Master Semipresenziale

Packaging Design

tech università tecnologica

tech università tecnologica

Master Semipresenziale

Packaging Design

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**
Durata: **12 mesi**
Titolo: **TECH Università Tecnologica**
Ore teoriche: **1.620**
Accesso al sito web: **www.techtitute.com/it/design/master-semipresenziale/master-semipresenziale-packaging-design**

Indice

01 Presentazione — pag. 4

02 Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale? — pag. 8

03 Obiettivi — pag. 12

04 Competenze — pag. 18

05 Direzione del corso — pag. 22

06 Strutturazione del programma — pag. 30

07 Tirocinio — pag. 40

08 Dove posso svolgere il Tirocinio? — pag. 46

09 Metodologia — pag. 50

10 Titolo — pag. 58

01

Presentazione

La concorrenza commerciale obbliga le aziende a differenziarsi per attirare l'attenzione del cliente ed essere, definitivamente, l'azienda di riferimento al momento dell'acquisto o del contratto. Una delle tecniche di maggior successo è il design interessante del Packaging, motivo per cui le aziende richiedono sempre più spesso la presenza di professionisti che ne abbiano la padronanza. Per questo motivo, TECH ha ritenuto necessario creare questo programma molto completo che unisce, in un'unica qualifica, i migliori e più moderni contenuti teorici e un seminario educativo di 3 settimane in un prestigioso centro nell'area del design e del Marketing. Senza dubbio un'opportunità che permetterà agli studenti di fare un salto di qualità nella loro carriera in soli 12 mesi.

Il Packaging è diventato una strategia fondamentale per garantire il successo di qualsiasi campagna. Specializzati in questa tecnica e avrai successo nel settore del design"

Una buona immagine è diventata, oggi, un requisito fondamentale per garantire il successo di qualsiasi azienda. La concorrenza nel mercato odierno è molto agguerrita, ed è per questo che i team creativi devono lavorare duramente per creare campagne che si distinguano dalla massa e che li facciano risaltare. Attirare l'attenzione del cliente è diventato uno dei principali obiettivi delle aziende perché, al giorno d'oggi, la funzionalità o la qualità non sono sufficienti se non hanno un'immagine diversa e distintiva.

Per questo motivo, negli ultimi anni l'importanza del packaging è stata molto grande, in quanto permette di esprimere l'identità dell'azienda attraverso colori e forme in modo diversificato e ampio. Con l'obiettivo di far acquisire agli specialisti del design una conoscenza ampia e specializzata di questa tecnica così richiesta dall'industria, TECH e il suo team hanno sviluppato questo Master Semipresenziale molto completo in Packaging Design.

Si tratta di un programma che combina, in modo intensivo, i migliori contenuti teorici, elaborati dal personale docente, esperto del settore con un'ampia e vasta esperienza professionale, il materiale aggiuntivo più vario e completo e la possibilità di svolgere un seminario educativo di 3 settimane in un'azienda di riferimento del settore.

Durante i 12 mesi del corso di qualifica, lo studente approfondirà gli aspetti chiave della progettazione, della strutturazione e dell'illustrazione del *Packaging*, attraverso l'uso di strumenti e software di ultima generazione. Inoltre, imparerai a conoscere le strategie di Marketing e *Branding* di maggior successo del momento.

Si tratta quindi di un'opportunità unica per conseguire una qualifica che ti fornirà le competenze necessarie per diventare un eccellente professionista del design e con la quale potrai affinare le tue capacità creative in modo altamente coinvolgente.

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

- Sviluppo di oltre 100 casi di studio presentati da professionisti del design e professori universitari con una vasta esperienza nell'industria creativa
- Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e pratiche sulle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- Utilizzo degli strumenti più sofisticati del settore, con particolare attenzione alla padronanza delle strategie più all'avanguardia e delle tecniche di maggior successo
- Strategie di marketing, brand design e narrazioni espressive che conferiscono un maggior valore simbolico e commerciale al prodotto e al suo packaging
- Discussione di casi di studio reali e di successo all'interno dell'industria del Packaging, attraverso i quali lo studente sarà aggiornato e svilupperà una visione completa del mercato
- Piani completi per l'incorporazione di allegati intelligenti al prodotto e alla sua confezione, per garantire informazioni e utilizzo personalizzati del prodotto
- 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
- Possibilità di svolgere un tirocinio

"Una qualifica che fornirà al tuo CV un plus distintivo e professionale, un aspetto che si distinguerà in qualsiasi processo di reclutamento"

Ti verrà fornito materiale aggiuntivo, tra cuivideo dettagliati e tutorial di Adobe Illustrator, rendendo la padronanza del disegno vettoriale un compito semplice e dinamico"

Avrai a disposizione il migliore e più moderno programma di studio, che comprende strategie di successo per sviluppare design di packaging attraenti e adatti all'attuale domanda del mercato.

Sarai in grado di conoscere in dettaglio i materiali consigliati nei processi di eco-design e di riciclaggio, definendoti così come un designer coinvolto nel rispetto dell'ambiente attraverso il tuo lavoro.

In questo Master, di carattere professionale e in modalità semipresenziale, il programma è rivolto all'aggiornamento dei professionisti della progettazione che richiedono un alto livello di qualificazione. I contenuti sono basati sulle più recenti evidenze del settore e orientati in modo didattico a integrare le conoscenze teoriche nella pratica creativa; gli elementi teorico-pratici faciliteranno l'aggiornamento delle conoscenze e consentiranno di prendere decisioni nella creazione, gestione, partecipazione e direzione di progetti.

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 lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Questo Master Semipresenziale è di vitale importanza per tutti gli specialisti che desiderano aggiornare le proprie conoscenze sul Packaging Design. Attraverso questo programma innovativo, ideato da TECH, gli studenti impareranno a conoscere le tendenze operative come l'inclusione di materiali biodegradabili, compostabili o commestibili per la creazione di packaging più rispettosi per l'ambiente. Questa qualifica comprende anche un tirocinio, unico nel suo genere sul mercato dell'istruzione grazie alla sua portata internazionale, che consente agli studenti di assimilare in modo rapido e flessibile gli strumenti digitali e le tecniche operative essenziali per questo settore professionale.

Il Design del Packaging è diventato una specialità molto richiesta dalle aziende che desiderano personalizzare il proprio brand. Questo programma di studio è ideale per padroneggiare i suoi standard internazionali"

1. Aggiornare le proprie conoscenze sulla base delle più recenti tecnologie disponibili

Per sviluppare packaging più sofisticati e personalizzati, le nuove tecnologie digitali hanno iniziato a svolgere un ruolo significativo. Pertanto, grazie a questa qualifica, gli studenti di TECH approfondiranno l'uso dell'intelligenza artificiale, l'elaborazione dei dati dei consumatori e altre tecniche complesse per la progettazione di packaging. Queste conoscenze teoriche e pratiche offriranno loro opportunità di lavoro competitive e impegnative in cui si distingueranno dagli altri esperti del mercato del lavoro.

2. Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti

Nel corso di questa preparazione, gli studenti avranno a disposizione un personale docente d'eccellenza che fornirà loro una guida personalizzata in ogni momento. Questi docenti hanno scelto i contenuti del programma sulla base della loro esperienza pratica quotidiana, fornendo così allo studente un'analisi approfondita dei problemi più comuni nel lavoro di tutti i giorni.

3. Accdere a ambienti prestigiosi nel campo del Packaging design

In una seconda fase di questo programma, TECH ha previsto le esigenze dei suoi studenti in termini di gestione degli strumenti tecnologici più complessi nel settore del Packaging design. Per questo motivo, ha previsto un seminario educativo in cui gli studenti lavoreranno, fianco a fianco, con i maggiori esperti di questo settore professionale e in aziende di grande importanza internazionale.

4. Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

A livello accademico, pochi programmi di studio riescono a unire il campo teorico con l'attività pratica con maggiore eccellenza rispetto agli altri concorrenti di TECH. Attraverso il suo modello di Master Semipresenziale, gli studenti raggiungono una padronanza olistica delle tendenze e delle tecniche presenti nei suoi contenuti didattici. Hanno anche 3 settimane di attività intensiva in un centro prestigioso per applicare tutto ciò che hanno imparato nella dinamica produttiva.

5. Ampliare le frontiere della conoscenza

Questa preparazione ha come obiettivo quello di consentire a tutti gli studenti di ampliare i propri orizzonti professionali da una prospettiva internazionale. Tutto questo è possibile grazie all'ampia gamma di contatti e partner disponibili in TECH, la più grande università digitale del mondo. In questo modo, gli studenti avranno l'opportunità di interagire con esperti di diverse latitudini e di riconoscere gli standard globali di produzione dei Packaging.

"Avrai l'opportunità svolgere il tuo tirocinio all'interno di un centro di tua scelta"

03

Obiettivi

L'attuale richiesta di professionisti del design che abbiano padronanza delle più recenti strategie e tecniche di packaging creativo è ciò che ha motivato TECH e il suo team a progettare questo programma completo. Per questo motivo, l'obiettivo della qualifica è quello di fornire agli studenti gli strumenti accademici più recenti e il programma più completo che permetta loro non solo di conoscere nel dettaglio i vantaggi e gli svantaggi del packaging design, ma anche di gestirne perfettamente gli strumenti. In questo modo, saranno in grado di creare, partecipare e gestire progetti di Marketing e Branding con una totale garanzia di successo e sulla base delle esigenze e delle richieste del mercato attuale.

L'obiettivo di TECH con questo programma è che tu possa raggiungere il successo professionale nell'industria del design attraverso il completamento della qualifica più completa del mercato accademico"

Obiettivo generale

- Questo Tirocinio è stato progettato con l'obiettivo di dare agli studenti l'opportunità di conseguire una qualifica che permetta loro di padroneggiare gli strumenti del Packaging design e dell'illustrazione digitale utilizzando i programmi più sofisticati e innovativi del settore. Inoltre, acquisiranno le competenze necessarie per la creazione di un'identità visiva concettuale di successo adatta a tutti i tipi di prodotti, nonché per la gestione di progetti e portfolio personalizzati. D'altra parte, l'obiettivo del tirocinio è quello di riuscire ad assimilare la catena del valore dell'oggetto in modo integrale, dalla sua progettazione all'apertura della confezione a casa o alla vendita in negozio

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

Módulo 6. Packaging gourmet y vinos

- 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 e Design 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 e *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'ipergrafia
- 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

"Avrai a disposizione diversi moduli specificamente dedicati al Packaging Design di prodotti come gioielli, cosmetici, vini o alimenti gourmet, in modo da acquisire una conoscenza specialistica di ciascuno di essi"

04

Competenze

L'approccio di questo Master Semipresenziale in Packaging Design è stato progettato in modo che gli studenti possano perfezionare le loro abilità e competenze professionali attraverso l'acquisizione di conoscenze complete, specializzate e aggiornate su questo settore dell'industria del design. In questo modo, potranno sviluppare le proprie capacità e dimostrare la qualità creativa attraverso la creazione di progetti interessanti e differenti, basati sulla tua padronanza dell'area.

Studierai il packaging per il mercato di massa, con particolare attenzione al packaging interattivo e al rapporto prodotto-cliente"

Competenze generali

- Sviluppare la comunicazione verbale e visiva acquisendo la padronanza dei *Briefing* e delle tendenze nel Packagingdesign
- 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
- Generare 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

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
- Generare 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

05

Direzione del corso

Sia per la direzione che per l'insegnamento di questo Master Semipresenziale, TECH ha riunito un personale esperto di design e di Marketing. Si tratta di un team di professionisti con un'ampia e vasta esperienza lavorativa nella partecipazione a progetti creativi a diversi livelli. Ma se c'è una cosa che caratterizza questo personale docente è senza dubbio la sua qualità umana, che si riflette nell'esaustività con cui è stato sviluppato il programma e nel carattere critico e d'avanguardia che hanno apportato.

Avrai la possibilità di richiedere lezioni individuali con il personale docente per risolvere eventuali dubbi che dovessero sorgere durante il corso"

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. 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, creazione di un'Identità a Spirale per l'Automazione delle Tendenze della Moda
- Campagne di Comunicazione, Marketing e Sociali, Patrimonio Artistico e Marketing Digitale
- Direttrice presso Chroma Press
- Responsabile Marketing e Social Media presso Servicecom
- Web Content Editor presso Premium Difusión, Diario Siglo XXI e Managers Magazine
- Dottorato di ricerca, Design e Marketing Data presso l'Università Politecnica di Madrid.
- Laurea in Scienze dell'Informazione, Comunicazione, Marketing e Pubblicità presso l'Università Complutense di Madrid
- Post-laurea in Marketing e Comunicazione nelle Aziende di Moda e Lusso presso l'Università Complutense di Madrid
- Certificata in Data Analysis & Creativity con Python, Cina
- MBA Fashion Business School presso la Scuola di Fashion Business dell'Università di Navarra

Personale docente

Dott.ssa Sigüenza, Eva

- Consulente di Agenzie di Comunicazione e Relazioni Pubbliche presso Lifestyle
- Coordinatrice delle Relazioni Pubbliche presso Panerai
- Consulente di Marketing e Relazioni Pubbliche presso OmnicomPRGroup
- Direttrice 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 quali Panerai
- Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso l'Università Europea di Madrid
- Master in Marketing Digitale e Commercio Elettronico presso la EAE Business School

Dott. 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. 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
- Dipartimento di Comunicazione del Corso di Laurea in Comunicazione e Gestione della Moda del Centro Universitario Villanueva e 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 presso l'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 da Aitex Paterna

Dott.ssa Romero Monente, Begoña

- Direttrice generale dell'agenzia Young Promotion
- Mentore personale e *Coach* per imprenditori
- Docente e insegnante in vari corsi di *retail management*, marketing digitale e gestione delle persone
- Coordinatrice dell'Associazione delle Agenzie di Promozione Aeroportuale
- Broadcaster, redattrice e responsabile della comunicazione in vari media *on/off*
- Laurea in Giornalismo conseguita presso l'Università di Malaga
- Laurea in Pubblicità e Relazioni Pubbliche presso l'Università Aperta della Catalogna
- Master in Marketing conseguito presso l'Università Aperta della Catalogna
- MBA conseguito all'ISEM Fashion Business School dell'Università della Navarra
- *Coach* certificata presso la Scuola Europea di Coaching

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 Privato 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 Merinero Gómez, Esther

- Artista
- Direttrice Artistica della Fiera d'Arte Internazionale di Arco
- Direzione Artistica di Progetti come The Koppel Project Gallery e "Costa del Sol
- Laureata in Belle Arti, Chelsea College of Art and Design
- Sculpture MA, Royal College of Arts di Londra

"I principali docenti di TECH ti offriranno una guida personalizzata per padroneggiare le competenze più complesse del Packaging design"

06

Strutturazione del programma

Per lo sviluppo del piano di studi di questo Master Semipresenziale, TECH ha preso in considerazione i criteri del personale docente, responsabile della selezione delle informazioni che sono state successivamente incluse nel piano di studi. Tutti i contenuti sono stati adattati alla prestigiosa ed efficace metodologia didattica *Relearning*, in modo che lo studente possa vivere un'esperienza accademica dinamica senza dover passare ore a memorizzare. Infine, è stata inclusa una serie di materiali aggiuntivi che consentono di contestualizzare ogni sezione e di approfondire i concetti di maggiore interesse.

Avrai accesso all'aula virtuale 24 ore su 24 e da qualsiasi dispositivo dotato di connessione Internet, in modo da poterti collegare quando vuoi e da qualsiasi luogo"

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. Decalcomania Interattiva

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 per l'illustrazione Ai
- 2.3.1. Combinazioni di strumenti per l'illustrazione Ai
- 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: dieline*)

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 dell'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. *Moke-Up*
- 2.10.1. Integrazione di un *Moke-Up*
- 2.10.2. Portali di *Moke-Up* gratuiti
- 2.10.3. Uso del *moke-Up*
- 2.10.4. Creazione di un *Moke-Up* proprio

Modulo 3. Ecodesign: materiali per il Packagingdesign

3.1. La sostenibilità: un nuovo driver del design
- 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 *Packaging*: 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 di 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. Educazione
- 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*
- 4.1.2. Cultura del *Packaging* (risonanza)
- 4.1.3. Le funzioni del digital *Packaging*
- 4.1.4. 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*: Tipografia 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* di prodotti 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 e *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 basato sui 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 possibilità
- 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. 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. Conservazione
- 10.2.2. Distribuzione: tracciabilità e rintracciabilità
- 10.2.3. Integrare l'operatività nel design

10.3. Il *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. Il *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 (Objetives 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 Packaging designer
- 10.10.1. *Stakeholder*
- 10.10.2. L'ambiente di lavoro
- 10.10.3. Rapporti di lavoro con i clienti

"Una qualifica che ti permetterà di acquisire conoscenze specialistiche sull'intelligenza artificiale nel design del Packaging e su altre tendenze future"

07

Tirocinio

Dopo aver superato il periodo teorico, lo studente avrà l'opportunità di svolgere un seminario educativo in una prestigiosa azienda del settore del design e del Marketing digitale. In questo modo, potrà sviluppare le tue competenze sulla base di tutto ciò che hai appreso nel corso del programma, lavorando fianco a fianco con professionisti del settore con anni di esperienza nella creazione di progetti di successo. Inoltre, non solo acquisirà una conoscenza diretta delle tecniche e delle strategie attuali, ma potrà anche aggiungere al suo curriculum 3 settimane di esperienza in un centro prestigioso.

Avrai la possibilità di candidarti per un seminario educativo di 3 settimane in un'azienda di digital Marketing e design per lavorare fianco a fianco con professionisti del settore"

Questo programma in Packaging Design è stato proposto da TECH per consentire allo studente di trascorrere un seminario educativo di 3 settimane in un centro prestigioso nel settore del product design e del marketing. Si svolgerà dal lunedì al venerdì con giornate consecutive di 8 ore, lavorando fianco a fianco con specialisti aggiunti che lo accompagneranno in ogni momento e lo guideranno affinché possa trarre il massimo da questa esperienza. Questo tirocinio gli permetterà di partecipare attivamente ai progetti di design che si stanno sviluppando in quel momento in azienda, applicando le strategie e le tecniche più aggiornate e utilizzando gli strumenti e l'hardware più sofisticati del settore.

In questa proposta didattica completamente pratica, le attività sono finalizzate allo sviluppo e al perfezionamento delle competenze necessarie per l'erogazione di servizi di progettazione, pianificazione e creazione di Packaging, e sono orientate alla preparazione specifica per l'esercizio dell'attività con un'elevata performance professionale.

Si tratta, senza dubbio, di un'opportunità unica per acquisire una conoscenza ampia e specializzata lavorando in un'azienda leader e moderna, caratterizzata dalla qualità professionale e dalla garanzia di successo dei suoi progetti. Inoltre, diventerà un'esperienza fondamentale che aiuterà lo studente a perfezionare le proprie competenze professionali e a completare il proprio CV con un tratto distintivo che lo farà emergere in qualsiasi processo di reclutamento.

La permanenza in azienda permetterà di completare un numero minimo di attività di seminario educativo nei servizi di progettazione e creazione, nonché in relazione ad altre aree del centro: Marketing, Branding, direzione creativa, sviluppo operativo o eco-design, che gli daranno la possibilità di mettere in pratica i processi creativi più innovativi in modo completo.

La parte pratica sarà svolta con la partecipazione attiva dello studente che svolge le attività e le procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con l'accompagnamento e la guida dei docenti e degli altri partner didattici per facilitare il lavoro di gruppo e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per la prassi del design (imparare a essere e imparare a relazionarsi).

"Un'opportunità unica per conoscere gli active, intelligent o smart Packaging e integrarli nei tuoi futuri processi di progettazione"

Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica della formazione e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro del centro stesso; le attività proposte sono le seguenti:

Modulo	Attività Pratica
Direzione creativa di *Packaging* e strategie di Marketing	Stabilire un piano di brand e una narrazione del prodotto attraverso il *Packaging*
	Progettare il branding, la strategia digitale e implementare elementi di intelligenza artificiale nel processo di creazione del *Packaging*
	Applicare strategie di *Packaging all'avanguardia, orientate all'esperienza dell'utente con il prodotto*
Tecniche di Design del Packaging	Creare etichette, scatole e confezioni per il *Packaging fisico*
	Progettare banner web, *newsletter e creatività in formato Instagram*
	Applicare forme, scritte e gamma di colori di un *Packaging specifico*
	Correggere le linee e i colori di alcune figure geometriche
	Esportare il lavoro svolto tenendo conto del formato per la carta, stampa e digitale
Packaging design per beni di lusso e prodotti gourmet	Progettare un *Packaging specifico per un prodotto di gioielleria o di lusso*
	Progettare loghi e *Packaging specifici per il settore gastronomico*
	Creare etichette con tipologie e informazioni specifiche per il settore gastronomico
Progettazione di packaging per prodotti di largo consumo e sviluppo operativo	Confezionare e creare *Packaging per ambienti digitali con formati e materiali specifici*
	Utilizzare l'active *Packaging, l'intelligent Packaging o lo smart Packaging nella progettazione di un prodotto*
	Progettare pacchi da spedire direttamente all'indirizzo di casa
	Creare prototipi, testare e valutare un progetto finale di *Packaging*
Eco-design e nuovi materiali per il *Packaging*	Utilizzare materiali ecologici, biodegradabili e commestibili come parte delle strategie di progettazione sostenibile di *Packaging*
	Ottimizzare il packaging dei prodotti secondo i principi del riciclo e del riuso

Assicurazione di responsabilità civile

La preoccupazione principale di questa istituzione è quella di garantire la sicurezza sia dei tirocinanti sia degli altri agenti che collaborano ai processi di tirocinio in azienda. All'interno delle misure rivolte a questo fine ultimo, esiste la risposta a qualsiasi incidente che possa verificarsi durante il processo di insegnamento-apprendimento.

A tal fine, questa entità educativo si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del seminario educativo all'interno del centro di collocamento.

La polizza di responsabilità civile per i tirocinanti deve garantire una copertura assicurativa completa e deve essere stipulata prima dell'inizio del periodo di tirocinio. In questo modo, il tirocinante non dovrà preoccuparsi in caso di situazioni impreviste e avrà a disposizione una copertura fino al termine del periodo di tirocinio presso il centro.

Condizioni generali del tirocinio

Le condizioni generali dell'accordo di tirocinio per il programma sono le seguenti:

1. TUTORAGGIO: durante il Tirocinio agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande che potrebbero sorgere. Da un lato, lo studente disporrà di un tutor professionale appartenente al centro di inserimento lavorativo che lo guiderà e lo supporterà in ogni momento. Dall'altro lato, lo studente disporrà anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e aiutando a risolvere qualsiasi problema durante l'intero percorso. In questo modo, il professionista sarà accompagnato in ogni momento e potrà risolvere tutti gli eventuali dubbi, sia di natura pratica che accademica.

2. DURATA: il programma del tirocinio avrà una durata di tre settimane consecutive di preparazione pratica, distribuite in giornate di 8 ore lavorative, per cinque giorni alla settimana. I giorni di frequenza e l'orario saranno di competenza del centro, che informerà debitamente e preventivamente il professionista, con un sufficiente anticipo per facilitarne l'organizzazione.

3. MANCATA PRESENTAZIONE: in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Master Semipresenziale, lo studente perderà il diritto allo stesso senza possibilità di rimborso o di modifica di date. L'assenza per più di due giorni senza un giustificato motivo/certificato medico comporterà la rinuncia dello studente al tirocinio e, pertanto, la relativa automatica cessazione. In caso di ulteriori problemi durante lo svolgimento del tirocinio, essi dovranno essere debitamente e urgentemente segnalati al tutor accademico.

4. CERTIFICAZIONE: Lo studente che supererà il Master Semipresenziale riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

5 RAPPORTO DI LAVORO: Il Master Semipresenziale non costituisce alcun tipo di rapporto lavorativo.

6. STUDI PRECEDENTI: Alcuni centri potranno richiedere un certificato di studi precedenti per la partecipazione al Master Semipresenziale. In tal caso, sarà necessario esibirlo al dipartimento tirocini di TECH affinché venga confermata l'assegnazione del centro prescelto.

7. NON INCLUDE: il Master Semipresenziale non includerà nessun elemento non menzionato all'interno delle presenti condizioni. Pertanto, non sono inclusi alloggio, trasporto verso la città in cui si svolge il tirocinio, visti o qualsiasi altro servizio non menzionato.

Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

08

Dove posso svolgere il Tirocinio?

TECH, nel suo impegno per la crescita e lo sviluppo professionale dei suoi studenti, seleziona per i suoi tirocini solo i migliori centri dell'area in cui si sviluppa la qualifica. In questo caso, il designer avrà accesso a 120 ore di tirocinio in un'azienda leader nel settore del marketing digitale e del design, un'azienda con un grande team umano che garantirà la sua partecipazione attiva ai progetti che si stanno sviluppando al momento dell'inizio.

Avrai un tutor che ti guiderà durante il seminario educativo, in modo da poter sfruttare al meglio le 120 ore della fase pratica"

Gli studenti potranno svolgere il tirocinio di questo Master Semipresenziale presso i seguenti centri:

Progetto

Piensamarketing

Paese	Città
Argentina	Río Negro

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

Agenzia di marketing e comunicazione sociale e digitale

Ambiti pratici di competenza:
- Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali
- MBA in Digital Marketing

Cogli questa opportunità per circondarti di professionistiesperti e imparare dalla loro metodologia di lavoro"

09

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

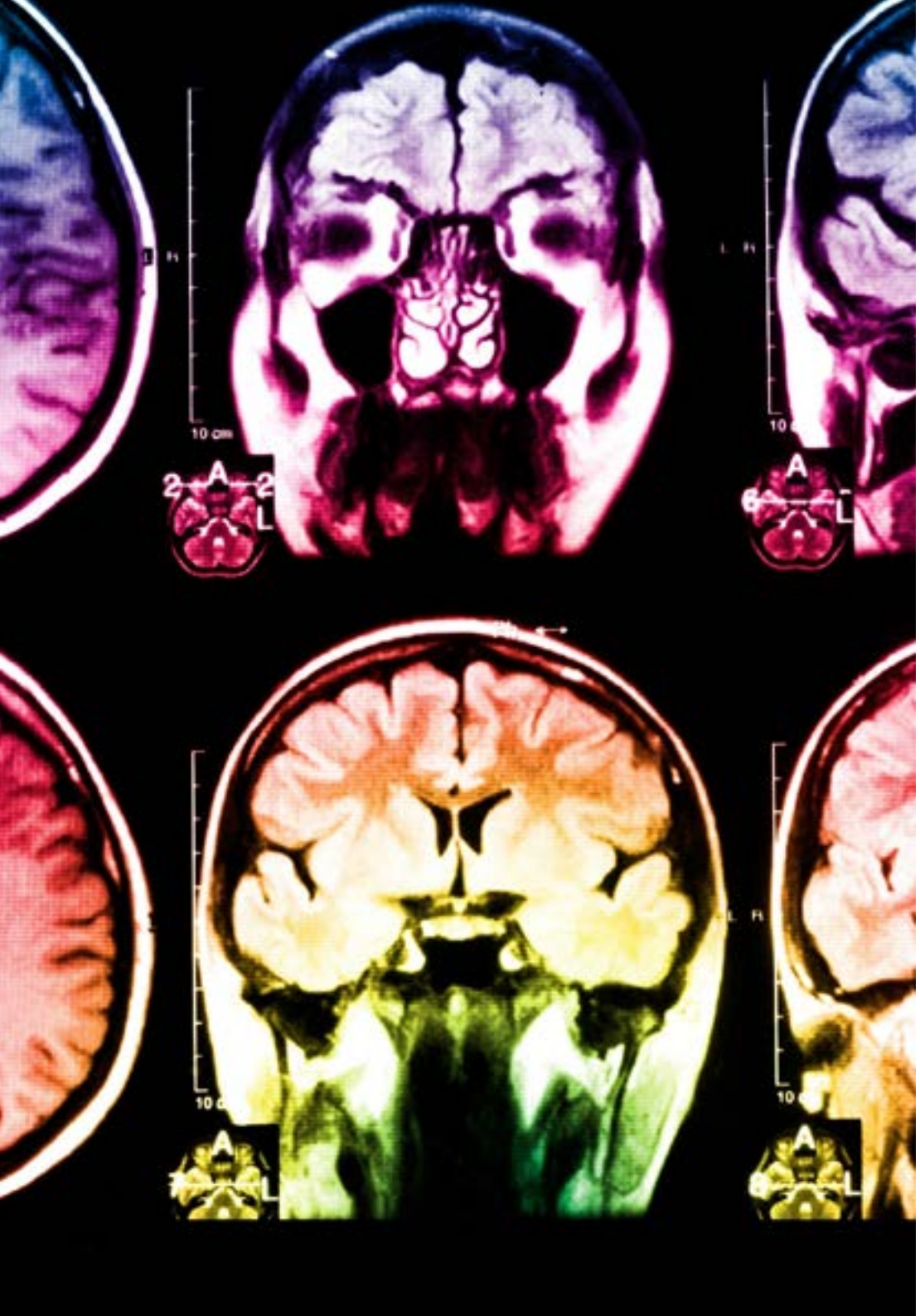
TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

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.

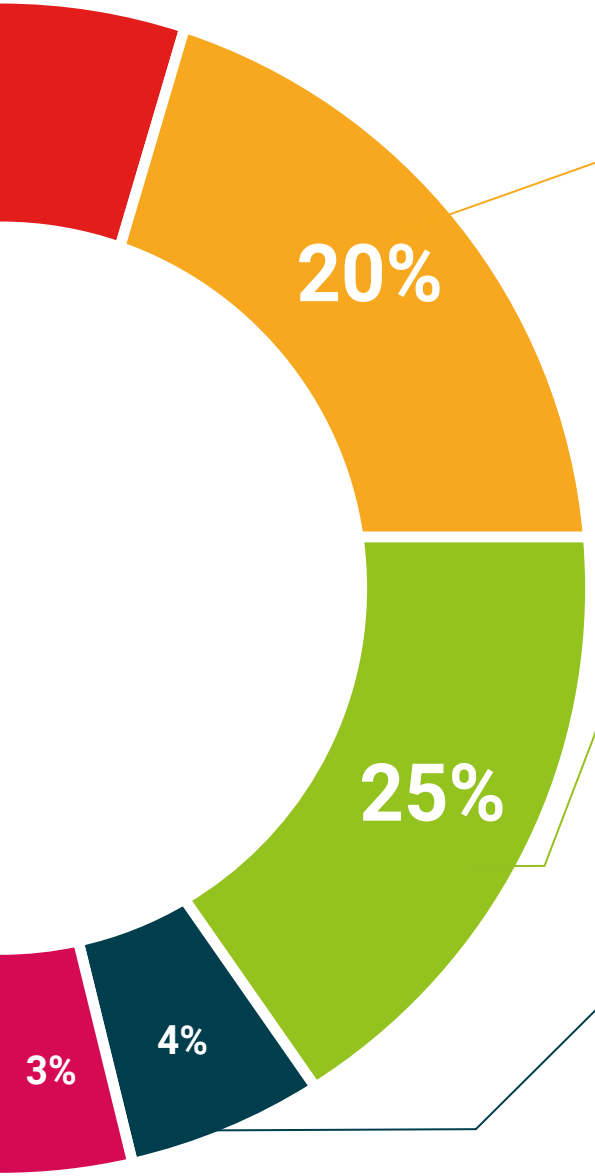
Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.

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.

Letture 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.

10

Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale in Puerperio in Packaging Design garantisce, oltre alla specializzazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso ad una qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica.

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

Questo **Master Semipresenziale in Packaging Design** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del programma.

Oltre alla qualifica, sarà possibile ottenere un certificato e un attestato dei contenuti del programma. A tal fine, sarà necessario contattare il proprio consulente accademico, che fornirà tutte le informazioni necessarie.

Titolo: **Master Semipresenziale in Packaging Design**

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

Ore teoriche: **1620 o.**

tech università tecnologica

Conferisce il presente

DIPLOMA

a

Dott./Dott.ssa _____, con documento d'identità n°_____

Per aver completato con esito positivo e accreditato il programma di

MASTER SEMIPRESENZIALE

in

Packaging Design

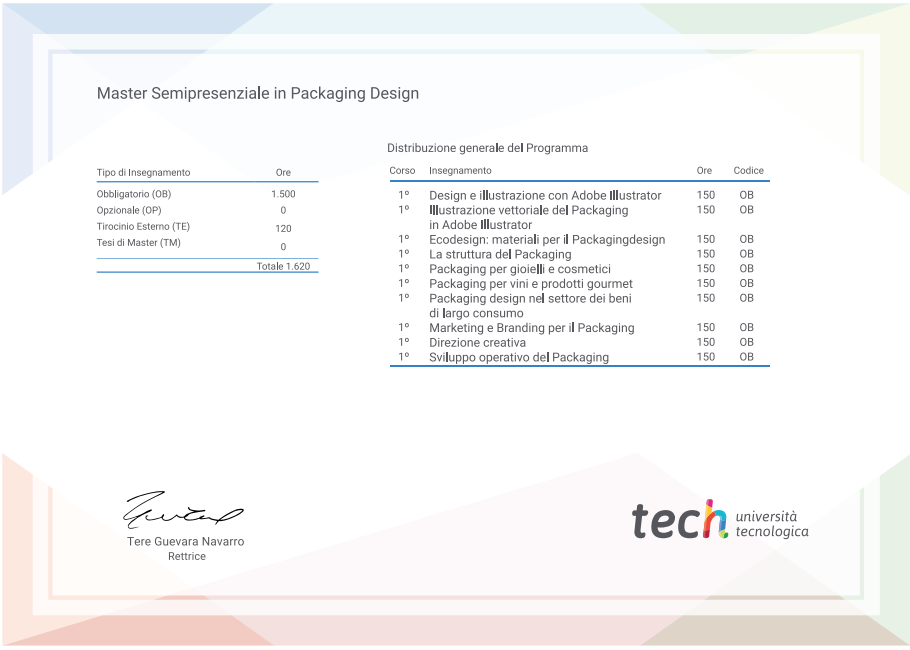
Si tratta di un titolo rilasciato da questa Università ed equivalente a 1.620 ore, con data di inizio gg/mm/aaaa e con data di fine gg/mm/aaaa.

TECH è un Istituto Privato di Istruzione Superiore riconosciuto dal Ministero della Pubblica Istruzione a partire dal 28 giugno 2018.

In data 17 Giugno 2020

Tere Guevara Navarro
Rettrice

codice unico TECH: AFWORD23S techtitute.com/titulos



Master Semipresenziale in Packaging Design

Tipo di Insegnamento	Ore
Obbligatorio (OB)	1.500
Opzionale (OP)	0
Tirocinio Esterno (TE)	120
Tesi di Master (TM)	0
	Totale 1.620

Distribuzione generale del Programma

Corso	Insegnamento	Ore	Codice
1°	Design e illustrazione con Adobe Illustrator	150	OB
1°	Illustrazione vettoriale del Packaging in Adobe Illustrator	150	OB
1°	Ecodesign: materiali per il Packagingdesign	150	OB
1°	La struttura del Packaging	150	OB
1°	Packaging per gioielli e cosmetici	150	OB
1°	Packaging per vini e prodotti gourmet	150	OB
1°	Packaging design nel settore dei beni di largo consumo	150	OB
1°	Marketing e Branding per il Packaging	150	OB
1°	Direzione creativa	150	OB
1°	Sviluppo operativo del Packaging	150	OB

Tere Guevara Navarro
Rettrice

tech università tecnologica

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

Master Semipresenziale

Packaging Design

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**
Durata: **12 mesi**
Titolo: **TECH Università Tecnologica**
Ore teoriche: **1.620**

Master Semipresenziale

Packaging Design

tech università tecnologica