

Master Packaging Design





Master Packaging Design

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 60 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Accesso al sito web: www.techtitude.com/it/design/master/master-packaging-design



Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 14

04

Direzione del corso

pag. 18

05

Struttura e contenuti

pag. 26

06

Metodologia

pag. 36

07

Titolo

pag. 44

01

Presentazione

In un mercato così competitivo, è essenziale differenziarsi dagli altri. Il *Packaging* è la disciplina progettuale che si occupa di presentare un prodotto nelle migliori condizioni possibili per la sua commercializzazione, il trasporto, la conservazione e l'utilizzo. E tenere conto della prima impressione, oltre che della sua funzionalità, è fondamentale. Per questo motivo, attraverso questo programma, verranno sviluppate tutte le sue aree di applicazione in modo che lo studente abbia una visione integrale, approfondendo non solo la concettualizzazione e il design artistico, ma anche lo stoccaggio e la distribuzione, per dotarlo di una capacità strategica superiore quando si tratta di pianificare progetti. Una qualifica 100% online che può essere completata in 12 mesi.



“

Sviluppa una padronanza avanzata delle strutture, dei materiali e dell'ecopackaging, nonché della comunicazione visiva per adattarli a una strategia di mercato, grazie a questo programma 100% online. Iscriviti subito”

L'immagine del prodotto è molto importante nell'ambiente di mercato, l'influenza che genera sulla rapida distinzione, sulla decisione di acquisto, sulla sicurezza e sulla qualità del prodotto. Sono aspetti sufficienti per essere trattati con importanza e attenzione e cura all'interno del processo produttivo e della pianificazione dell'azienda.

La nuova realtà *Phygital* richiede anche un approccio più intenso al *Packaging Design* che combina gli ambienti digitali e virtuali con i *Concept Store* e il *Retail*, per cui l'illustrazione vettoriale, la padronanza dei *Big Data* e la progettazione dell'esperienza finale del cliente sono anche assi di questo insegnamento.

La padronanza delle strutture, dei materiali e dell'*Ecopackaging*, nonché della comunicazione visiva per adattarli a una strategia di mercato competitiva basata sull'analisi, insieme alle più recenti tecniche artistiche per promuovere la creatività e la sua applicazione, sia al settore premium e luxury che al mercato di massa, forniranno agli studenti le competenze necessarie per inserirsi nel multiforme mercato del *Packaging*, in continua innovazione ed evoluzione.

Questo Master approfondisce l'uso degli strumenti più avanzati e l'implementazione delle tecniche di illustrazione, comprendendo i concetti fondamentali del design per il *Packaging*. Il concetto di sostenibilità è un asse fondamentale dello stile di progettazione e nuovi aspetti come l'intelligenza artificiale e l'innovazione digitale migliorano l'esperienza dell'utente.

Un programma specializzato, sviluppato e rigorosamente selezionato da esperti di arti visive, marketing e comunicazione, basato su un'innovativa metodologia di insegnamento 100% online che si adatta alle circostanze personali di ogni studente, consentendogli di scegliere il momento e il luogo in cui studiare. In questo modo vengono utilizzate numerose risorse didattiche multimediali, come esercizi pratici, tecniche video, riassunti interattivi o masterclass, per conseguire la qualifica in 12 mesi.

Questo **Master in Packaging Design** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Design, Marketing e Comunicazione
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici con cui è possibile realizzare autovalutazioni per migliorare l'apprendimento
- ♦ Speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet



Grazie a questo Master imparerai a conoscere i principi del Packaging Design e avrai accesso a numerose opportunità professionali"

“

Al termine del programma sarai in grado di lavorare nei mercati dei prodotti di largo consumo, del lusso e della gastronomia, progettando soluzioni di packaging innovative e funzionali per i loro prodotti”

Il personale docente del programma comprende rinomati professionisti e riconosciuti specialisti appartenenti a prestigiose società e università, che forniscono agli studenti le competenze necessarie a intraprendere un percorso di studio eccellente.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale.

La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il programma accademico. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Sviluppa nuovi concetti creativi attraverso idee innovative e gli strumenti di Adobe Illustrator nel corso di Packaging Design.

Iscriviti ora e raggiungerai il tuo obiettivo in soli 12 mesi in modo agile, comodo ed efficiente. Grazie alla metodologia 100% online basata sul Relearning.



02 Obiettivi

L'obiettivo principale di questo programma in Packaging Design è quello di fornire ai professionisti le conoscenze e le tecniche più recenti in questo settore, in modo che possano incorporarle immediatamente nel loro lavoro. Potrai sperimentare rapidi progressi grazie alle numerose soluzioni avanzate che sarai in grado di offrire ai tuoi clienti o datori di lavoro nello sviluppo di idee creative e funzionali.



“

Non dovrai sacrificare nessuna delle tue attività attuali per continuare il tuo sviluppo professionale. Questo programma ti offre la qualità e la flessibilità che stavi cercando”



Obiettivi generali

- ◆ Padroneggiare gli strumenti del *Packaging* e dell'illustrazione digitale utilizzando il programma Adobe Illustrator
- ◆ Creare un'identità visiva concettuale, sperimentale e/o commerciale adatta a tutti i tipi di prodotti
- ◆ Gestire un progetto completo di *Packaging* e un portfolio personalizzato
- ◆ Assimilare l'intera catena del valore del prodotto: dal product design all'apertura della confezione a casa o alla vendita in negozio
- ◆ Generare strategie di *Branding* e marketing attraverso l'uso di *Big Data* e la valutazione continua
- ◆ Progettare tutte le strutture di *Packaging*, in base a una conoscenza avanzata dei materiali e delle applicazioni reali
- ◆ Gestire l'*Ecopackaging* e i materiali coinvolti nella progettazione del packaging dei prodotti
- ◆ Applicare il *Packaging Design* dai prodotti di largo consumo ai cosmetici, ai gioielli o ai prodotti gourmet e al mercato del *Packaging* di lusso





Obiettivi specifici

Modulo 1. Design e illustrazione con Adobe Illustrator

- ♦ Integrare gli strumenti di Adobe Illustrator nel product e *Packaging* design
- ♦ Gestire la tipografia per il design delle etichette
- ♦ Padroneggiare l'uso della tavolozza dei colori per una stampa corretta
- ♦ Generare armonia nel design ed implementare strumenti con personalità che integrino i valori del brand
- ♦ Incorporare il flusso di lavoro del digital design nel progetto di *Packaging*

Modulo 2. Illustrazione vettoriale del *Packaging* in Adobe Illustrator

- ♦ Incorporare la grafica vettoriale per il digital design con Adobe Illustrator
- ♦ Applicare e selezionare gli strumenti necessari per la realizzazione di un progetto di *Packaging*
- ♦ Padroneggiare la tipografia e il *lettering* per la creazione di etichette e loghi
- ♦ Creare fotomontaggi che mostrino il prodotto finale in 3D e ricreino lo scenario finale
- ♦ Gestire il *Packaging* design in tutte le sue fasi: dalla creazione di un volume su uno spazio vuoto alla sua stampa con tutti gli strati



Modulo 3. Ecodesign: materiali per il *Packaging* design

- ♦ Approfondire la comprensione del funzionamento dell'economia circolare in relazione al *Packaging* design
- ♦ Padroneggiare i materiali biodegradabili e il processo di riciclaggio
- ♦ Gestire le decisioni relative al design prestando particolare attenzione alla seconda vita del packaging
- ♦ Sensibilizzare all'uso della plastica e alla necessità di ridurre la nostra emissione di anidride carbonica per preservare l'ambiente
- ♦ Ottimizzare il processo di *Packaging* design diventando designer consapevoli

Modulo 4. La struttura del *Packaging*

- ♦ Padroneggiare le tecniche di creatività e composizione strutturale basate sulla cultura del *Packaging*
- ♦ Generare un concetto specifico che risponda a un'identità universale basata sulla coerenza con lo scopo del brand
- ♦ Applicare tecniche di ricerca nell'ambiente fisico e digitale stabilendo linee guida per il design
- ♦ Gestire il *lettering* e la tipografia per produrre etichette destinate al packaging
- ♦ Approfondire l'esperienza sensoriale e trascendere nella nuova Realtà Virtuale del *Packaging*

Modulo 5. *Packaging* per gioielli e cosmetici

- ♦ Incorporare le esigenze dei consumatori di cosmetici, sia tradizionali che emergenti, comprendendo che il *Packaging* cosmetico fa la differenza per l'acquisto di un prodotto nella maggior parte delle occasioni
- ♦ Padroneggiare le tecniche di design in tutto il processo di *Packaging* allineando l'imballaggio esterno, interno e del prodotto
- ♦ Ampliare i criteri di applicazione degli stili nel settore cosmetico, in quanto il *Packaging* design è altamente definito e polarizzato
- ♦ Gestire tecniche di *Packaging* sperimentali e creative per aumentare l'esclusività attraverso il valore della confezione
- ♦ Generare nuovi design basati sul *Packaging* design per gioielli, tenendo conto delle principali tendenze del design nel settore del lusso

Modulo 6. *Packaging* per vini e prodotti gourmet

- ♦ Incorporare le tradizioni familiari e la rievocazione dei bei momenti in un prodotto concepito come parte intangibile del patrimonio culturale del Paese
- ♦ Gestire gli aspetti casistici e tecnici del packaging di vini e di prodotti gourmet, trovando un equilibrio tra design funzionale ed estetica
- ♦ Conoscere i materiali che compongono il *Packaging* dei prodotti, come tappi, vetro e imballaggi secondari
- ♦ Progettare l'etichetta secondo una struttura informativa che tenga conto dei marchi di qualità e rifletta la personalità del brand
- ♦ Gestire l'esperienza utente con la consapevolezza che si tratta di un'esperienza sensoriale in cui il senso del gusto deve essere percepito anche attraverso gli occhi

Modulo 7. Packaging design nel settore dei beni di largo consumo

- ♦ Generare trasparenza ed efficienza nel confezionamento degli alimenti, fattori determinanti per il corretto sviluppo della nostra salute fisica
- ♦ Incorporare le nanotecnologie e le tecniche di *Packaging* interattivo nel mercato dei beni di largo consumo come parte di una strategia di innovazione costante
- ♦ Assimilare le esigenze del prodotto alimentare e le sue condizioni di conservazione, trasporto e stoccaggio
- ♦ Analizzare i risultati del packaging design da un punto di vista funzionale ed estetico
- ♦ Gestire le tendenze della personalizzazione nel campo del design per i brand e il pubblico dei beni di largo consumo

Modulo 8. Marketing & Branding per il Packaging

- ♦ Integrare l'uso dei dati nella strategia creativa del *Packaging*
- ♦ Padroneggiare la comunicazione strategica e di valore per un *briefing* di packaging design di successo
- ♦ Creare valore attraverso la proiezione di un'identità di brand che possa cambiare nel tempo grazie a flessibilità e versatilità
- ♦ Aggiungere l'esperienza dell'utente nell'ambiente digitale al *Packaging* tradizionale dei negozi fisici
- ♦ Assimilare l'uso dell'intelligenza artificiale per supportare, valutare e analizzare il comportamento per lo sviluppo del pensiero critico

Modulo 9. Direzione creativa

- ♦ Incoraggiare lo sviluppo delle capacità artistiche attraverso la comprensione dell'uso dei codici visivi e del loro messaggio
- ♦ Applicare quanto appreso finora allo sviluppo di un portfolio personale e di un *briefing* sui design
- ♦ Inserire il visual storytelling nella strategia del brand
- ♦ Incorporare le tecniche artistiche più avanzate, come il cadavere squisito o l'ipergrafismo
- ♦ Gestire lo spazio, le strutture e i volumi, nonché la gamma dei colori nel loro insieme e non separatamente

Modulo 10. Sviluppo operativo del Packaging

- ♦ Identificare il ruolo del design all'interno della catena di approvvigionamento delle merci
- ♦ Gestire lo sviluppo del prodotto, la prototipazione e le tecniche di test per applicarle al *Packagingdesign*
- ♦ Aumentare le capacità di creazione di idee dello studente mediante una prospettiva globale del "viaggio del pacchetto"
- ♦ Incorporare tutte le conoscenze legali e normative sull'uso e lo sfruttamento della proprietà intellettuale
- ♦ Padroneggiare il proprio ruolo di designer e migliorare i rapporti di lavoro

03

Competenze

Grazie al Master in Packaging Design il professionista svilupperà capacità creative per esprimersi efficacemente nell'ambiente del marketing, dando vita a idee funzionali e uniche attraverso gli strumenti e le tecniche apprese. Sarà in grado di lavorare nel *Packaging Design* per il settore della cosmetica e della gioielleria, così come per i prodotti enogastronomici e il mercato di massa, con sviluppo integrale della catena di valore del *Packaging* e dell'integrazione con il prodotto per aumentarne il valore sul mercato.





“

Svilupperai le capacità creative per utilizzare Adobe Illustrator per progettare Packaging innovativi e funzionali”

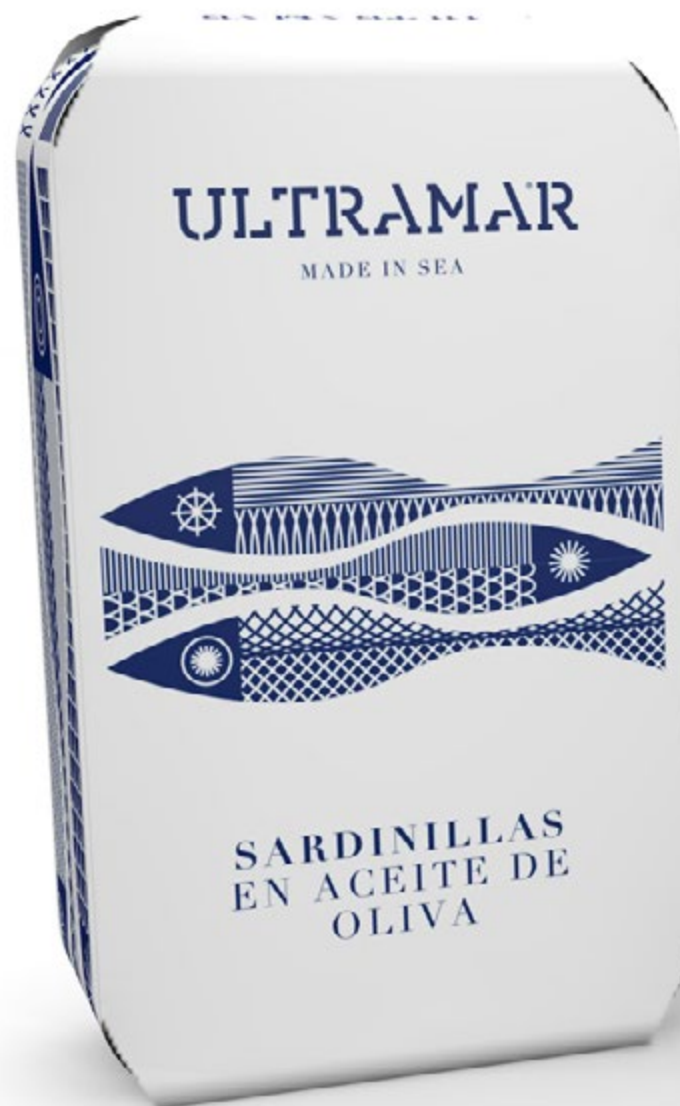


Competenze generali

- ♦ Sviluppare la comunicazione verbale e visiva acquisendo la padronanza dei briefing e delle tendenze nel *Packaging design*
- ♦ Aumentare la creatività mediante l'uso delle tecniche di direzione artistica e concettuali applicate al packaging dei prodotti
- ♦ Essere preparati sul piano analitico mediante l'osservazione, l'integrazione e la valutazione delle strategie di *Branding* generate nel settore del packaging
- ♦ Acquisire la conoscenza del mercato del *Packaging* cosmetico e della gioielleria, nonché dei prodotti vinicoli, gourmet e di largo consumo
- ♦ Sviluppare le tecniche di illustrazione e di design assistito tramite computer, utilizzando il software Adobe Illustrator
- ♦ Ampliare la conoscenza completa della catena di valore del *Packaging* e l'integrazione con il prodotto per aumentarne il valore sul mercato



Aggiorna le tue conoscenze e competenze nel *Packaging Design* e proponi soluzioni ingegnose nei tuoi nuovi progetti”





Competenze specifiche

- ◆ Esprimere le idee in modo creativo e funzionale utilizzando lo strumento Adobe Illustrator
- ◆ Sviluppare concetti creativi secondo i propri criteri e adattati alle esigenze del prodotto e del mercato
- ◆ Possedere una conoscenza avanzata degli stili di design appropriati per ogni tipo di prodotto in settori come quello gourmet, cosmetico, della gioielleria e dei beni di largo consumo
- ◆ Elaborare un *Packaging* design sostenibile e più responsabile dal punto di vista ambientale
- ◆ Trascendere all'implementazione della Realtà Virtuale come nuovo elemento per la realizzazione di nuovi concetti
- ◆ Padroneggiare gli stili di design in ciascuno dei settori da applicare: lusso, Gourmet o beni di largo consumo
- ◆ Migliorare la ricerca di mercato sui prodotti, per utilizzare i dati nello sviluppo del design
- ◆ Integrare le nuove tecnologie per fornire una migliore esperienza all'utente finale attraverso il *Packaging*
- ◆ Generare una corretta prestazione operativa come designer nel rispetto dell'ambiente

04

Direzione del corso

TECH ha selezionato un team di docenti di alto livello composto da professionisti all'avanguardia con esperienza internazionale, che forniscono il valore e la garanzia che questo programma richiede per preparare designer di successo nel mondo del *Packaging*. Esperti nelle aree della comunicazione, del marketing e delle arti visive, saranno in grado di trasmettere agli studenti tutte le conoscenze di cui hanno bisogno per svilupparle efficacemente e integrarle nella loro pratica lavorativa. La metodologia didattica è al 100% online e si basa sul *Relearning*, che offre grandi vantaggi al processo di apprendimento.



“

*Professionisti all'avanguardia con oltre
15 anni di esperienza ti guideranno
sulla strada del successo”*

Direttore ospite internazionale

Laura Moffitt è una designer di fama mondiale, altamente specializzata in strategie di packaging e sviluppo del marchio a livello globale. Forte di una solida esperienza nella direzione creativa nel packaging innovativo, ha lavorato con team multifunzionali per dare vita ai marchi attraverso una visione creativa e coerente. La sua attenzione alle tendenze progettuali e la passione per l'eccellenza l'hanno portata a superare i limiti della convenzionalità, portando al settore una visione innovativa.

Nel corso della sua carriera ha ricoperto ruoli chiave in aziende di fama, tra cui la Direzione del design degli imballaggi presso Youth to the People presso L'Oréal. In questo modo, è stato incaricato di guidare la concettualizzazione e l'esecuzione dei progetti di imballaggio, collaborando con i team di marketing, sviluppo prodotti e fornitori per garantire un'esperienza di branding coerente ed efficiente.

Va sottolineato che è stata riconosciuta a livello internazionale per la sua capacità di elevare la presenza delle istituzioni con cui ha lavorato. In questo senso, il suo ruolo è stato molto importante nello sviluppo di strategie globali di packaging e nella proposta di collezioni visivamente interessanti che connettono con il consumatore. Oltre alla sua esperienza nel settore, è stata premiata per il suo approccio innovativo e ha guidato numerose iniziative di miglioramento continuo che hanno segnato pietre miliari nel settore.

Ha anche contribuito allo sviluppo di ricerche e analisi delle tendenze del mercato, che gli hanno permesso di rimanere in prima linea nel settore del design. Ha sviluppato modelli ad alta fedeltà, rappresentazioni 3D di imballaggi e articoli promozionali e ha progettato risorse digitali. Il suo approccio investigativo gli ha permesso di collaborare al lancio di nuovi prodotti che si distinguono per funzionalità ed estetica.



Dott.ssa Laura Moffitt

- Direttrice di Design del Packaging presso L'Oréal, Los Angeles, Stati Uniti
- Senior Designer (Youth to the People) presso L'Oréal
- Packaging designer presso L'Oréal
- Packaging designer presso Youth To The People
- Designer senior di design visivo Beats by Dr. Dre (Apple)
- Graphic Designer presso FAM Brands
- Graphic Design Trainee in Disegno di memoria
- Stage di marketing in Bonhams
- Specialista in Graphic Design presso l'Istituto Pratt
- Laurea in Design della comunicazione, con specializzazione in Graphic Design da Pratt Institute

“

*Grazie a TECH potrai
apprendere con i migliori
professionisti del mondo”*

Direzione



Dott.ssa García Barriga, María

- ♦ Dottorato di ricerca in Design e Marketing dei Dati
- ♦ Comunicatrice presso RTVE
- ♦ Comunicatrice presso Telemadrid
- ♦ Docente universitaria
- ♦ Autrice di The Pattern of Eternity: Creare un'identità a spirale per automatizzare le tendenze della moda oggi
- ♦ Campagne di comunicazione, marketing e sociali Patrimonio artistico - Marketing Digitale
- ♦ Direttore editoriale, Chroma Press
- ♦ Marketing e Social Media Account Executive, Servicecom
- ♦ Redattrice dei contenuti web, Premium Difusión, Diario Siglo XXI e Magazine Of Managers
- ♦ Dottorato di ricerca, Design e Marketing dei Dati Università Politecnica di Madrid
- ♦ Laurea in Scienze dell'Informazione, Comunicazione, Marketing e Pubblicità Università Complutense di Madrid
- ♦ Corso Post-Laurea in Marketing e Comunicazione Aziendale del settore Moda e Lusso, Università Complutense di Madrid
- ♦ Certificato in Analisi dei dati e creatività con Python conseguito in Cina
- ♦ ISEM Fashion Business School, la scuola di moda dell'Università della Navarra

Personale docente

Dott.ssa Merinero Gómez, Esther

- ◆ Direttrice artistica della Fiera d'Arte Internazionale Arco
- ◆ Direzione artistica di progetti come The Koppel Project Gallery e "Costa del Sol"
- ◆ Laurea in Belle Arti presso il Chelsea College of Arts **University**
- ◆ MA Sculpture conseguito presso il Royal College of Arts di Londra

Dott.ssa Sigüenza, Eva

- ◆ Consulente di Agenzie di Comunicazione e Relazioni Pubbliche nel Settore Lifestyle
- ◆ Coordinatore delle Relazioni Pubbliche presso Penair
- ◆ Consulente di Marketing e Relazioni Pubbliche presso OmnicomPRGroup
- ◆ Direttore Commerciale presso l'Agenzia TTPR
- ◆ Account Executive presso Ogilvy Public Relations Worldwide
- ◆ Specialista in campagne per il settore del lusso e dell'alta orologeria, con clienti come Panerai
- ◆ Laurea in Pubblicità e Pubbliche Relazioni. Università Europea di Madrid
- ◆ Master in Marketing Digitale e Commercio Elettronico presso la EAE Business School

Dott. Holgueras, Javier

- ◆ Pianificatore della gestione della catena di approvvigionamento Zalando
- ◆ Analista aziendale per Apple presso la sede centrale in Irlanda
- ◆ Responsabile di mercato per Kellogg's
- ◆ Pianificatore delle vendite e dello sviluppo delle entrate per Mondelēz International
- ◆ Responsabile dell'implementazione per Colgate-Palmolive
- ◆ Master in *Big Data* e Business Analytics presso la Scuola di Organizzazione Industriale
- ◆ Master in Ingegneria Industriale presso l'Università di Valladolid
- ◆ Laurea in Economia presso l'Università Nazionale di Educazione a Distanza

Dott.ssa Gárgoles Saes, Paula

- ◆ Dottorato di ricerca, Ricercatrice e Consulente, Specialista di Moda, Comunicazione e Sostenibilità
- ◆ Professoressa e Ricercatrice presso la Scuola di Comunicazione e Responsabile dell'Accademia di Comunicazione Aziendale dell'Università Panamericana di Città del Messico
- ◆ Consulente per la Comunicazione e la Sostenibilità presso Ethical Fashion Space di Città del Messico
- ◆ Giornalista di Moda presso Europa Press Agency e Asmoda Digital Magazine
- ◆ Specialista di Moda presso il Fashion Institute of Technology di New York e presso il Future Concept Lab di Milano
- ◆ Ha partecipato al Corso di Studi in Comunicazione e Gestione della Moda del Centro Universitario Villanueva e della ISEM Fashion Business School
- ◆ Dottorato di ricerca conseguito con Lode in Creatività Applicata presso l'Università della Navarra con la tesi "Modello reputazionale per il settore della moda"
- ◆ Laurea in Giornalismo. Università Complutense di Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA presso ISEM Fashion Business School

Dott.ssa Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Designer tessile presso Petite Antoinette
- ◆ Designer presso Donzis Estudios
- ◆ Designer presso Summon Press
- ◆ Modellista presso Valentín Herraiz
- ◆ Laurea in Design della Moda presso Barreira Arte y Diseño
- ◆ Esperta di Digital Design con Adobe Illustrator
- ◆ Specialità in modellistica, taglio e sartoria dell'abbigliamento valenciano presso Aitex Paterna

Dott.ssa Macías, Lola

- ◆ Consulente per l'internazionalizzazione presso Thinking Out
- ◆ Consulente per l'internazionalizzazione approvato dall'Istituto Valenciano per la Competitività delle Imprese
- ◆ Coordinatrice dell'Osservatorio del Mercato Tessile. AITEX
- ◆ Docente di Commercio Internazionale e Marketing e Pubblicità presso l'Università Europea di Valencia
- ◆ Docente di Internazionalizzazione e Gestione strategica d'impresa presso l'Università CEU Cardenal Herrera
- ◆ Dottorato in Marketing presso l'Università di Valencia
- ◆ Laurea in Amministrazione e Direzione Aziendale presso l'Università di Valencia
- ◆ Master in Gestione e Amministrazione delle Imprese Commerciali dell'Università di Parigi
- ◆ Master Universitario in Formazione degli Insegnanti di Scuola Secondaria e Formazione Professionale conseguito presso l'Università Cattolica di Valencia
- ◆ Master in Fashion, Design Management and Operations presso AITEX





Dott.ssa Romero Monente, Begoña

- ◆ Mentore personale e Coach per imprenditori
- ◆ Docente e insegnante in diversi corsi di retail management, marketing digitale e gestione delle persone
- ◆ Amministratore delegato dell'agenzia Young Promotion, dove ha creato il servizio di Personal Shopper negli aeroporti spagnoli e si è specializzata nell'esecuzione di campagne pubblicitarie nei negozi Duty Free, con clienti come AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, e altri ancora
- ◆ Coordinatrice della Airport Promotion Agencies Association
- ◆ Broadcaster, copywriter e responsabile della comunicazione per vari media on/off
- ◆ Laurea in Giornalismo presso l'Università di Malaga
- ◆ Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso l'Universitat Oberta de Catalunya
- ◆ MBA presso l'ISEM Fashion Business School dell'Università della Navarra
- ◆ Coach certificato presso la Scuola Europea di Coaching

05

Struttura e contenuti

Affinché il professionista possa raggiungere una totale flessibilità nel processo di apprendimento e rispondere positivamente alle relative valutazioni, è stato progettato un programma che comprende la padronanza di tecniche, strumenti e lo sviluppo di capacità di ricerca con l'implementazione in diversi settori di mercato. Strutturato in 10 moduli con contenuti esclusivi selezionati da esperti, da completare in soli 12 mesi. È distribuito in diversi formati audiovisivi e scritti per dare dinamismo al processo, ed è fornito attraverso interessanti risorse multimediali.



“

La varietà di formati in cui vengono presentati i contenuti apporta dinamismo e agilità al processo di studio. Il tutto grazie alla metodologia 100% online basata sul Relearning”

Modulo 1. Design e illustrazione con Adobe Illustrator

- 1.1. Preparazione dello spazio di lavoro
 - 1.1.1. Che cos'è una grafica vettoriale?
 - 1.1.2. Nuovo documento. Spazio di lavoro
 - 1.1.3. Interfaccia
- 1.2. Area di lavoro
 - 1.2.1. Strumenti disponibili
 - 1.2.2. Righelli, guide. Griglie
 - 1.2.3. I tavoli di lavoro
- 1.3. Lavori di disegno
 - 1.3.1. Figure geometriche
 - 1.3.2. Selezione e selezione diretta
 - 1.3.3. Delineazione
- 1.4. Colore
 - 1.4.1. Colori e contagocce
 - 1.4.2. Matita
 - 1.4.3. Pennello
- 1.5. Trasformazione della forma
 - 1.5.1. Gomma, forbici e coltello
 - 1.5.2. Deformazione, scalatura e distorsione
 - 1.5.3. Allineamento e raggruppamento. Livelli
- 1.6. Colore e attributi di riempimento
 - 1.6.1. Penna
 - 1.6.2. Assi e vertici interattivi
 - 1.6.3. Librerie di colori
- 1.7. Forme
 - 1.7.1. Gradienti e trasparenze. Fusione
 - 1.7.2. Pathfinder
 - 1.7.3. Tracciamento interattivo

- 1.8. Le lettere
 - 1.8.1. Installare il font manager e i font. Carattere e paragrafo
 - 1.8.2. Strumento di testo
 - 1.8.3. Delineare, modificare e deformare il testo. Espandere e spostare
- 1.9. Gamma cromatica
 - 1.9.1. Gamma cromatica
 - 1.9.2. Fonti e gerarchie. Logo con immagine
 - 1.9.3. Creazione di un modello e di un campione
- 1.10. Arti finali
 - 1.10.1. Formati cartacei e web
 - 1.10.2. Esportare per la stampa
 - 1.10.3. Esportare su supporti digitali

Modulo 2. Illustrazione vettoriale del *Packaging* in Adobe Illustrator

- 2.1. La grafica vettoriale
 - 2.1.1. Nuovo documento. Spazio di lavoro
 - 2.1.2. Strumenti generali
 - 2.1.3. Il colore
- 2.2. Arti finali
 - 2.2.1. Formati cartacei e web
 - 2.2.2. Esportare per la stampa
 - 2.2.3. Esportare su supporti digitali
- 2.3. Strumenti AI per l'illustrazione
 - 2.3.1. Combinazioni di strumenti AI per l'illustrazione
 - 2.3.2. Composizioni vettoriali
 - 2.3.3. Font
- 2.4. Illustrazione digitale
 - 2.4.1. Riferimenti per le illustrazioni AI
 - 2.4.2. Tecnica di tracciatura vettoriale e relativi derivati
 - 2.4.3. Applicazione dell'illustrazione al *Packaging* (*In Focus: Delinee*)

- 2.5. Fonti
 - 2.5.1. Ottimizzazione dei tempi (pagine con motivi AI gratuiti)
 - 2.5.2. Versioni e modifiche (disegno vettoriale)
 - 2.5.3. Vantaggi di AI rispetto a Photoshop nell'illustrazione digitale
- 2.6. Formati
 - 2.6.1. Design su un formato predeterminato
 - 2.6.2. Creazione del formato da 0
 - 2.6.3. Nuovi formati e applicazioni
- 2.7. Materiali
 - 2.7.1. Materiali caratteristici e relative applicazioni
 - 2.7.2. Il *Packaging* come oggetto del desiderio
 - 2.7.3. Nuovi materiali
- 2.8. *Packaging* fisico
 - 2.8.1. Etichette
 - 2.8.2. Scatole
 - 2.8.3. Note di ringraziamento/inviti
 - 2.8.4. Confezioni
- 2.9. *Packaging* digitale
 - 2.9.1. *Newsletter*
 - 2.9.2. *Banner* e sito web
 - 2.9.3. Il formato Instagram
- 2.10. *Mockup*
 - 2.10.1. Integrazione di un *Mockup*
 - 2.10.2. Portali di *Mockup* gratuiti
 - 2.10.3. Usi del *Mockup*
 - 2.10.4. Creazione di un proprio *Mockup*

Modulo 3. Ecodesign: materiali per il *Packaging* design

- 3.1. La sostenibilità: un nuovo *driver* di progettazione
 - 3.1.1. Le tre dimensioni della sostenibilità: sostenibilità sociale, ambientale ed economica
 - 3.1.2. La sostenibilità nei modelli di business
 - 3.1.3. Sostenibilità integrata nell'intero processo di imballaggio: dalla progettazione al riciclo
- 3.2. Economia circolare nel *Packaging*
 - 3.2.1. Circolarità negli ambienti estetici
 - 3.2.2. L'applicazione dell'economia circolare nel settore del *Packaging*
 - 3.2.3. Le sfide dell'economia circolare nel settore del *Packaging*
- 3.3. Design sostenibile del *Packaging*
 - 3.3.1. Obiettivi di design sostenibile
 - 3.3.2. Difficoltà del design sostenibile
 - 3.3.3. Sfide di design sostenibile
- 3.4. Materiali sostenibili
 - 3.4.1. *Packaging* realizzati con materiali di origine naturale
 - 3.4.2. *Packaging* realizzati con materiali compostabili
 - 3.4.3. *Packaging* realizzati con materiali biodegradabili
- 3.5. Utilizzo della plastica
 - 3.5.1. Gli effetti della plastica sul mondo
 - 3.5.2. Alternative alla plastica
 - 3.5.3. Plastica riciclata
- 3.6. Processi produttivi sostenibili
 - 3.6.1. Processi sostenibili nella dimensione sociale
 - 3.6.2. Processi sostenibili nella dimensione ambientale
 - 3.6.3. Processi sostenibili nella dimensione economica e della governance
- 3.7. Il riciclaggio
 - 3.7.1. Materiali riciclati
 - 3.7.2. Processo di riciclaggio
 - 3.7.3. Il prezzo del riciclo nel *Packaging*

- 3.8. Progettare *Packaging* per il riciclo e il riutilizzo
 - 3.8.1. La seconda vita del *Packaging*
 - 3.8.2. Design per il riciclo
 - 3.8.3. Design per il riutilizzo
- 3.9. Ottimizzazione e versatilità del *Packaging*
 - 3.9.1. Quando meno è meglio nel *Packaging*
 - 3.9.2. Come ridurre il *Packaging* senza perdere il valore del brand?
 - 3.9.3. Quando è possibile rimuovere il *Packaging* senza che il brand perda valore?
- 3.10. Come sensibilizzare i consumatori sul *Packaging*
 - 3.10.1. Istruzione
 - 3.10.2. Sensibilizzazione
 - 3.10.3. Coinvolgere il consumatore nel processo di *Packaging*

Modulo 4. La struttura del *Packaging*

- 4.1. Illustrazione del *Packaging*
 - 4.1.1. Cultura del *Packaging* (risonanza)
 - 4.1.2. Le funzioni del digital *Packaging*
 - 4.1.3. Gli obiettivi del *Packaging* design
- 4.2. Composizione strutturale
 - 4.2.1. Selezione della forma (struttura)
 - 4.2.2. Color *Matching*
 - 4.2.3. Texture 2D
- 4.3. Tecniche espressive
 - 4.3.1. Illustrazioni specifiche
 - 4.3.2. Illustrazioni astratte
 - 4.3.3. L'umorismo nei prodotti confezionati
- 4.4. Tecniche di rappresentazione visiva
 - 4.4.1. Associazioni
 - 4.4.2. Metafore simboliche
 - 4.4.3. Iperbole visiva, esagerazioni (*In Focus*: gerarchia visiva)
- 4.5. Progetto concettuale
 - 4.5.1. Ricerca demografica ed etnografica
 - 4.5.2. *Retail Research & Digital Research*
 - 4.5.3. Concetto di brand, packaging design (*In Focus*: Culture Map)
- 4.6. Elementi di *Packaging* design
 - 4.6.1. Il pannello di visualizzazione
 - 4.6.2. Immagini del brand
 - 4.6.3. *Concept Board* (*In Focus*: il nome del prodotto e il nome del brand)
- 4.7. *Lettering*
 - 4.7.1. La tipografia
 - 4.7.2. Interlinea
 - 4.7.3. Principi tipografici (*In Focus*: font e tecnologia)
- 4.8. Tappe del *Packaging* design
 - 4.8.1. Struttura del progetto e *briefing*
 - 4.8.2. La comunicazione della strategia
 - 4.8.3. Perfezionamento del design e pre-produzione (*In Focus*: A chi sono destinati i prodotti *Luxury Packaging*?)
- 4.9. L'esperienza sensoriale
 - 4.9.1. Che suono ha il *Packaging*?
 - 4.9.2. Il tatto in 2D
 - 4.9.3. Valutazione sensoriale (*In Focus*: l'esperienza sensoriale virtuale)
- 4.10. Il *Packaging* virtuale
 - 4.10.1. Il packaging nel metaverso
 - 4.10.2. Brand di lusso
 - 4.10.3. Il materiale audiovisivo incluso nel *Packaging* (*In Focus*: *Unboxing* nel metaverso)



Modulo 5. *Packaging* per gioielli e cosmetici

- 5.1. Competere nel settore cosmetico
 - 5.1.1. Le esigenze del consumatore di *Packaging*
 - 5.1.2. L'ampio spettro di brand cosmetici
 - 5.1.3. Il *Packaging* design come valore differenziale nel settore cosmetico
- 5.2. Stili di design cosmetico
 - 5.2.1. Design femminile
 - 5.2.2. Design maschile
 - 5.2.3. Design no *Gender*
- 5.3. Il design delle confezioni di creme e saponi
 - 5.3.1. Definire le linee: tonde o quadrate?
 - 5.3.2. Personalizzazione del *Front*
 - 5.3.3. Modelli Audaci vs. Modelli Sobri
- 5.4. Sicurezza e protezione delle creme
 - 5.4.1. Conservazione degli antiossidanti
 - 5.4.2. I rischi di un cattivo imballaggio
 - 5.4.3. Opacità dell'imballaggio?
- 5.5. Profumi
 - 5.5.1. Ingredienti naturali
 - 5.5.2. Confezione del profumo: colore o cristallo
 - 5.5.3. La struttura della boccetta
- 5.6. Il *Packaging* design per i trucchi
 - 5.6.1. Illustrazione su scatole di ombretti
 - 5.6.2. Edizioni speciali
 - 5.6.3. Stile floreale vs. Stile minimalista
- 5.7. Tendenze del *Packaging* nell'intero processo di confezionamento
 - 5.7.1. Imballaggio esterno-borsa
 - 5.7.2. Imballaggio interno-scatola
 - 5.7.3. Imballaggio del prodotto-boccetta

- 5.8. Il *Packaging* sperimentale creativo
 - 5.8.1. Il gioiello come pezzo unico
 - 5.8.2. Sofisticatezza ed eleganza
 - 5.8.3. La scatola magica
- 5.9. Selezione del colore nel *Packaging* design dei gioielli
 - 5.9.1. La tavolozza classica
 - 5.9.2. Il colore oro e il suo simbolismo
 - 5.9.3. Metallo, un materiale freddo e incolore
- 5.10. Il design della confezione nei gioielli
 - 5.10.1. Taglio del legno: bordi e scomparti
 - 5.10.2. Rivestimento in tessuto o velluto
 - 5.10.3. Il design della presentazione dei gioielli
- 5.11. *Luxury Jewelry Packaging*
 - 5.11.1. Il *Packaging* in pelle
 - 5.11.2. L'uso di pizzi e raso
 - 5.11.3. Spazio per il logo

Modulo 6. *Packaging* per vini e prodotti gourmet

- 6.1. Fondamenti di *Packaging* Gourmet
 - 6.1.1. Design pratico ed estetico
 - 6.1.2. L'uso di vetro e cartone
 - 6.1.3. L'ergonomia della confezione
- 6.2. Architettura dell'informazione
 - 6.2.1. La priorità: estetica o funzionale
 - 6.2.2. Valori complementari
 - 6.2.3. Il messaggio da trasmettere
- 6.3. Design del logo
 - 6.3.1. L'isotipo
 - 6.3.2. L'isotipo
 - 6.3.3. L'etichetta

- 6.4. Contenuto indispensabile nel *Packaging Gourmet* e dei vini
 - 6.4.1. Denominazione di origine
 - 6.4.2. Descrizione del prodotto
 - 6.4.3. Marchi di qualità specifici
- 6.5. Le proprietà del vino e dei prodotti gourmet
 - 6.5.1. Preservare la qualità
 - 6.5.2. Preservare il sapore
 - 6.5.3. La presentazione
- 6.6. La personalità dei brand gourmet e vinicoli
 - 6.6.1. Eredità familiare
 - 6.6.2. Ispirare i momenti migliori
 - 6.6.3. Il senso del gusto entra attraverso gli occhi
- 6.7. L'etichetta
 - 6.7.1. Tipologia di carta
 - 6.7.2. Proprietà della carta
 - 6.7.3. Ulteriori informazioni (*In Focus: l'uso di carta riciclata sulle etichette*)
- 6.8. Il tappo di sughero
 - 6.8.1. La qualità del tappo
 - 6.8.2. Sughero naturale, *twin-top*, agglomerato e colmato
 - 6.8.3. Stampa sul tappo (Procork, T-Cork, Cava o Multipiece)
- 6.9. Il vetro
 - 6.9.1. Stampi e forme in vetro
 - 6.9.2. Altezza e colore della bottiglia
 - 6.9.3. Il design delle capsule di protezione
- 6.10. Confezioni gourmet
 - 6.10.1. Uno sguardo al prodotto
 - 6.10.2. Etichettatura chiara, leggibile e ordinata
 - 6.10.3. Progettare la qualità

Modulo 7. Packaging design nel settore dei beni di largo consumo

- 7.1. Trasparenza nel *Packaging* degli alimenti
 - 7.1.1. Confezionare la salute
 - 7.1.2. Involucri alimentari in plastica e materiali biodegradabili
 - 7.1.3. I polimeri
- 7.2. Nuovi imballaggi per alimenti
 - 7.2.1. I biopolimeri
 - 7.2.2. Gli acidi organici
 - 7.2.3. Indicatori di gas e temperatura
- 7.3. Nano *Packaging*
 - 7.3.1. Le nanoparticelle
 - 7.3.2. I nanomateriali
 - 7.3.3. Le nanoemulsioni
- 7.4. L'attualità del *Packaging* dei beni di largo consumo
 - 7.4.1. *Active Packaging*
 - 7.4.2. *Intelligent Packaging*
 - 7.4.3. *Smart Packaging*
- 7.5. Produzione di massa
 - 7.5.1. *Packaging* e distribuzione
 - 7.5.2. Imballaggio primario
 - 7.5.3. Imballaggio secondario (caso: scatole Kellogg's)
- 7.6. L'aspetto del largo consumo
 - 7.6.1. Fotografia alimentare
 - 7.6.2. Illustrazioni istruttive
 - 7.6.3. Design efficiente
- 7.7. Il *Packaging* interattivo
 - 7.7.1. La funzionalità del *Packaging* interattivo
 - 7.7.2. Tipi di *Packaging* interattivo
 - 7.7.3. Relazioni interattive

- 7.8. Design del packaging alimentare
 - 7.8.1. Forma e dimensioni
 - 7.8.2. Alimenti freschi o lavorati
 - 7.8.3. Il design nell'etichettatura dei prodotti
- 7.9. Il *Packaging* commerciale
 - 7.9.1. *From Common to Premium*
 - 7.9.2. Design funzionale con un twist
 - 7.9.3. Personalizzazione in massa
- 7.10. Valutazione del *Packaging* design
 - 7.10.1. È chiaro qual è il tuo prodotto?
 - 7.10.2. È una rappresentazione onesta del prodotto?
 - 7.10.3. Che aspetto avrà il prodotto in negozio o in 3D?
 - 7.10.4. Versatilità

Modulo 8. Marketing & Branding per il Packaging

- 8.1. L'intelligenza artificiale nel design del *Packaging*
 - 8.1.1. Attivare la creatività attraverso i dati
 - 8.1.2. Tecniche di differenziazione
 - 8.1.3. Riprogettazione e valutazione
- 8.2. *Branding* per "involucri"
 - 8.2.1. Identità del brand
 - 8.2.2. Design basato sul *branding*
 - 8.2.3. L'impatto economico del branding sul *Packaging*
- 8.3. Strategia digitale
 - 8.3.1. Strategie aziendali legate all'identità
 - 8.3.2. La pubblicità
 - 8.3.3. Valutazione del posizionamento
- 8.4. Il processo di orientamento ai dati
 - 8.4.1. Gestire la comunicazione visiva attraverso i dati
 - 8.4.2. Raccolta e selezione dei dati
 - 8.4.3. Analisi dei dati

- 8.5. Abitudini di consumo nell'ambiente *Premium*
 - 8.5.1. Metriche chiave del Marketing
 - 8.5.2. Metriche chiave del *Packaging*
 - 8.5.3. La creazione di modelli sequenziali
- 8.6. Innovazione nell'ambiente del *Packaging*
 - 8.6.1. Gestione della creatività
 - 8.6.2. Tecniche predittive
 - 8.6.3. Simulazione di scenari di innovazione
- 8.7. L'uso dei Big Data per creare l'icona
 - 8.7.1. Il mercato del *Packaging*
 - 8.7.2. Il consumatore del *Packaging*
 - 8.7.3. Segmentazione e valore
- 8.8. Creazione di valore nel tempo
 - 8.8.1. Strategie di fidelizzazione
 - 8.8.2. La generazione di ambasciatori
 - 8.8.3. Gestione efficiente delle comunicazioni
- 8.9. L'esperienza dell'utente
 - 8.9.1. Ambiente digitale
 - 8.9.2. La generazione di *Engagement*
 - 8.9.3. I messaggi
- 8.10. La gestione dei progetti
 - 8.10.1. Preparazione del *Briefing*
 - 8.10.2. Comunicazione strategica
 - 8.10.3. Comunicazione del valore

Modulo 9. Direzione creativa

- 9.1. Evoluzione del *Packaging*
 - 9.1.1. Comunicazione visiva
 - 9.1.2. Storia speculativa del *Packaging*
 - 9.1.3. Fondamenti estetici
- 9.2. Il racconto del prodotto
 - 9.2.1. Identificare la sua storia. Qual è il suo messaggio?
 - 9.2.2. Identificare il pubblico di riferimento
 - 9.2.3. Conversazione tra brand e consumatore
- 9.3. Strategia del brand
 - 9.3.1. *Briefing*
 - 9.3.2. Meccanismi e linguaggi
 - 9.3.3. *Material Research*. Tendenze
- 9.4. Laboratorio di speculazione
 - 9.4.1. Arte e spazio. Volumi
 - 9.4.2. Spazio fisico I. Gioco, tempo e azzardo
 - 9.4.3. Spazio digitale I. *Virtual Making*
- 9.5. L'ambiente del prodotto
 - 9.5.1. Le premesse e la loro posizione
 - 9.5.2. Spazio fisico II
 - 9.5.3. Spazio digitale II
- 9.6. Creatività tecnica
 - 9.6.1. Composizione
 - 9.6.2. Cadavere squisito. La molteplicità delle immagini
 - 9.6.3. *Hypergraphics*. Grafica applicata allo spazio
- 9.7. Produzione e sviluppo di *Packaging*
 - 9.7.1. I materiali come messaggio
 - 9.7.2. Tecniche tradizionali e contemporanee
 - 9.7.3. Perché cerchiamo un'immagine?

9.8. *Art Direction*

- 9.8.1. Applicare il racconto del prodotto
- 9.8.2. La gamma di colori e il suo significato
- 9.8.3. Identificare l'approccio pubblicitario

9.9. *Post-produzione*

- 9.9.1. Fotografia
- 9.9.2. Illuminazione
- 9.9.3. Effetti

9.10. *Progetto imprenditoriale*

- 9.10.1. Il Portfolio
- 9.10.2. Instagram
- 9.10.3. Riflessione. *Workshop*

Modulo 10. Sviluppo operativo del *Packaging*10.1. *La catena del valore del Packaging*

- 10.1.1. Il ciclo di vita di un "involucro"
- 10.1.2. Funzionalità
- 10.1.3. Il ruolo del design nella catena di approvvigionamento

10.2. *Stock Packaging*

- 10.2.1. Immagazzinamento
- 10.2.2. Distribuzione: tracciabilità e rintracciabilità
- 10.2.3. Integrare l'operatività nel design

10.3. *Retail ed e-commerce*

- 10.3.1. La nuova realtà del Packaging nei negozi fisici
- 10.3.2. *Concept Store*
- 10.3.3. Design della spedizione a domicilio (*In Focus*: standardizzazione vs. Personalizzazione)

10.4. *Packaging industriale*

- 10.4.1. Analisi dei costi
- 10.4.2. I limiti del design del *Packaging*
- 10.4.3. La valutazione del processo di *Packaging*

10.5. *Innovazione nel design del Packaging*

- 10.5.1. L'evoluzione del concetto di packaging
- 10.5.2. La qualità del *Packaging*
- 10.5.3. Gestione delle spedizioni nel canale online

10.6. *Strategia del Packaging*

- 10.6.1. Imballaggio primario, secondario e terziario nel sistema di *Packaging*
- 10.6.2. Il produttore del prodotto e il designer del *Packaging*
- 10.6.3. *Decision Making*

10.7. *Lo Sviluppo del concetto*

- 10.7.1. *OKR Technique (Objectives And Key Results)*
- 10.7.2. *Framing Techniques*
- 10.7.3. *Canvas Technique*

10.8. *Il prodotto di design*

- 10.8.1. Prototipazione (*Story Map* + *Live Data*)
- 10.8.2. Test (*Concierge Test* + fruibilità/affidabilità/prestazioni)
- 10.8.3. Valutazione

10.9. *Aspetti giuridici e normativi*

- 10.9.1. Proprietà intellettuale
- 10.9.2. Contraffazione
- 10.9.3. Riservatezza

10.10. *La professione del Packagingdesigner*

- 10.10.1. *Stakeholder*
- 10.10.2. L'ambiente di lavoro
- 10.10.3. Rapporti di lavoro con i clienti

06 Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo”



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“ *Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”*

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

*Nel 2019 abbiamo ottenuto
i migliori risultati di
apprendimento di tutte le
università online del mondo.*

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.

Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiale di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



Pratiche di competenze e competenze

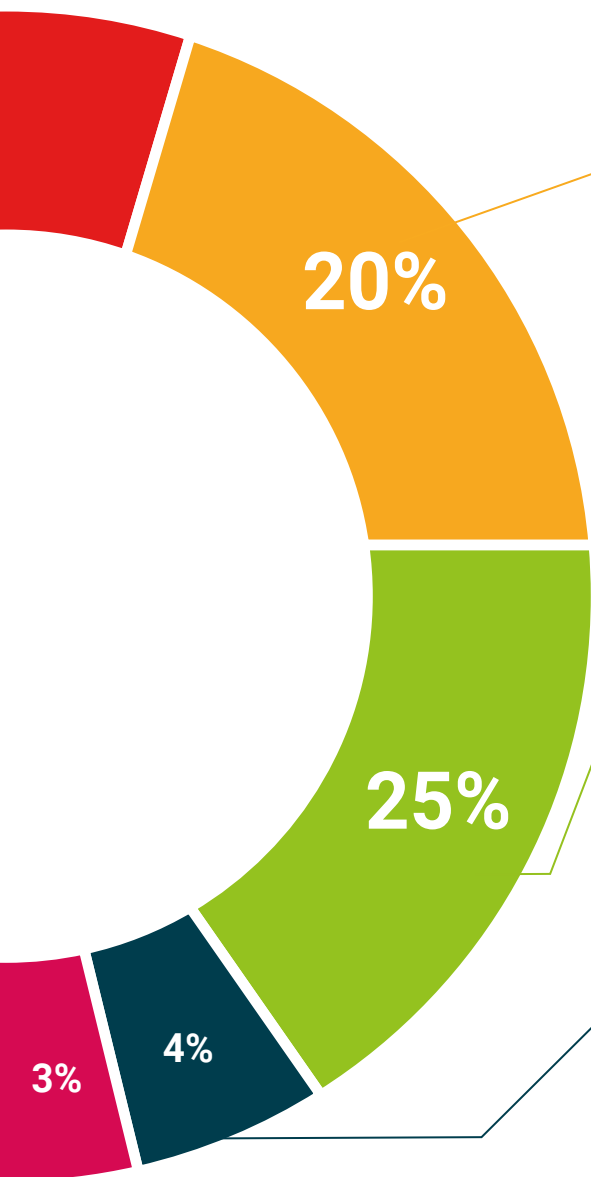
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Lecture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



07 Titolo

Il Master in Packaging Design garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di una qualifica di Master rilasciata da TECH Global University.



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo programma ti consentirà di ottenere il titolo di studio di **Master in Packaging Design** rilasciato da **TECH Global University**, la più grande università digitale del mondo.

TECH Global University è un'Università Ufficiale Europea riconosciuta pubblicamente dal Governo di Andorra ([bollettino ufficiale](#)). Andorra fa parte dello Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA) dal 2003. L'EHEA è un'iniziativa promossa dall'Unione Europea che mira a organizzare il quadro formativo internazionale e ad armonizzare i sistemi di istruzione superiore dei Paesi membri di questo spazio. Il progetto promuove valori comuni, l'implementazione di strumenti congiunti e il rafforzamento dei meccanismi di garanzia della qualità per migliorare la collaborazione e la mobilità tra studenti, ricercatori e accademici.

Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: **Master in Packaging Design**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**

Accreditamento: **60 ECTS**



Dott. _____ con documento d'identità _____ ha superato
con successo e ottenuto il titolo di:

Master in Packaging Design

Si tratta di un titolo di studio privato corrispondente a 1.500 horas di durata equivalente a 60 ECTS,
con data di inizio dd/mm/aaaa e data di fine dd/mm/aaaa.

TECH Global University è un'università riconosciuta ufficialmente dal Governo di Andorra il 31 de
gennaio 2024, appartenente allo Spazio Europeo dell'Istruzione Superiore (EHEA).

In Andorra la Vella, 28 febbraio 2024


Dott. Pedro Navarro Illana
Rettore

código único TECH: AFWOR235 techinstitute.com/titulos

Master in Packaging Design

Tipo di insegnamento	ECTS
Obbligatorio (OB)	60
Opzionale (OP)	0
Tirocinio Esterno (TE)	0
Tesi di Master (TM)	0
Totale	60

Distribuzione generale del Programma

Corso	Insegnamento	ECTS	Codice
1º	Design e illustrazione con Adobe Illustrator	6	OB
1º	Illustrazione vettoriale del Packaging in Adobe Illustrator	6	OB
1º	Ecodesign: materiali per il Packaging design	6	OB
1º	La struttura del Packaging	6	OB
1º	Packaging per gioielli e cosmetici	6	OB
1º	Packaging per vini e prodotti gourmet	6	OB
1º	Packaging design nel settore dei beni di largo consumo	6	OB
1º	Marketing & Branding per il Packaging	6	OB
1º	Direzione creativa	6	OB
1º	Sviluppo operativo del Packaging	6	OB


Dott. Pedro Navarro Illana
Rettore



*Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH Global University effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingue



Master Packaging Design

- » Modalità: online
- » Durata: 12 mesi
- » Titolo: TECH Global University
- » Accreditamento: 60 ECTS
- » Orario: a scelta
- » Esami: online

Master Packaging Design

