionará como un profesional altamente capacitado y preparado para enfrentar los retos y demandas en su área profesional.

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

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**



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



Máster Título Propio Diseño de Packaging

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Universidad FUNDEPOS
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

Diseño de Packaging

