

Mestrado

Design de Packaging





Mestrado Design de Packaging

- » Modalidade: **online**
- » Duração: **12 meses**
- » Certificação: **TECH Global University**
- » Acreditação: **60 ECTS**
- » Horário: **no seu próprio ritmo**
- » Exames: **online**

Acesso ao site: www.techtitute.com/pt/design/mestrado/mestrado-design-packaging



Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Direção do curso

pág. 18

05

Estrutura e conteúdo

pág. 26

06

Metodologia

pág. 36

07

Certificação

pág. 44

01

Apresentação

Dentro de um mercado tão competitivo, é fundamental destacar-se dos demais. O *Packaging* é a disciplina do *design* que se encarrega de apresentar um produto nas melhores condições possíveis para a sua comercialização, transporte, armazenamento e uso. E ter em conta a primeira impressão e a sua funcionalidade é fundamental. É por isso que, através deste programa, se irão desenvolver todas as suas áreas de aplicação, para que o aluno disponha de uma visão integral, aprofundando não só a sua conceptualização e *design* artístico, como também o seu armazenamento e distribuição, para dotá-lo de uma capacidade estratégica superior na hora de propor projetos. Uma certificação 100% *online* e alcançável em 12 meses.



66

Desenvolva de forma avançada o domínio das estruturas, os materiais e o Ecopackaging, bem como a comunicação visual para os adaptar a uma estratégia de mercado neste programa 100% online. Inscreva-se já"

A imagem dos produtos é realmente importante no meio do mercado, a influência que gera na distinção rápida, a decisão de compra, a segurança e qualidade do mesmo. São aspectos suficientes para que seja tratado com importância e cuidado dentro do processo e planificação produtiva da empresa.

A nova realidade *Phygital* requer, além disso, uma aproximação mais intensa ao *Design de Packaging* que combine ambientes digitais e virtuais com as *Concept Stores* e o *Retail*, pelo que a ilustração vetorial, o domínio de *Big Data* e a conceção da experiência do cliente final são também eixos desta aprendizagem.

O domínio das estruturas, os materiais e o *Ecopackaging*, bem como a comunicação visual para os adaptar a uma estratégia de mercado competitiva baseada na análise, junto das últimas técnicas artísticas para fomentar a criatividade e a sua aplicação, tanto no sector premium e de luxo como no grande consumo, proporcionarão ao aluno as competências necessárias para a sua incorporação no mercado do *Packaging* poliédrico e em constante inovação e evolução.

Este Mestrado, aborda a fundo o uso das ferramentas mais avançadas e a implementação de técnicas de ilustração, entendendo os conceitos fundamentais do *design em Packaging*. Pega no conceito de sustentabilidade como eixo primordial neste estilo de *design* e aspectos inovadores, como a inteligência artificial e a inovação digital para melhorar a experiência do utilizador.

Um programa especializado, desenvolvido e selecionado com rigor por especialistas em artes visuais, Marketing e comunicação, baseado numa inovadora metodologia de ensino 100% *online* que se adapta às circunstâncias pessoais de cada aluno, já que permite escolher o momento e o lugar para estudar. Desta forma, são empregados numerosos recursos didáticos multimédia como exercícios práticos, técnicas em vídeo, resumos interativos ou *masterclasses*, para obter a certificação em 12 meses.

Este **Mestrado em Design de Packaging** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As suas principais características são:

- ◆ O desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas em *Design*, *Marketing* e *Comunicação*
- ◆ O conteúdo gráfico, esquemático e eminentemente prático do curso fornece informações científicas e práticas sobre as disciplinas que são essenciais para a prática profissional
- ◆ Os exercícios práticos, onde o processo de autoavaliação pode ser levado a cabo a fim de melhorar a aprendizagem
- ◆ A sua ênfase especial em metodologias inovadoras
- ◆ Palestras teóricas, perguntas ao especialista, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ◆ A disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à Internet

“

Dominará os princípios do Design de Packaging graças a este Mestrado que lhe dará acesso a numerosas oportunidades profissionais”

“

Após este programa, poderá desenvolver-se em mercados de grande consumo, luxo ou gourmet, desenhando soluções inovadoras a funcionais em Packaging para os seus produtos”

O corpo docente do curso inclui profissionais do sector que trazem a sua experiência profissional para esta capacitação, para além de especialistas reconhecidos de sociedades de referência e universidades de prestígio.

Graças ao seu conteúdo multimédia, desenvolvido com a mais recente tecnologia educacional, o profissional terá acesso a uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente de simulação que proporcionará uma capacitação imersiva programada para se formar em situações reais.

A conceção deste programa baseia-se na Aprendizagem Baseada nos Problemas, através da qual o profissional deve tentar resolver as diferentes situações da atividade profissional que surgem ao longo do Programa académico. Para isso, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo desenvolvido por especialistas reconhecidos.

Desenvolva novos conceitos criativos através de ideias inovadoras e das ferramentas Adobe Illustrator no Design de Packaging de um produto.

Matricule-se agora e irá atingir a sua meta em 12 meses de forma ágil, cómoda e eficiente. Graças à metodologia 100% online e baseada no Relearning.



02

Objetivos

O principal objetivo deste programa em Design de Packaging é oferecer ao profissional os conhecimentos e técnicas mais inovadoras nesta área, de modo a que possa incorporá-las no seu trabalho de forma imediata. Assim, poderá experimentar um progresso rápido graças à grande quantidade de soluções avançadas que poderá oferecer aos seus clientes ou empregadores no desenvolvimento de ideias criativas e funcionais.



“

“Não tem por que sacrificar nenhuma das suas atividades atuais para continuar a profissionalizar-se. Este programa oferece-lhe a qualidade e flexibilidade que procura”



Objetivos gerais

- ◆ Dominar as ferramentas de *Design de Packaging* e ilustração digital através da utilização do programa Adobe Illustrator
- ◆ Criar uma identidade visual conceptual, experimental e/ou comercial adaptada a todos os tipos de produtos
- ◆ Gerir um projeto de *Packaging* completo e um portefólio personalizado
- ◆ Assimilar a cadeia de valor do produto de forma integral: desde a sua conceção até à venda na loja ou à abertura da embalagem em casa.
- ◆ Gerar estratégias de *Branding* e comercialização através da utilização de *Big Data* e avaliação contínua
- ◆ Conceber todas as estruturas de *packaging* com um conhecimento avançado dos seus materiais e aplicações da vida real
- ◆ Manusear o *packaging ecológico* e os materiais envolvidos na conceção da embalagem do produto
- ◆ Aplicar o *Design de Packaging* desde o seu uso no consumo em massa, até à cosmética, à joalharia, ou produtos gourmet e ao mercado de *Packaging* de luxo

“

Aprenderá a gerir o design orientado para a segunda vida útil da embalagem e a sustentabilidade”





Objetivos específicos

Módulo 1. Design e ilustração com Adobe Illustrator

- ♦ Integrar as ferramentas do Adobe Illustrator no *design* de embalagens de um produto
- ♦ Gerir a tipografia para a conceção da rotulagem
- ♦ Dominar a utilização da paleta de cores para a sua impressão correta
- ♦ Gerar harmonia no *design* e executar as ferramentas com personalidade integrando os valores da marca
- ♦ Incorporar o fluxo de trabalho do *design* digital no projeto de *packaging*

Módulo 2. Ilustração vetorial de Packaging no Adobe Illustrator

- ♦ Incorporar a utilização de gráficos vetoriais para o *design* digital com o Adobe Illustrator
- ♦ Aplicar e selecionar as ferramentas necessárias para a produção de um projeto de *Packaging*
- ♦ Dominar a tipografia e a *criação de letras* para a conceção de rótulos e logótipos
- ♦ Criar fotomontagens que mostrem o produto final em 3D e recriem o cenário final
- ♦ Gerir o *design* de *Packaging* em todas as suas fases: desde a criação de um volume num espaço em branco até à sua impressão com todas as camadas

Módulo 3. Ecodesign: materiais para o design de Packaging

- ◆ Aprofundar o seu conhecimento sobre o funcionamento da economia circular em relação ao *design de Packaging*
- ◆ Dominar os materiais biodegradáveis e o processo de reciclagem
- ◆ Gerir as decisões de *design* com enfoque na segunda vida útil da embalagem
- ◆ Sensibilizar para a utilização do plástico e para a necessidade de reduzir a pegada de carbono de modo a preservar o ambiente
- ◆ Otimizar o processo de *design de Packaging* tornando os profissionais *designers* conscientes

Módulo 4. Estrutura do Packaging

- ◆ Dominar as técnicas de criatividade e composição estrutural baseadas na cultura de *Packaging*
- ◆ Gerar um conceito específico que responda a uma identidade universal baseada na coerência com o propósito da marca
- ◆ Aplicar técnicas de investigação no ambiente físico e digital, estabelecendo diretrizes de *design*
- ◆ Usar o *Lettering* e a tipografia para a criação de rótulos de embalagens
- ◆ Dedicar-se à experiência sensorial e transcender a nova realidade virtual do *Packaging*

Módulo 5. Packaging de joalharia e cosmética

- ◆ Incorporar as necessidades dos consumidores de cosmética, tanto tradicional como emergente, compreendendo que o *Packaging* cosmético diferencia-se pela compra de um produto na maioria das ocasiões
- ◆ Dominar técnicas de *design* durante todo o processo de *Packaging* alinhando as embalagens exteriores, interiores e do produto
- ◆ Alargar os critérios para a aplicação de estilos no campo cosmético, uma vez que o *design de Packaging* é altamente definido e polarizado
- ◆ Gerir as técnicas de *Packaging* experimental criativo para aumentar a exclusividade através do valor da embalagem
- ◆ Criar novos *designs* baseados no *design de embalagens* de joias, tendo em conta as principais linhas de *design* no sector do luxo

Módulo 6. Packaging gourmet e vinhos

- ◆ Incorporar as tradições familiares e a recriação de bons tempos num produto concebido como parte intangível do património cultural do nosso país
- ◆ Gerir os aspectos casuísticos e técnicos da embalagem de vinhos e produtos *gourmet*, encontrando um equilíbrio entre o *design* funcional e a estética
- ◆ Dominar os materiais que compõem o *Packaging* de produtos, tais como rolhas, vidro e embalagens secundárias
- ◆ Conceber o rótulo de acordo com uma arquitetura de informação que tenha em conta os rótulos de qualidade e reflita a personalidade da marca
- ◆ Gerir a experiência do utilizador com o entendimento de que se trata de uma experiência sensorial na qual o sentido do gosto também se deve sentir através dos olhos

Módulo 7. Embalagem e *design* no consumo em massa

- ◆ Criar transparência e eficiência nas embalagens de alimentos, determinantes para o correto desenvolvimento da saúde física
- ◆ Incorporar a nanotecnologia e o *Packaging* interativo no mercado de consumo em massa como parte de uma estratégia de inovação constante
- ◆ Assimilar as necessidades do produto alimentar e as suas condições de conservação, transporte e armazenamento
- ◆ Analisar os resultados da conceção de embalagens tanto de uma perspetiva funcional como estética
- ◆ Gerir as tendências de personalização no campo do *design* dirigidas às marcas e ao público de produtos de consumo em massa

Módulo 8. Marketing & Branding para *Packaging*

- ◆ Integrar a utilização de dados na estratégia criativa de *Packaging*
- ◆ Dominar a comunicação estratégica e de valor para que o *Briefing* sobre o *design* de embalagens tenha sucesso
- ◆ Criar valor através da projeção de uma identidade de marca que pode mudar ao longo do tempo através da flexibilidade e versatilidade
- ◆ Acrescentar a experiência do utilizador no âmbito digital ao *packaging* tradicional das lojas físicas
- ◆ Assimilar a utilização da Inteligência Artificial como suporte e avaliar e analisar o comportamento para desenvolver o pensamento crítico

Módulo 9. Gestão criativa

- ◆ Fomentar o desenvolvimento de competências artísticas através da compreensão do uso de códigos visuais e da sua mensagem
- ◆ Aplicar o que foi aprendido até ao momento do desenvolvimento de um portefólio pessoal e um *Briefing* dos desenhos
- ◆ Encaixar a narrativa visual na estratégia da marca
- ◆ Incorporar as técnicas artísticas mais avançadas, tais como a atividade do cadáver esquisito ou a hipergrafia
- ◆ Gestão do espaço, das estruturas e dos volumes, bem como da gama cromática como um todo e não separadamente

Módulo 10. Desenvolvimento operacional do *Packaging*

- ◆ Identificar o papel do *design* dentro da cadeia de fornecimento de mercadorias
- ◆ Gerir as técnicas de desenvolvimento, prototipagem de produto e testagem para as aplicar ao *design* de *Packaging*
- ◆ Aumentar a capacidade de visão do estudante na altura da conceção através de uma perspetiva global da "viagem do pacote"
- ◆ Dominar o seu papel como *designer* e melhorar as suas relações laborais

03

Competências

Com o Mestrado em Design de Packaging, o profissional irá desenvolver habilidades criativas para a expressão eficaz no meio do Marketing, ao dar vida a ideias funcionais e únicas através das ferramentas e técnicas aprendidas. Poderá trabalhar no Design de *Packaging* para o sector da cosmética e da joalharia, bem como do vinho e produtos gourmet e o grande consumo, com um desenvolvimento integral no desenvolvimento de uma cadeia de valor do *Packaging* e integração com o produto para aumentar o seu valor no mercado.





66

Desenvolverá as habilidades criativas para se desenvolver com o Adobe Illustrator no Design de Packaging inovador e funcional”



Competências gerais

- ◆ Desenvolver a comunicação verbal e visual através do domínio do *Briefing* e das tendências no design de *Packaging*
- ◆ Aumentar a criatividade através da utilização da direção artística e conceptual aplicadas às empacotamento de produtos
- ◆ Desenvolver competências analíticas na observação, integração e avaliação das estratégias de *Branding* geradas ao redor da embalagem
- ◆ Adquirir conhecimentos sobre o mercado de *Packaging* de cosmética e joalharia, bem como de produtos vitivinícolas e *gourmet* e do mercado de consumo em massa
- ◆ Desenvolver competências sobre técnicas de ilustração e design assistido por computador com o programa *Adobe Illustrator*
- ◆ Ter um conhecimento completo da cadeia de valor do *Packaging* e integração com o produto para aumentar o seu valor no mercado

“

Atualize os seus conhecimentos e potencie as suas habilidades no Design de Packaging e ofereça soluções engenhosas nos seus novos projetos”





Competências específicas

- Exprimir ideias de forma criativa e funcional utilizando a ferramenta Adobe Illustrator
- Desenvolver conceitos criativos de acordo com um critério próprio e ajustado às necessidades do produto e do mercado
- Possuir conhecimentos avançados sobre estilos de *design* adequados para cada tipo de produto em sectores como a cozinha *gourmet*, a cosmética, a joalharia e o consumo em massa
- Desenvolver um *design* de *Packaging* sustentável e mais responsável do ponto de vista ambiental
- Transcender para a implementação da Realidade Virtual como um novo elemento para o alcance de novos conceitos
- Dominar os estilos de *design* em cada um dos sectores a serem aplicados: luxo, *gourmet* ou consumo de massa
- Desenvolver no campo da pesquisa de mercado do produto, a fim de tirar partido dos dados no desenvolvimento do *design*
- Integrar novas tecnologias para proporcionar uma melhor experiência ao utilizador final através do *Packaging*
- Gerar um desempenho operacional correto no seu papel como *designer* em harmonia com o ambiente

04

Direção do curso

A TECH selecionou uma equipa docente de alto nível composta por profissionais vanguardistas e com experiências internacionais, que trazem o valor e a garantia que este programa exige, para a formação de *designers* de sucesso no mundo do *Packaging* Especialistas na área da comunicação, o Marketing e as artes visuais, conseguirão transmitir ao aluno todos os conhecimentos para se desenvolver eficientemente e que possam integrá-los na sua prática profissional. Atendendo a uma metodologia de ensino 100% *online* e baseada no *Relearning*, o que traz grandes vantagens ao processo de aprendizagem.



“

*Profissionais vanguardistas e com mais
de 15 anos de experiência que o guiarão
no caminho para o êxito”*

Diretor Internacional Convidado

Laura Moffitt é uma reconhecida Designer altamente especializada em **estratégias de embalagem e desenvolvimento de marcas a nível mundial**. Com uma sólida experiência na direção criativa no **packaging inovador**, tem trabalhado com equipas multifuncionais para dar vida às marcas através de uma visão criativa e coerente. O seu enfoque nas **tendências dos projetos** e a sua paixão pela excelência levaram-na a ultrapassar os limites do convencional, trazendo uma visão inovadora para a indústria.

Ao longo da sua carreira, desempenhou funções-chave em empresas de renome, entre as quais se destaca o cargo de **Diretora de Design de Embalagens em Youth to the People** en L'Oréal. Desta forma, encarregou-se de liderar a conceptualização e execução de designs de embalagens, colaborando com **equipas de Marketing**, desenvolvimento de produtos e fornecedores para garantir uma experiência de **Branding** coerente e eficiente.

É de salientar que tem sido reconhecida internacionalmente pela sua capacidade de melhorar o perfil das instituições com que tem trabalhado. A este respeito, o seu papel tem sido muito importante no desenvolvimento de **estratégias de embalagem globais** e na proposta de **coleções visualmente atraentes** que se ligam com o consumidor. Além da sua trajetória no setor, foi galardoada pelo seu enfoque inovador e tem impulsionado inúmeras iniciativas de melhoria contínua que marcaram marcos na indústria.

Contribuiu igualmente para o desenvolvimento de investigações e análises de **tendências do mercado**, que lhe permitiu manter-se na **vanguarda da Indústria do Design**. Desenvolveu maquetas de alta fidelidade, **representações 3D de embalagens** e artigos promocionais, e projetou ativos digitais. A sua abordagem investigativa permitiu-lhe colaborar no lançamento de novos produtos que se destacam pela sua funcionalidade e estética.



Sra. Moffitt, Laura

- Diretora de Design de Packaging na L'Oréal, Los Angeles, EUA
- Designer Sénior (Juventude para o Povo) na L'Oréal
- Designer de Packaging na L'Oréal
- Designer de embalagens na Youth To The People
- Designer visual sénior Beats by Dr. Dre (Apple)
- Designer Gráfico na FAM Brands
- Estagiário de Design Gráfico na Dibujando de memoria
- Estagiário de Marketing na Bonhams
- Especialista em Design Gráfico no Pratt Institute
- Licenciatura em Design de Comunicação, com especialização em Design Gráfico pelo Pratt Institute

“

Gracas à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo"

Direção



Dra. María García Barriga

- Doutora em *Design e Dados de Marketing*
- Comunicadora na RTVE
- Comunicadora na Telemadrid
- Professora universitária
- Autora de *El patrón de la eternidad: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda*
- Comunicação, Marketing e Campanhas Sociais. Património das Artes – Marketing Digital
- Editora chefe Chroma Press
- Executiva de Contas e Marketing e Redes Sociais Servicecom
- Redatora de conteúdos Web. Premium Difusión, Diario Siglo XXI e Magazine Of Managers
- Doutora, *Design e Dados de Marketing*. Universidade Politécnica de Madrid
- Licenciada em Ciências da Informação, Comunicações, Marketing e Publicidade. Universidade Complutense de Madrid
- Pós-graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo. Universidade Complutense de Madrid
- Certificada em Análise de Dados e Criatividade com Python em China
- MBA Fashion Business School, a Escola de Negócios da Moda da Universidade de Navarra

Professores

Sra. Esther Merinero Gómez

- ◆ Diretora de Arte na Feira Internacional de Arco
- ◆ Direção artística em projetos como The Koppel Project Gallery e em Costa del Sol
- ◆ Licenciada em Belas Artes pela Chelsea College of Arts
- ◆ Mestrado em Escultura pela Royal College of Arts de Londres

Sra. Eva Sigüenza

- ◆ Consultora em agências de comunicação e relações públicas no sector lifestyle
- ◆ Coordenadora de Relações Públicas na Penaira
- ◆ Consultora de Marketing e Relações Públicas na OmnicomPRGroup
- ◆ Diretora de Contas na Agencia TTPR
- ◆ Executiva de contas na Ogilvy Public Relations Worldwide
- ◆ Especialista em campanhas para o sector de luxo e relojoaria, com clientes como a Panerai
- ◆ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas. Universidade Europeia de Madrid
- ◆ Mestre em Marketing Digital e Comércio Eletrónico pela EAE Business School

Sr. Javier Holgueras

- ◆ Planificador de gestão da cadeia de abastecimento Zalando
- ◆ Analista Comercial para a Apple na sua sede na Irlanda
- ◆ Gestor de Mercados para a Kellogg's
- ◆ Planificador de receitas por vendas e desenvolvimento na Mondelēz Internacional
- ◆ Administrador de Execução para a Colgate-Palmolive
- ◆ Mestre em *Big Data* e Análise de Negócios para a Escuela de Organización Industrial
- ◆ Mestre em Engenharia Industrial pela Universidade de Valladolid
- ◆ Diploma em Economia pela Universidade Nacional de Educación a Distancia

Dra. Paula Gárgoles Saes

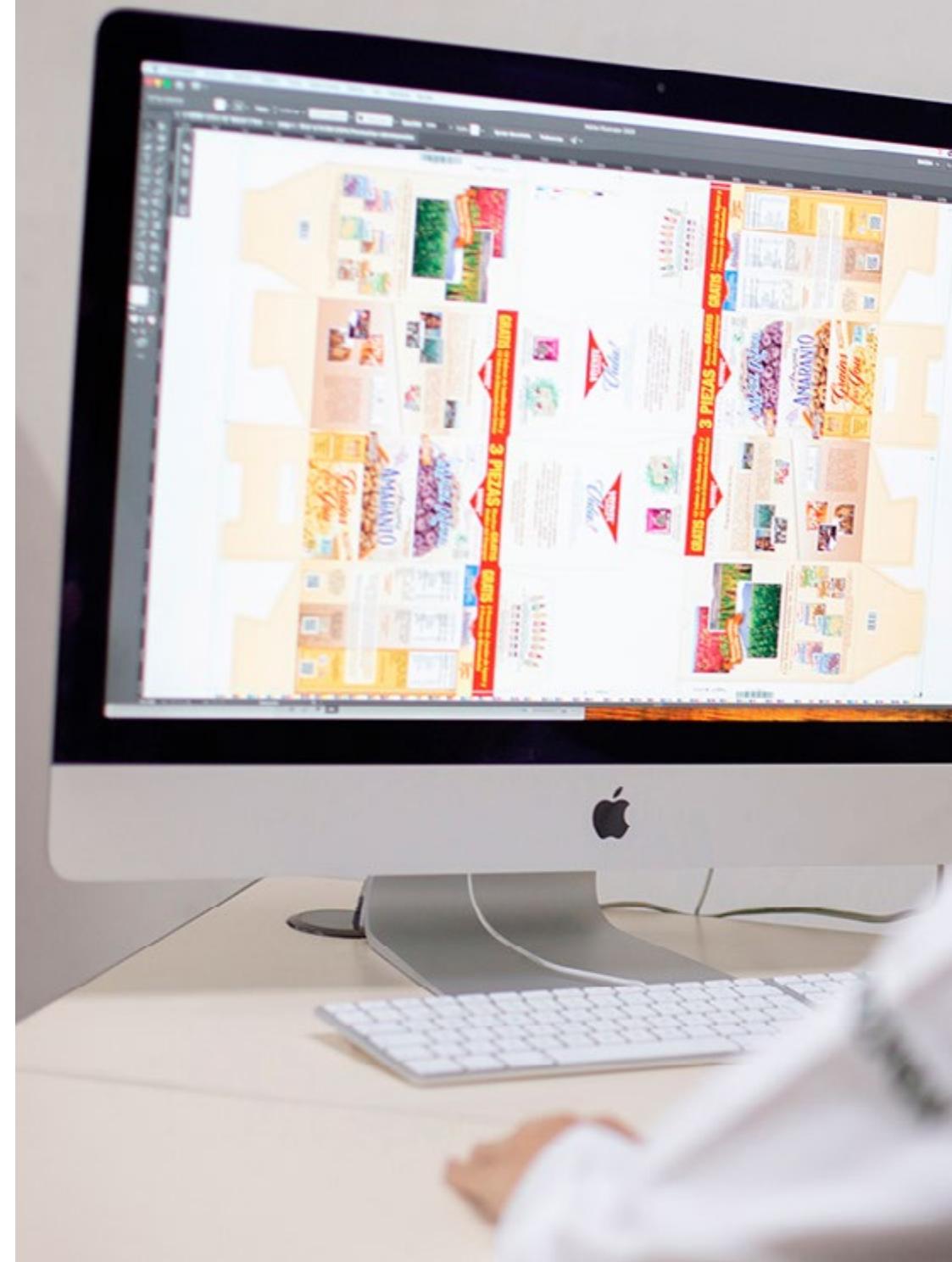
- ◆ Doutora, Investigadora e Consultora Especialista em Moda, Comunicação e Sustentabilidade
- ◆ Professora Investigadora na Escola de Comunicação e chefe da Academia de Comunicação Corporativa da Universidade Panamericana, Cidade do México
- ◆ Consultora de Comunicação e Sustentabilidade no Ethical Fashion Space, Cidade do México
- ◆ Jornalista de moda na agência Europa Press e na revista digital Asmoda
- ◆ Especialista em Moda no Fashion Institute of Technology, em Nova Iorque, e no Future Concept Lab, em Milão
- ◆ Departamento de Comunicação da Licenciatura em Comunicação e Gestão de Moda no Centro Universitário Villanueva e na ISEM Fashion Business School
- ◆ Doutoramento Cum Laude em Criatividade Aplicada pela Universidade de Navarra com a tese "Modelo Reputacional para o sector da moda"
- ◆ Licenciatura em Jornalismo. Universidade Complutense de Madrid
- ◆ Executive Fashion MBA por ISEM Fashion Business School

Sra. Mari Carmen Miñana Grau

- ◆ Designer têxtil na Petite Antoinette
- ◆ Designer na firma Donzis Estudios
- ◆ Designer na Valentín Herraiz
- ◆ Criadora de padrões em Valentín Herraiz
- ◆ Graduada em Design de Moda na Barreira Arte y Diseño
- ◆ Especialista em Design Digital com Adobe Illustrator
- ◆ Especialidade em padronização, corte e confecção de vestuário valenciano pela Aitex Paterna

Sra. Lola Macías,

- ◆ Consultora de Internacionalização de Empresas na Thinking Out
- ◆ Consultora de Internacionalização homologada no Instituto Valenciano de Competitividade Empresarial
- ◆ Coordenadora do Observatório do Mercado Têxtil AITEX
- ◆ Professora de Comércio Internacional e Marketing e Publicidade na Universidade Europeia de Valência
- ◆ Professora em Internacionalização e Gestão Estratégica Empresarial na Universidade CEU Cardenal Herrera.
- ◆ Doutora em Marketing pela Universidade da Valência
- ◆ Licenciada em Administração e Gestão de Empresas pela Universidade de Valência
- ◆ Mestre em Gestão e Administração da Empresa Comercial pela Universidade de Paris
- ◆ Mestrado em Formação de Professores para o Ensino Secundário, Bacharelato e Formação Profissional na Universidade Católica de Valência
- ◆ Mestre em Moda, Gestão de Design e Operações pela AITEX





Sra. Begoña Romero Monente

- ♦ Mentora e formadora pessoal para empreendedores
- ♦ Palestrante e professora em vários cursos de gestão de retalho, *Marketing digital* e gestão de pessoas
- ♦ Diretora-geral da agência Young Promotion, onde criou o serviço personal shopper nos aeroportos espanhóis e se especializou na execução de campanhas publicitárias em lojas Duty Free, com contas como AENA, Dufry, L'Oréal, Diageo, Philip Morris, Montblanc, etc.
- ♦ Coordenadora na Airport Promotion Agencies Association
- ♦ Locutora, redatora e responsável de comunicações para vários meios de comunicação *online* e *offline*
- ♦ Licenciada em Jornalismo pela Universidade de Málaga
- ♦ Licenciada em Publicidade e Relações Públicas pela Universitat Oberta de Catalunya
- ♦ Mestrado pela ISEM Fashion Business School da Universidade de Navarra
- ♦ Formadora certificada na Escola Europeia de Coaching

05

Estrutura e conteúdo

Com a finalidade de o profissional conseguir desenvolver-se com total flexibilidade no processo de aprendizagem e responda positivamente perante as avaliações correspondentes, foi concebido um programa que comprehende o domínio de técnicas, instrumentos, até ao desenvolvimento de habilidades de investigação com implementação em diferentes sectores de mercado. Estruturado em 10 secções com conteúdo exclusivo selecionado pelos especialistas para que consiga estudá-los em 12 meses. O qual está distribuído em diversos formatos audiovisuais e escritos para dar dinamismo ao processo, disposto através de interessantes recursos multimédia.



“

A variedade de formatos em que é apresentado o conteúdo dá dinamismo e agilidade ao processo de estudo. Tudo disponível através de uma metodologia 100% online e baseada no Relearning”

Módulo 1. Design e ilustração com o Adobe Illustrator

- 1.1. Preparação do espaço de trabalho
 - 1.1.1. O que é um gráfico vetorial?
 - 1.1.2. Novo documento. Espaço de trabalho
 - 1.1.3. Interface
- 1.2. Área de trabalho
 - 1.2.1. Ferramentas disponíveis
 - 1.2.2. Regras, guias. Grelhas
 - 1.2.3. Mesas de trabalho
- 1.3. Traçados
 - 1.3.1. Figuras geométricas
 - 1.3.2. Seleção e seleção direta
 - 1.3.3. Traço
- 1.4. Cor
 - 1.4.1. Cor e conta-gotas
 - 1.4.2. Lápis
 - 1.4.3. Pincel
- 1.5. Transformação da forma
 - 1.5.1. Borracha, tesoura e lâmina
 - 1.5.2. Deformação, escalonamento e distorção
 - 1.5.3. Alinhar e agrupar. Camadas
- 1.6. Cor e atributos de preenchimento
 - 1.6.1. Caneta
 - 1.6.2. Manípulos e vértices interativos
 - 1.6.3. Bibliotecas de cor
- 1.7. Formas
 - 1.7.1. Gradiente e transparência. Fusão
 - 1.7.2. Buscatrazo
 - 1.7.3. Decalque interativo

- 1.8. As letras
 - 1.8.1. Instalar o gestor tipográfico e as tipografias. Carácter e parágrafo
 - 1.8.2. Ferramenta de texto
 - 1.8.3. Contornar, modificar e deformar o texto. Expandir e *displacement*
- 1.9. Gama cromática
 - 1.9.1. Gama cromática
 - 1.9.2. Tipografia e hierarquias. Imagótipo
 - 1.9.3. Criação de um padrão e amostra
- 1.10. Artes finais
 - 1.10.1. Formatos para o papel e formatos para a web
 - 1.10.2. Exportar para impressão
 - 1.10.3. Exportação para meios digitais

Módulo 2. Ilustração vetorial de Packaging no Adobe Illustrator

- 2.1. O gráfico vetorial
 - 2.1.1. Novo documento. Espaço de trabalho
 - 2.1.2. Ferramentas gerais
 - 2.1.3. A cor
- 2.2. Artes finais
 - 2.2.1. Formatos para o papel e formatos para a web
 - 2.2.2. Exportar para impressão
 - 2.2.3. Exportação para meios digitais
- 2.3. Ferramentas de ilustração no AI
 - 2.3.1. Combinações de ferramentas para ilustração com IA
 - 2.3.2. Composições vetoriais
 - 2.3.3. Tipografias
- 2.4. Ilustração digital
 - 2.4.1. Referências de ilustração com IA
 - 2.4.2. Técnica de decalque vetorial e os seus derivados
 - 2.4.3. Aplicação da ilustração ao packaging (*em foco: Dieline*)

- 2.5. Fontes
 - 2.5.1. Otimização do tempo (páginas com motivos IA gráis)
 - 2.5.2. Versões e modificação (desenho vetorial)
 - 2.5.3. Vantagens da IA sobre o Photoshop na ilustração digital
- 2.6. Formatos
 - 2.6.1. *Design* num formato pré-definido
 - 2.6.2. Criação do formato de raiz
 - 2.6.3. Novos formatos e aplicações
- 2.7. Materiais
 - 2.7.1. Materiais comuns e as suas aplicações
 - 2.7.2. O *packaging* como um objeto de desejo
 - 2.7.3. Novos materiais
- 2.8. *Packaging* físico
 - 2.8.1. Rótulos
 - 2.8.2. Caixas
 - 2.8.3. Notas de agradecimento/convites
 - 2.8.4. Invólucro
- 2.9. *Packaging* digital
 - 2.9.1. *News Letters*
 - 2.9.2. *Banners* e *web*
 - 2.9.3. Formato Instagram
- 2.10. *Mockup*
 - 2.10.1. Integração de um *Mockup*
 - 2.10.2. Portais de *Mockup* gratuitos
 - 2.10.3. Utilização de *Mockup*
 - 2.10.4. Criação do seu próprio *Mockup*

Módulo 3. Ecodesign: materiais para o *design* de *Packaging*

- 3.1. Sustentabilidade: novo *motor* do *design*
 - 3.1.1. As três dimensões da sustentabilidade: social, ambiental e económica
 - 3.1.2. Sustentabilidade dentro do modelo de negócio
 - 3.1.3. Sustentabilidade integrada em todo o processo de *packaging*: desde a conceção até à reciclagem
- 3.2. Economia circular no *Packaging*
 - 3.2.1. Circularidade em ambientes estéticos
 - 3.2.2. A aplicação da economia circular no *packaging*
 - 3.2.3. Os desafios da economia circular no *packaging*
- 3.3. *Design* sustentável de *packaging*
 - 3.3.1. Objetivos do *design* sustentável
 - 3.3.2. Dificuldades do *design* sustentável
 - 3.3.3. Desafios do *design* sustentável
- 3.4. Materiais sustentáveis
 - 3.4.1. *Packaging* feitos de materiais de origem natural
 - 3.4.2. *Embalagens* feitas com materiais compostáveis
 - 3.4.3. *Embalagens* feitas de materiais biodegradáveis
- 3.5. A utilização do plástico
 - 3.5.1. Os efeitos do plástico sobre o mundo
 - 3.5.2. Alternativas ao plástico
 - 3.5.3. Plástico reciclado
- 3.6. Processos de fabrico sustentáveis
 - 3.6.1. Processos sustentáveis na dimensão social
 - 3.6.2. Processos sustentáveis na dimensão ambiental
 - 3.6.3. Processos sustentáveis na dimensão económica e de governação
- 3.7. Reciclagem
 - 3.7.1. Materiais reciclados
 - 3.7.2. Processo de reciclagem
 - 3.7.3. O preço da reciclagem no *packaging*

- 3.8. Desenhar *Packaging* para reciclar e reutilizar
 - 3.8.1. A segunda vida da *embalagem*
 - 3.8.2. Conceção para reciclagem
 - 3.8.3. Desenho para reutilização
 - 3.9. Otimização e versatilidade do *Packaging*
 - 3.9.1. Quando menos é mais no *Packaging'*
 - 3.9.2. Como reduzir o *Packaging* sem perder o valor da marca?
 - 3.9.3. Quando eliminar a *Packaging* sem perder o valor da marca?
 - 3.10. Como gerar a consciência do consumidor sobre o *Packaging*
 - 3.10.1. Educação
 - 3.10.2. Conscientização
 - 3.10.3. Envolver o consumidor no processo de *packaging*
- Módulo 4. Estrutura do *Packaging***
- 4.1. Ilustração do *Packaging*
 - 4.1.1. Cultura do *packaging* (ressonância)
 - 4.1.2. As funções do *packaging* digital
 - 4.1.3. Objetivos do *design de embalagens*
 - 4.2. Composição estrutural
 - 4.2.1. Seleção de forma (estrutura)
 - 4.2.2. *Matching* de cor
 - 4.2.3. Textura 2D
 - 4.3. Técnicas expressivas
 - 4.3.1. Ilustrações específicas
 - 4.3.2. Ilustrações abstratas
 - 4.3.3. Humor em produtos embalados
 - 4.4. Técnicas de representação visual
 - 4.4.1. Associações
 - 4.4.2. Metáforas simbólicas
 - 4.4.3. Hipérboles visuais, exageros (*In Focus: hierarquia visual*)
 - 4.5. Conceção conceptual
 - 4.5.1. Investigação demográfica e etnográfica
 - 4.5.2. Pesquisa de retalho & pesquisa digital
 - 4.5.3. Conceito de marca, o *design* do recipiente (em foco: *Culture Map*)
 - 4.6. Elementos do *design de Packaging*
 - 4.6.1. O painel de visualização
 - 4.6.2. Imaginário da marca
 - 4.6.3. *Quadro conceptual (In Focus: o nome do produto e o nome da marca)*
 - 4.7. *Lettering*
 - 4.7.1. A tipografia
 - 4.7.2. Espaçamento entre linhas
 - 4.7.3. Princípios tipográficos (em foco: tipografia e tecnologia)
 - 4.8. Fases do *design de Packaging*
 - 4.8.1. A estrutura do projeto e o *briefing*
 - 4.8.2. Comunicação da estratégia
 - 4.8.3. Refinamento do *design* e da pré-produção (em foco: Para quem são concebidos os produtos de *Luxury Packaging*?)
 - 4.9. A experiência sensorial
 - 4.9.1. Como soa o *packaging*?
 - 4.9.2. O tato em 2D
 - 4.9.3. A avaliação sensorial (em foco: a experiência sensorial virtual)
 - 4.10. O *Packaging* virtual
 - 4.10.1. Empacotamento no metaverso
 - 4.10.2. Marcas de luxo
 - 4.10.3. Material audiovisual incluído no *Packaging* (*In Focus: unboxing* no metaverso)



Módulo 5. Packaging de joalharia e cosmética

- 5.1. A competitividade do sector cosmético
 - 5.1.1. As necessidades do consumidor de *packaging*
 - 5.1.2. O vasto espectro das marcas cosméticas
 - 5.1.3. *Design de packaging* como valor diferencial no sector cosmético
- 5.2. Estilos no *design* cosmético
 - 5.2.1. *Design* feminino
 - 5.2.2. *Design* masculino
 - 5.2.3. *Design* sem género
- 5.3. *Design* de embalagens para creme e sabão
 - 5.3.1. Definição de linhas redondas ou quadradas?
 - 5.3.2. Personalização da *Frente*
 - 5.3.3. Padrões atrevidos vs. Padrões sóbrios
- 5.4. Segurança e proteção de cremes
 - 5.4.1. Preservação de antioxidantes
 - 5.4.2. Os riscos de mau acondicionamento
 - 5.4.3. Opacidade dos recipientes?
- 5.5. Fragrâncias
 - 5.5.1. Ingredientes naturais
 - 5.5.2. Recipientes de perfumes: cor ou cristal
 - 5.5.3. Estrutura da garrafa
- 5.6. *Design de Packaging* para maquilhagem
 - 5.6.1. Ilustração em caixas de sombras
 - 5.6.2. Edições especiais
 - 5.6.3. Estilo Floral vs. Estilo minimalista
- 5.7. Tendências de *Packaging* em todo o processo de embalagem
 - 5.7.1. Embalagem exterior - saco
 - 5.7.2. Embalagem interior - caixa
 - 5.7.3. Embalagem do produto - recipiente

- 5.8. O *Packaging* experimental criativo
 - 5.8.1. Joalharia como peça única
 - 5.8.2. Sofisticação e elegância
 - 5.8.3. Caixa mágica
- 5.9. Seleção de cores no *design* de *Packaging* de joalharia
 - 5.9.1. Paleta clássica
 - 5.9.2. A cor do ouro e o seu simbolismo
 - 5.9.3. O metal, um material frio e incolor
- 5.10. O *design* de caixas de joias
 - 5.10.1. Corte da madeira: arestas e compartimentos
 - 5.10.2. Forro de tecido ou de veludo
 - 5.10.3. O *design* da apresentação de joias
- 5.11. *Packaging* de joias de luxo
 - 5.11.1. *Packaging* em couro
 - 5.11.2. Uso de fitas e cetim
 - 5.11.3. Espaço para o logótipo
- 6.4. Conteúdo imprescindível no *Packaging gourmet* e vinícola
 - 6.4.1. Denominação de origem
 - 6.4.2. Descrição do produto
 - 6.4.3. Selos específicos de qualidade
- 6.5. Propriedades do vinho e dos produtos *gourmet*
 - 6.5.1. Preservação da qualidade
 - 6.5.2. Conservação do paladar
 - 6.5.3. Apresentação
- 6.6. A personalidade das marcas *gourmet* e vinícolas
 - 6.6.1. Património familiar
 - 6.6.2. Inspirar bons tempos
 - 6.6.3. O sentido do paladar através dos olhos
- 6.7. O rótulo
 - 6.7.1. Tipologia do papel
 - 6.7.2. Propriedades do papel
 - 6.7.3. Informação adicional (em foco: uso de papel reciclado em rótulos)
- 6.8. Cortiça
 - 6.8.1. Qualidade da rolha de cortiça
 - 6.8.2. Cortiça natural, *Twin-Top*, aglomerada e colmatada
 - 6.8.3. Impressão na rolha (Procork, T-Cork, Cava ou Multipieza)
- 6.9. Vidro
 - 6.9.1. Moldes e formas para o cristal
 - 6.9.2. Altura e cor da garrafa
 - 6.9.3. *Design* das cápsulas de fecho de proteção
- 6.10. Recipiente *gourmet*
 - 6.10.1. O produto à vista
 - 6.10.2. Rotulagem clara, legível e organizada
 - 6.10.3. *Design* com frescura

Módulo 6. *Packaging gourmet* e vinhos

- 6.1. Fundamentos de *Packaging gourmet*
 - 6.1.1. *Design* prático e estético
 - 6.1.2. Uso de vidro e cartão
 - 6.1.3. Ergonomia da embalagem
- 6.2. Arquitetura da informação
 - 6.2.1. Prioridade: estética ou funcional
 - 6.2.2. Valores complementares
 - 6.2.3. Mensagem a ser transmitida
- 6.3. *Design* do logótipo
 - 6.3.1. Isotipo
 - 6.3.2. Isologotipo
 - 6.3.3. O rótulo
- 6.4. Conteúdo imprescindível no *Packaging gourmet* e vinícola
 - 6.4.1. Denominação de origem
 - 6.4.2. Descrição do produto
 - 6.4.3. Selos específicos de qualidade
- 6.5. Propriedades do vinho e dos produtos *gourmet*
 - 6.5.1. Preservação da qualidade
 - 6.5.2. Conservação do paladar
 - 6.5.3. Apresentação
- 6.6. A personalidade das marcas *gourmet* e vinícolas
 - 6.6.1. Património familiar
 - 6.6.2. Inspirar bons tempos
 - 6.6.3. O sentido do paladar através dos olhos
- 6.7. O rótulo
 - 6.7.1. Tipologia do papel
 - 6.7.2. Propriedades do papel
 - 6.7.3. Informação adicional (em foco: uso de papel reciclado em rótulos)
- 6.8. Cortiça
 - 6.8.1. Qualidade da rolha de cortiça
 - 6.8.2. Cortiça natural, *Twin-Top*, aglomerada e colmatada
 - 6.8.3. Impressão na rolha (Procork, T-Cork, Cava ou Multipieza)
- 6.9. Vidro
 - 6.9.1. Moldes e formas para o cristal
 - 6.9.2. Altura e cor da garrafa
 - 6.9.3. *Design* das cápsulas de fecho de proteção
- 6.10. Recipiente *gourmet*
 - 6.10.1. O produto à vista
 - 6.10.2. Rotulagem clara, legível e organizada
 - 6.10.3. *Design* com frescura

Módulo 7. Embalagem e design no consumo em massa

- 7.1. Transparência no *packaging* alimentar
 - 7.1.1. Empacotando saúde
 - 7.1.2. O plástico para envolver alimentos e materiais biodegradáveis
 - 7.1.3. Polímeros
- 7.2. Novos recipientes para alimentos
 - 7.2.1. Biopolímeros
 - 7.2.2. Ácidos orgânicos
 - 7.2.3. Indicadores de gás e temperatura
- 7.3. Nano *packaging*
 - 7.3.1. Nanopartículas
 - 7.3.2. Nanomateriais
 - 7.3.3. Nanoemulsões
- 7.4. O presente do *packaging* de consumo em massa
 - 7.4.1. Active *Packaging*
 - 7.4.2. Intelligent *Packaging*
 - 7.4.3. Smart *packaging*
- 7.5. Produção em massa
 - 7.5.1. *Packaging* e distribuição
 - 7.5.2. Embalagem primária
 - 7.5.3. Embalagem secundária (exemplo: caixas Kellogg's)
- 7.6. O aspetto do consumo em massa
 - 7.6.1. Fotografia de alimentos
 - 7.6.2. Ilustrações instrutivas
 - 7.6.3. Design eficiente
- 7.7. *Packaging* interativo
 - 7.7.1. Funcionalidade do *packaging* interativo
 - 7.7.2. Tipos de *packaging* interativo
 - 7.7.3. Relações interativas
- 7.8. Design de embalagens para alimentos
 - 7.8.1. Forma e tamanho
 - 7.8.2. Alimentos frescos ou processados
 - 7.8.3. Design na rotulagem de produtos
- 7.9. *Packaging* comercial
 - 7.9.1. Do básico ao Premium
 - 7.9.2. Design funcional com reviravolta
 - 7.9.3. Personalização em massa
- 7.10. Avaliação do *design* de embalagens
 - 7.10.1. Percebe-se o que é o seu produto?
 - 7.10.2. O produto tem uma representação honesta?
 - 7.10.3. Como será o produto na loja ou em 3D?
 - 7.10.4. Versatilidade

Módulo 8. Marketing & Branding para *Packaging*

- 8.1. Inteligência artificial no *design* de embalagens
 - 8.1.1. Ativação da criatividade através de dados
 - 8.1.2. Técnicas de diferenciação
 - 8.1.3. Redesign e avaliação
- 8.2. Branding para "invólucros"
 - 8.2.1. Identidade da marca
 - 8.2.2. Design baseado no branding
 - 8.2.3. Impacto económico do branding no *Packaging*
- 8.3. Estratégia digital
 - 8.3.1. Estratégias de negócio ligadas à identidade
 - 8.3.2. Publicidade
 - 8.3.3. Avaliação do posicionamento
- 8.4. O processo orientado pelos dados
 - 8.4.1. Gestão da comunicação visual através de dados
 - 8.4.2. Compilação e seleção de dados
 - 8.4.3. Análise de dados

- 8.5. Hábitos do consumidor em situação de *Premium*
 - 8.5.1. Métricas chave de *marketing*
 - 8.5.2. Métricas chave do *packaging*
 - 8.5.3. Criação de padrões sequenciais
- 8.6. Inovação no ambiente do *packaging*
 - 8.6.1. Gestão da criatividade
 - 8.6.2. Técnicas preditivas
 - 8.6.3. Simulação de cenários de inovação
- 8.7. Utilização de Big Data para a criação de ícones
 - 8.7.1. Mercado do *packaging*
 - 8.7.2. Consumidor do *packaging*
 - 8.7.3. Segmentação e valor
- 8.8. Criação de valor ao longo do tempo
 - 8.8.1. Estratégias de fidelização
 - 8.8.2. Criação de embaixadores
 - 8.8.3. Gestão eficiente das comunicações
- 8.9. Experiência do utilizador
 - 8.9.1. O ambiente digital
 - 8.9.2. Criação de *interação*
 - 8.9.3. Mensagens
- 8.10. Gestão de projetos
 - 8.10.1. Preparação do *briefing*
 - 8.10.2. Comunicação estratégica
 - 8.10.3. Comunicação de valor

Módulo 9. Gestão criativa

- 9.1. Evolução do *packaging*
 - 9.1.1. Comunicação visual
 - 9.1.2. História especulativa do *packaging*
 - 9.1.3. Fundações estéticas
- 9.2. Narrativa do produto
 - 9.2.1. Identificar a sua história. Qual é a mensagem?
 - 9.2.2. Identificar o seu público-alvo
 - 9.2.3. Conversa entre marca e consumidor
- 9.3. Estratégia de marca
 - 9.3.1. *Briefings*
 - 9.3.2. Mecanismos e linguagens próprias
 - 9.3.3. *Material Research. Tendências*
- 9.4. Oficina de especulação
 - 9.4.1. Arte e espaço. Volumes
 - 9.4.2. Espaço físico I. Jogo, tempo e acaso
 - 9.4.3. Espaço digital I. *Fabrico virtual*
- 9.5. O ambiente dos produtos
 - 9.5.1. As instalações e a sua posição
 - 9.5.2. Espaço físico II
 - 9.5.3. Espaço Digital II
- 9.6. Criatividade técnica
 - 9.6.1. Composição
 - 9.6.2. Cadáver esquisito. Multiplicidade de imagens
 - 9.6.3. *Hypergraphics*. Gráfico aplicado ao espaço
- 9.7. Produção e desenvolvimento de *Packaging*
 - 9.7.1. Materiais como uma mensagem
 - 9.7.2. Técnicas tradicionais e contemporâneas
 - 9.7.3. Porquê apostar numa imagem?

- 9.8. *Direção de Arte*
 - 9.8.1. Aplicação da narrativa do produto
 - 9.8.2. Gama cromática e o seu significado
 - 9.8.3. Identificar o enfoque publicitário
- 9.9. Pós-produção
 - 9.9.1. Fotografia
 - 9.9.2. Iluminação
 - 9.9.3. Efeitos
- 9.10. Projeto de empreendedorismo
 - 9.10.1. Portefólio
 - 9.10.2. Instagram
 - 9.10.3. Reflexão. Workshop

Módulo 10. Desenvolvimento operacional do *Packaging*

- 10.1. A cadeia de valor do *packaging*
 - 10.1.1. O ciclo de vida de um "invólucro"
 - 10.1.2. Funcionalidade
 - 10.1.3. O papel do *design* na cadeia de fornecimento
- 10.2. *Stock Packaging*
 - 10.2.1. Armazenamento
 - 10.2.2. Distribuição: seguimento e rastreio
 - 10.2.3. Integração da operacionalidade no *design*
- 10.3. O *Retail* e o E-Commerce
 - 10.3.1. A nova realidade do *packaging* nas lojas físicas
 - 10.3.2. *Lojas de Conceito*
 - 10.3.3. *Design* de embalagens ao domicílio (*In Focus*: normalização vs. Personalização)
- 10.4. O *Packaging* industrial
 - 10.4.1. Análise de custos
 - 10.4.2. Limites no *design* de embalagens
 - 10.4.3. Avaliação do processo de *packaging*
- 10.5. Inovação no *design* de *Packaging*
 - 10.5.1. Evolução do conceito de embalagem
 - 10.5.2. Qualidade do *packaging*
 - 10.5.3. Gestão de envios no formato *online*
- 10.6. Estratégia de *Packaging*
 - 10.6.1. Embalagem primária, secundária e terciária no sistema de *packaging*
 - 10.6.2. O fabricante do produto e o *designer* de *Packaging*
 - 10.6.3. *Tomada de decisões*
- 10.7. Desenvolvimento do conceito
 - 10.7.1. *OKR Technique (Objetivos e Resultados Principais)*
 - 10.7.2. *Técnicas de Enquadramento*
 - 10.7.3. *Técnica Canvas*
- 10.8. O produto do *design*
 - 10.8.1. Prototipagem (*Story Map + Live Data*)
 - 10.8.2. Teste (*Teste de Concierge* + usabilidade/confiança/comportamento)
 - 10.8.3. Avaliação
- 10.10. A profissão do *designer* de embalagens
 - 10.10.1. *Stakeholders*
 - 10.10.2. O ambiente de trabalho
 - 10.10.3. Relações de trabalho com os clientes

06

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem. A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cílico: ***o Relearning***.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a ***New England Journal of Medicine***.



66

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cílicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

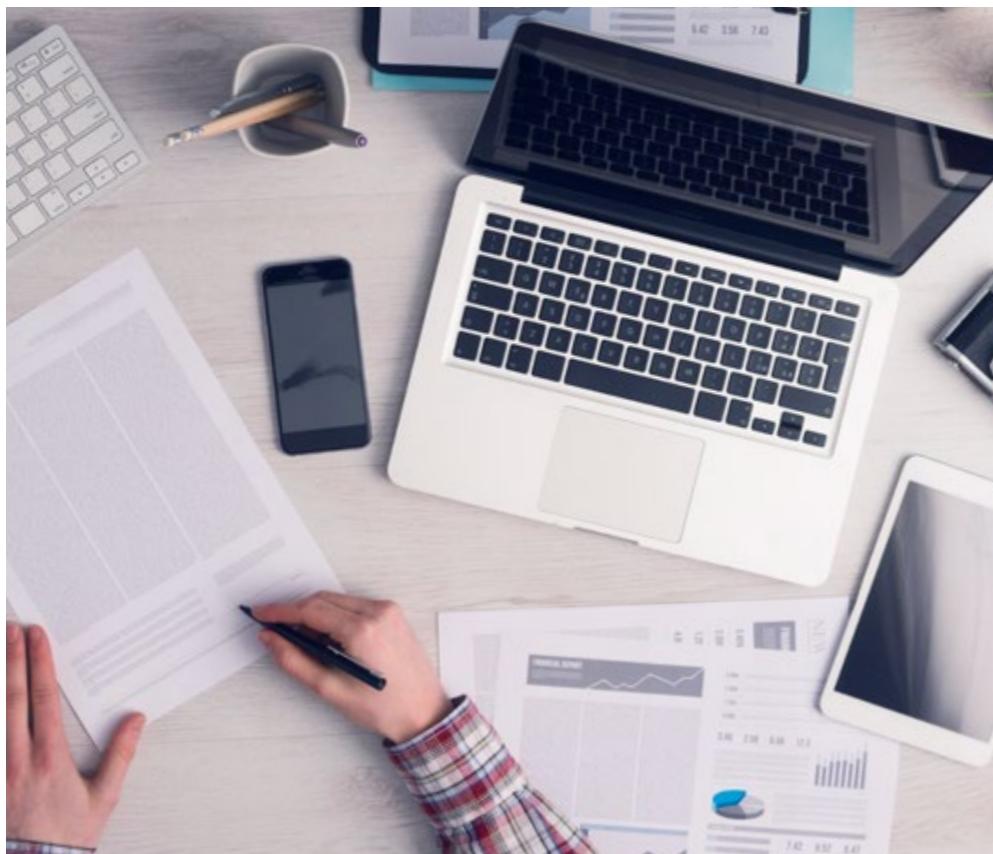
O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“

O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

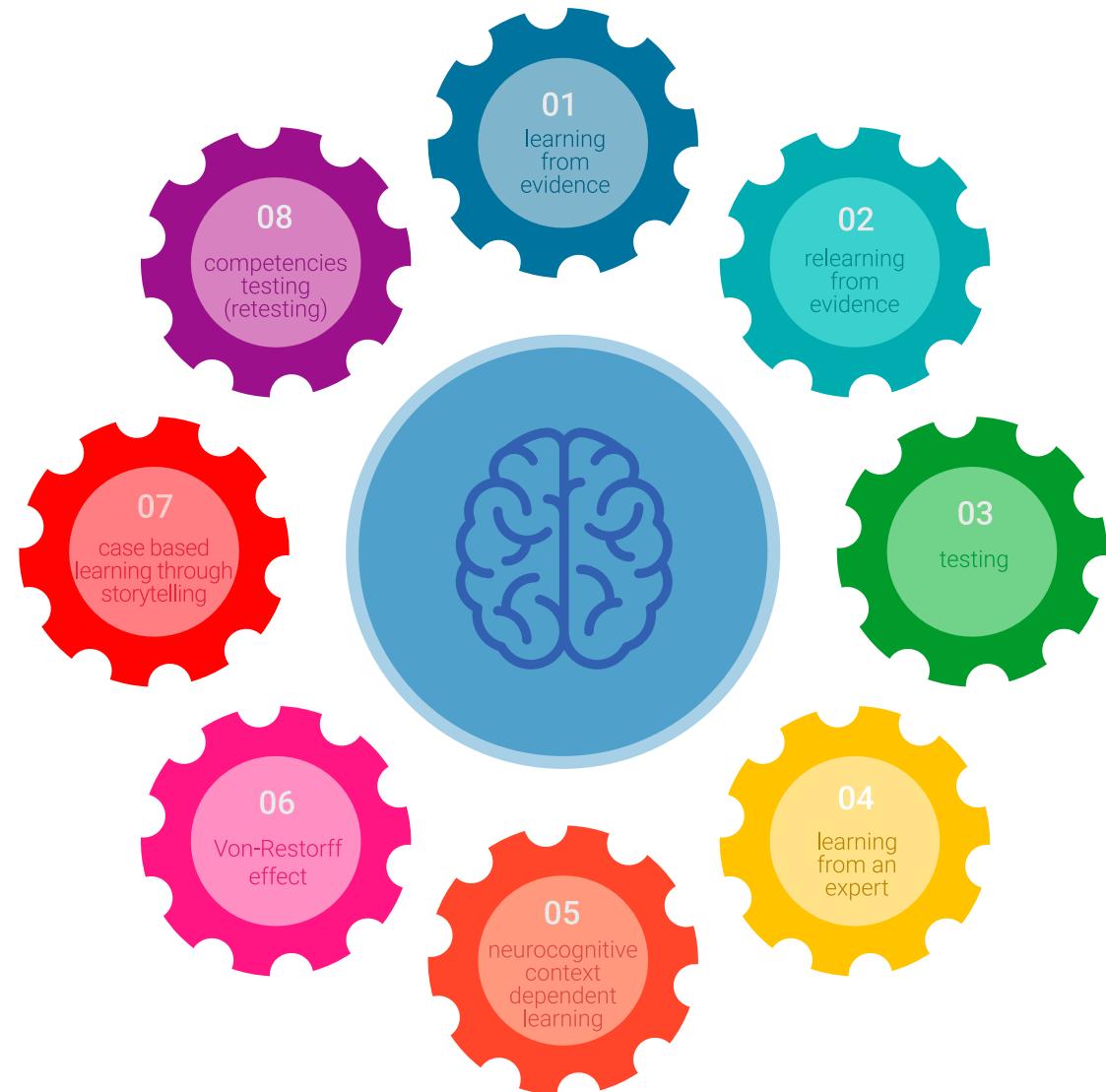
A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende- com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.





No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.

Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializada. O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



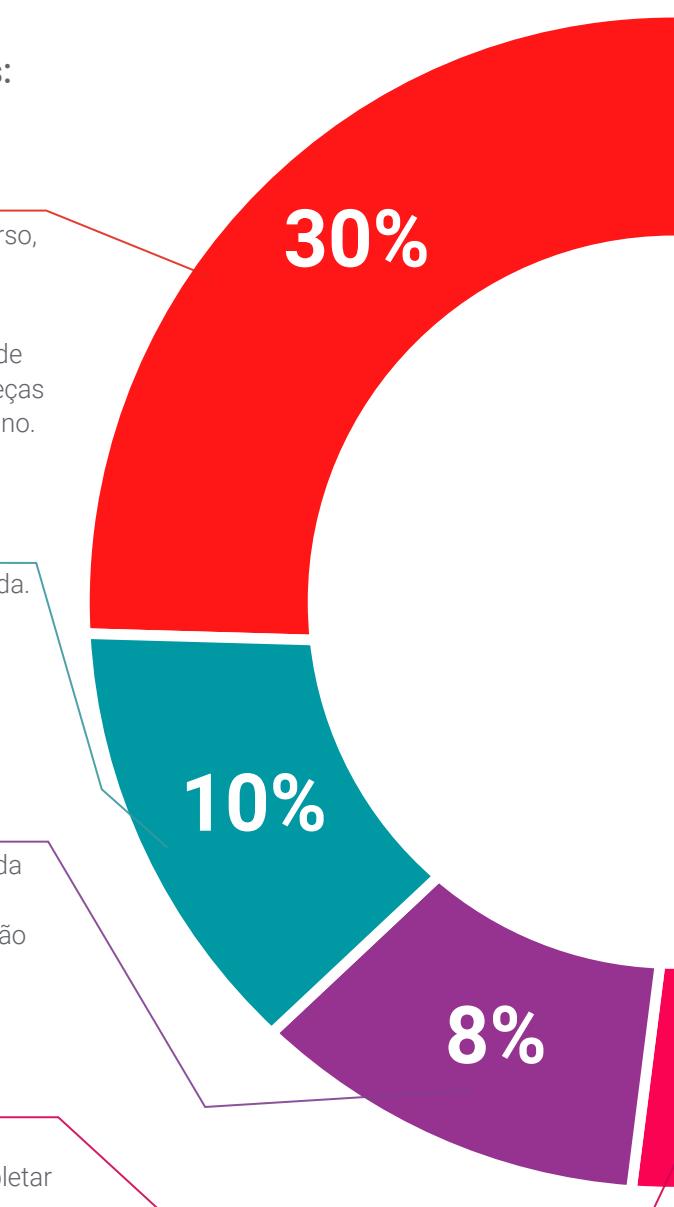
Práticas de aptidões e competências

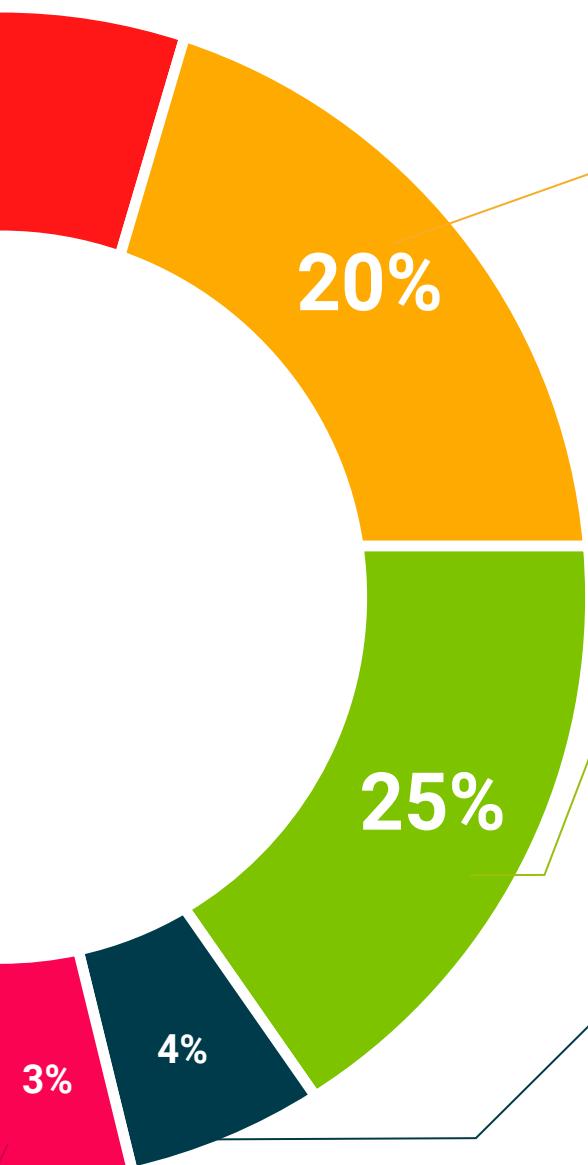
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação.





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas concetuais a fim de reforçar o conhecimento.



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



07

Certificação

O Mestrado em Design de Packaging garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um Mestrado emitido pela TECH Global University.



66

*Conclua este plano de estudos com sucesso
e receba o seu certificado sem sair de casa
e sem burocracias"*

Este programa permitirá a obtenção do certificado próprio de **Mestrado em Design de Packaging** reconhecido pela **TECH Global University**, a maior universidade digital do mundo.

A **TECH Global University**, é uma Universidade Europeia Oficial reconhecida publicamente pelo Governo de Andorra (*bollettino ufficiale*). Andorra faz parte do Espaço Europeu de Educação Superior (EEES) desde 2003. O EEES é uma iniciativa promovida pela União Europeia com o objetivo de organizar o modelo de formação internacional e harmonizar os sistemas de ensino superior dos países membros desse espaço. O projeto promove valores comuns, a implementação de ferramentas conjuntas e o fortalecimento de seus mecanismos de garantia de qualidade para fomentar a colaboração e a mobilidade entre alunos, pesquisadores e acadêmicos.



*Apostila de Haia: Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH Global University providenciará a obtenção do mesmo a um custo adicional.

Esse título próprio da **TECH Global University**, é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Título: **Mestrado em Design de Packaging**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Acreditação: **60 ECTS**



futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade competências
atenção personalizada
conhecimento
presente qualidade
desenvolvimento site



Mestrado

Design de Packaging

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Global University
- » Acreditação: 60 ECTS
- » Horário: no seu próprio ritmo
- » Exames: online

Mestrado

Design de Packaging

