

Mestrado Semipresencial

Design de Embalagens



Mestrado Semipresencial

Design de Embalagens

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Global University

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/design/mestrado-semipresencial/mestrado-semipresencial-design-embalagens

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Porquê fazer este Mestrado Semipresencial?

pág. 8

03

Objetivos

pág. 12

04

Competências

pág. 18

05

Direção do curso

pág. 22

06

Planificação do programa de estágio

pág. 30

07

Estágios

pág. 40

08

Onde posso fazer os estágios?

pág. 46

09

Metodologia

pág. 50

10

Certificado

pág. 58

01

Apresentação

A concorrência comercial obriga as empresas a diferenciarem-se para atrair a atenção do cliente e serem, definitivamente, a empresa de eleição no momento da compra ou contratação. Uma das técnicas mais bem sucedidas é o design atrativo das embalagens, razão pela qual as empresas exigem cada vez mais a presença de profissionais que dominem este aspeto. Com base nisto, a TECH considerou necessário criar este completíssimo Mestrado Semipresencial que combina o melhor e mais moderno conteúdo teórico e um estágio prático de 3 semanas num centro de prestígio na área do design e do marketing. Sem dúvida, uma oportunidade que permitirá ao aluno crescer com qualidade na sua carreira em apenas 12 meses.



“

A embalagem tornou-se numa estratégia fundamental para garantir o sucesso de qualquer campanha. Especialize-se nesta técnica e tenha sucesso no setor do design”

Uma boa imagem tornou-se, hoje em dia, num requisito fundamental para garantir o sucesso de qualquer empresa. A concorrência no mercado atual é feroz, razão pela qual as equipas criativas têm de trabalhar arduamente para criar campanhas que se destaquem da multidão e as façam sobressair. O facto é que atrair a atenção do cliente tornou-se num dos principais objetivos das empresas porque, hoje em dia, a funcionalidade ou qualidade não são suficientes se não tiverem uma imagem diferente e distinguível.

Por esta razão, as embalagens tornaram-se muito importantes nos últimos anos, uma vez que permitem exprimir a identidade da empresa através de cores e formas de uma forma diversificada e abrangente. Com o objetivo de que o especialista em design possa adquirir um conhecimento amplo e especializado sobre esta técnica tão exigida na indústria, a TECH e a sua equipa desenvolveram este completíssimo Mestrado Semipresencial em Design de Embalagens.

Trata-se de um Mestrado Semipresencial que combina, de forma intensiva, os melhores conteúdos teóricos, elaborados pelo corpo docente, especialistas na área com vasta e extensa experiência profissional, o mais variado e completo material complementar e a possibilidade de realizar um estágio de 3 semanas numa empresa de referência do setor.

Durante os 12 meses do Mestrado Semipresencial, o aluno aprofundará os fundamentos do design, da estruturação e da ilustração em matéria de *packaging* através da utilização das ferramentas e dos softwares mais recentes. Além disso, ficará a conhecer as estratégias de marketing e *branding* mais bem sucedidas da atualidade.

Trata-se, por conseguinte, de uma oportunidade única de frequentar um Mestrado Semipresencial que lhe dará as competências necessárias para se tornar num excelente profissional de design e com o qual poderá aperfeiçoar as suas capacidades criativas de uma forma altamente nutritiva a nível académico.

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

- ♦ Desenvolvimento de mais de 100 casos práticos apresentados por profissionais de design e professores universitários com vasta experiência na indústria criativa
- ♦ Os seus conteúdos gráficos, esquemáticos e eminentemente práticos com que foram concebidos incluem informação científica e prática sobre as disciplinas que são essenciais para o exercício profissional
- ♦ Manuseamento das ferramentas mais sofisticadas do setor com especial ênfase no domínio das estratégias mais avançadas e das técnicas de maior sucesso
- ♦ Estratégias de marketing, design de marca e narrativas expressivas que conferem maior valor simbólico e comercial ao produto e à sua embalagem
- ♦ Discussão de casos reais de sucesso na indústria de packaging através dos quais o aluno se atualizará e desenvolverá uma visão completa do mercado
- ♦ Planos integrais para a incorporação de acessórios inteligentes no produto e na sua embalagem para garantir uma informação e utilização personalizadas destes
- ♦ Tudo isto será complementado por lições teóricas, perguntas a especialistas, fóruns de discussão sobre questões controversas e atividades de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à internet
- ♦ Além disso, terá a possibilidade de realizar um estágio numa empresa de referência



Uma qualificação que dará ao seu CV uma mais-valia distintiva e profissional, um aspeto que se destacará em qualquer processo de seleção"

“

Ser-lhe-ão fornecidos materiais adicionais que incluem vídeos detalhados e tutoriais do Adobe Illustrator para tornar o domínio do design vetorial uma tarefa simples e dinâmica para si"

Este Mestrado Semipresencial, de carácter profissionalizante e modalidade b-learning, destina-se a atualizar os profissionais de design que necessitam de um elevado nível de qualificação. Os conteúdos são baseados nas mais recentes evidências do setor e orientados de forma didática para integrar os conhecimentos teóricos na prática criativa, sendo que os elementos teórico-práticos facilitarão a atualização dos conhecimentos e permitirão a tomada de decisões na criação, gestão, participação e direção de projetos.

Graças aos seus conteúdos multimédia, desenvolvidos com a mais recente tecnologia educativa, permitirá ao profissional de Design uma aprendizagem situada e contextual, ou seja, um ambiente simulado que proporcionará uma aprendizagem imersiva programada para praticar em situações reais. A estrutura deste Mestrado Semipresencial centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas, na qual o aluno deve tentar resolver as diferentes situações de prática profissional que surgem durante o mesmo. Para tal, contará com a ajuda de um sistema inovador de vídeos interativos criados por especialistas reconhecidos.

Terá à sua disposição o melhor e mais moderno conteúdo que inclui estratégias de sucesso para desenvolver designs de embalagens atrativos e adaptados à procura atual do mercado.

Poderá conhecer em pormenor os materiais recomendados no design ecológico e nos processos de reciclagem, definindo-se assim como um designer comprometido com o ambiente através dos seus trabalhos.



02

Porquê fazer este Mestrado Semipresencial?

Este Mestrado Semipresencial é de vital importância para todos os especialistas que desejem atualizar os seus conhecimentos sobre Design de Embalagens. Através deste Mestrado Semipresencial inovador, concebido pela TECH, os alunos dominarão as tendências operacionais, tais como a inclusão de materiais biodegradáveis, compostáveis ou comestíveis para a criação de embalagens mais respeitadoras do ambiente. Este Mestrado Semipresencial inclui também um estágio prático, único no mercado educativo devido ao seu alcance internacional, que permite aos alunos assimilar de forma rápida e flexível as ferramentas digitais e as técnicas operacionais indispensáveis a este âmbito profissional.



“

O Design de Embalagens tornou-se numa especialidade muito procurada pelas empresas que pretendem personalizar as suas marcas. Este Mestrado Semipresencial é ideal para dominar os seus padrões internacionais”

1. Atualizar-se com a tecnologia mais recente disponível

Para desenvolver embalagens mais sofisticadas e personalizadas, as novas tecnologias digitais começaram a desempenhar um papel importante. Por conseguinte, graças a este Mestrado Semipresencial, os alunos da TECH aprofundarão os seus conhecimentos sobre a utilização da Inteligência Artificial, o tratamento de dados dos consumidores e outras técnicas complexas para o design de embalagens. Estes conhecimentos teóricos e práticos proporcionar-lhes-ão oportunidades de emprego competitivas e exigentes onde se destacarão de outros especialistas no mercado de trabalho.

2. Aprofundar conhecimentos recorrendo à experiência dos melhores especialistas

Ao longo deste Mestrado Semipresencial, os alunos terão à sua disposição um corpo docente de excelência que os acompanharão de forma personalizada em todos os momentos. Estes professores escolheram os conteúdos educativos com base na sua experiência prática quotidiana, proporcionando assim ao aluno uma análise aprofundada dos problemas mais comuns no trabalho quotidiano.

3. Aprofundar conhecimentos em ambientes de prestígio no domínio do design de embalagens

Numa segunda fase deste Mestrado Semipresencial, a TECH previu as necessidades dos seus alunos em termos de domínio das ferramentas tecnológicas mais complexas no setor do Design de Embalagens. Por esta razão, planeou um estágio prático no qual os alunos trabalharão lado a lado com especialistas de renome neste campo e em empresas de grande envergadura internacional.





4. Combinar a melhor teoria com a prática mais avançada

A nível académico, poucos cursos conseguem unir o campo teórico com a atividade prática com maior excelência do que outros concorrentes da TECH. Através do seu modelo de Mestrado Semipresencial, os alunos são capazes de alcançar um domínio holístico das tendências e técnicas incorporadas nos seus conteúdos educativos. Têm também 3 semanas de atividade intensiva num centro de prestígio para aplicar tudo o que aprenderam na dinâmica produtiva.

5. Alargar as fronteiras do conhecimento

Este Mestrado Semipresencial visa permitir a todos os alunos alargarem os seus horizontes profissionais com uma perspetiva internacional. Isto é possível graças à variedade de contactos e parceiros da TECH, a maior universidade digital do mundo. Desta forma, os alunos terão a oportunidade de interagir com especialistas de diferentes latitudes e reconhecer os padrões globais de produção de embalagens.

“

Terá uma imersão prática total no centro da sua escolha”

03

Objetivos

A procura atual de profissionais de design que dominem as mais recentes estratégias e técnicas de embalagem criativa foi o que motivou a TECH e a sua equipa a conceber este completíssimo Mestrado Semipresencial. Por conseguinte, o seu objetivo é fornecer aos alunos as mais recentes ferramentas académicas e o conteúdo mais completo que lhes permita não só conhecer em pormenor os meandros do design de embalagens, mas também gerir as suas ferramentas na perfeição. Desta forma, estarão aptos a criar, participar e gerir projetos de Marketing e Branding com total garantia de sucesso e com base nas necessidades e exigências do mercado atual.



“

O objetivo da TECH é que seja capaz de alcançar o sucesso profissional na indústria do design através da conclusão do Mestrado Semipresencial mais abrangente no mercado acadêmico"



Objetivo geral

- Este Mestrado Semipresencial foi concebida com o objetivo de dar aos alunos a oportunidade de obterem uma qualificação que lhes permita dominar as ferramentas do Design de Embalagens e da ilustração digital utilizando os programas mais sofisticados e inovadores do setor. Além disso, adquirirá as competências necessárias para a criação de uma identidade visual conceptual de sucesso adaptada a todos os tipos de produtos, bem como a gestão de projetos e portfólios personalizados. Por outro lado, o objetivo do estágio é conseguir assimilar a cadeia de valor do objeto de uma forma integral, desde a sua conceção até à abertura da embalagem em casa ou à venda na loja.





Objetivos específicos

Módulo 1. Design e ilustração com o 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
- ♦ Criar 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 embalagens 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 embalagens

- ♦ Aprofundar o seu conhecimento sobre o funcionamento da economia circular em relação ao *design* de embalagens
- ♦ 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 embalagens, tornando-se designers conscientes

Módulo 4. A 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*
- ♦ Manusear o *lettering* e a tipografia para a criação de rótulos de embalagens
- ♦ Dedicar-se à experiência sensorial e transcender à 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 embalagens 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 setor 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 aspetos 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 nossa saúde física
- ♦ Incorporar a nanotecnologia e as técnicas de *packaging* interativo no mercado dos produtos 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 embalagens

- ♦ 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 nossos 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 embalagens
- ♦ Aumentar a capacidade de visão do aluno na altura da conceção através de uma perspetiva global da "viagem da embalagem"
- ♦ Incorporar todos os conhecimentos legais e regulamentares sobre a utilização e exploração da propriedade intelectual
- ♦ Dominar o seu papel como *designer* e melhorar as suas relações laborais



Contará com vários módulos especificamente dedicados ao design de embalagens de produtos como joias, cosméticos, vinhos ou alimentos gourmet de modo a adquirir um conhecimento especializado de cada um deles"

04

Competências

A abordagem deste Mestrado Semipresencial em Design de Embalagens foi concebida para permitir aos alunos aperfeiçoar as suas aptidões e competências profissionais através da aquisição de conhecimentos abrangentes, especializados e atualizados sobre este setor da indústria do design. Desta forma, poderá desenvolver as suas competências e demonstrar a sua qualidade criativa através da criação de projetos atrativos e diferenciados baseados no seu domínio da área.



“

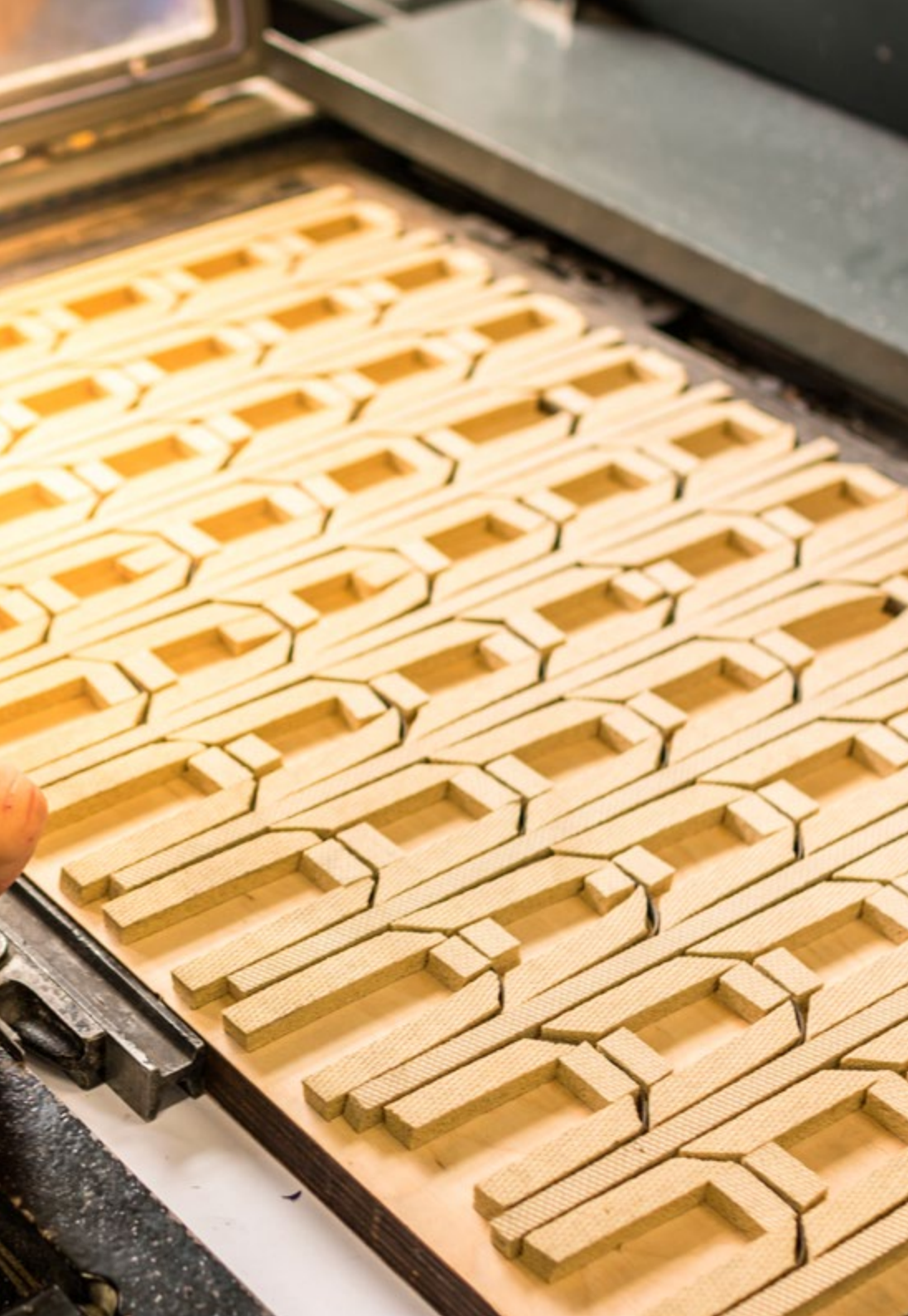
Estudará a embalagem destinada ao mercado de massas, com especial ênfase na embalagem interativa e na relação produto-cliente"



Competências gerais

- ♦ Desenvolver a comunicação verbal e visual através do domínio do *briefing* e das tendências no design de embalagens
- ♦ Aumentar a criatividade através da utilização da direção artística e conceptual aplicadas às embalagens 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 joalheria, bem como de produtos vinícolas, gourmet e do mercado de consumo em massa
- ♦ Desenvolver competências nas técnicas de ilustração e design assistido por computador com o programa Adobe Illustrator
- ♦ Adquirir um conhecimento integral da cadeia de valor de *packaging* e integração com o produto para aumentar o seu valor no mercado





Competências específicas

- ♦ Expressar 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
- ♦ Adquirir conhecimentos avançados sobre estilos de design adequados para cada tipo de produto em setores como o gourmet, a cosmética, a joalheria e o consumo em massa
- ♦ Desenvolver um design de embalagens 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 setores a serem aplicados: luxo, gourmet ou consumo de massa
- ♦ Desenvolver conhecimentos no campo da pesquisa de mercado do produto de forma a tirar partido dos dados no desenvolvimento do design
- ♦ Integrar as novas tecnologias para proporcionar uma melhor experiência ao utilizador final através da embalagem
- ♦ Gerar um desempenho operacional correto no seu papel como designer em harmonia com o ambiente

05

Direção do curso

Tanto para a direção como para a docência deste Mestrado Semipresencial, a TECH reuniu um corpo docente versado em design e marketing. Trata-se de uma equipa de profissionais com vasta e extensa experiência de trabalho na participação em projetos criativos a diferentes níveis. Mas se há algo que caracteriza este corpo docente é, sem dúvida, a sua qualidade humana, que se reflete na exaustividade com que o conteúdo foi desenvolvido e no carácter crítico e vanguardista que lhe imprimiram.





“

Contará com a possibilidade de solicitar acompanhamento individualizado com o corpo docente para resolver qualquer dúvida que surja no decorrer do Mestrado Semipresencial”

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** em 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 Sênior (Juventude para o Povo) na L'Oréal
- Designer de Packaging na L'Oréal
- Designer de embalagens na Youth To The People
- Designer visual sênior 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

“

Graças à TECH, poderá aprender com os melhores profissionais do mundo”

Direção



Doutora María García Barriga

- ♦ Doutoramento 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 Artístico e Marketing Digital
- ♦ Editora-Chefe na Chroma Press
- ♦ Diretora de Contas de Marketing e Redes Sociais na Servicecom
- ♦ Editora de Conteúdos Web na Premium Difusión, Diario Siglo XXI e Managers Magazine
- ♦ Doutoramento em Design e Dados de Marketing na Universidade Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciatura em Ciências da Informação, Comunicação, Marketing e Publicidade na Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Pós-Graduação em Marketing e Comunicação em Empresas de Moda e Luxo na Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Certificado em Data Analysis & Creativity con Python, China
- ♦ MBA Fashion Business School na Escuela de Negocios de Moda da Universidade de Navarra

Professores

Doutora Paula Gárgoles Saes

- ♦ Doutoramento, Investigadora e Consultora Especialista em Moda, Comunicação e Sustentabilidade
- ♦ Professora Investigadora na Escuela de Comunicación e Diretora da Academia de Comunicação Corporativa na 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
- ♦ Especialização em Moda no Fashion Institute of Technology, em Nova Iorque, e no Future Concept Lab, em Milão
- ♦ Departamento de Comunicação do Curso em Comunicação e Gestão de Moda no Centro Universitário Villanueva e na ISEM Fashion Business School
- ♦ Doutoramento Cum Laude em Criatividade Aplicada na Universidade de Navarra com a tese “Modelo reputacional para el sector de la moda”
- ♦ Licenciatura em Jornalismo na Universidade Complutense de Madrid
- ♦ Executive Fashion MBA na ISEM Fashion Business School

Dra. Eva Sigüenza

- ♦ Consultora em Agências de Comunicação e Relações Públicas na Lifestyle
- ♦ Coordenadora de Relações Públicas na Panerai
- ♦ Consultora de Marketing e Relações Públicas na OmnicomPRGroup
- ♦ Diretora de Contas na Agencia TTPR
- ♦ Diretora de Contas na Ogilvy Public Relations Worldwide
- ♦ Especialização em Campanhas para o setor do luxo e alta relojoaria com clientes como a Panerai
- ♦ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas na Universidade Europeia de Madrid
- ♦ Mestrado em Marketing Digital e Comércio Eletrónico na EAE Business School

Doutora Lola Macías

- ♦ Consultora de Internacionalização de Empresas na Thinking Out
- ♦ Consultora de Internacionalização homologada pelo Instituto Valenciano de Competitividade Empresarial
- ♦ Coordenadora do Observatório do Mercado Têxtil na AITEX
- ♦ Professora de Comércio Internacional e Marketing e Publicidade na Universidade Europeia de Valencia
- ♦ Professora de Internacionalização e Gestão Estratégica Empresarial na Universidade CEU Cardenal Herrera
- ♦ Doutoramento em Marketing na Universidade de Valencia
- ♦ Licenciatura em Administração e Gestão de Empresas na Universidade de Valencia
- ♦ Mestrado em Gestão e Administração de Empresas Comerciais na Universidade de Paris
- ♦ Mestrado em Formação de Professores para o Ensino Secundário, Bacharelato e Formação Profissional na Universidade Católica de Valencia
- ♦ Mestrado em Moda, Gestão de Design e Operações na AITEX

Sra. Mari Carmen Miñana Grau

- ♦ Designer de Roupas na Petite Antoinette
- ♦ Designer na Donzis Estudios
- ♦ Designer na Summon Press
- ♦ Criadora de padrões em Valentín Herraiz
- ♦ Curso em Design de Moda na Barreira Arte y Diseño
- ♦ Especialização em Design Digital com Adobe Illustrator
- ♦ Especialização em Padronização, Corte e Confeção de Indumentária Valenciana na Aitex Paterna

Dra. Begoña Romero Monente

- ♦ Diretora-Geral na Young Promotion
- ♦ Mentora Pessoal e *Coach* para Empreendedores
- ♦ Oradora e Docente em Vários Cursos de *Retail Management*, Marketing Digital e Gestão de Pessoas
- ♦ Coordenadora na Airport Promotion Agencies Association
- ♦ Locutora, Redatora e Responsável de Comunicações para Vários Meios de Comunicação *on/off*
- ♦ Licenciatura em Jornalismo na Universidade de Málaga
- ♦ Licenciatura em Publicidade e Relações Públicas na Universitat Oberta de Catalunya
- ♦ Mestrado em Marketing na Universitat Oberta de Catalunya
- ♦ MBA na ISEM Fashion Business School da Universidade de Navarra
- ♦ *Coach* certificada na Escuela Europea de Coaching

Dr. Javier Holgueras

- ♦ Planeador de Gestão da Cadeia de Abastecimento na Zalando
- ♦ Analista Comercial na Apple Irlanda
- ♦ Gestor de Mercados na Kellogg's
- ♦ Planeador de Receitas de Vendas e Desenvolvimento na Mondelēz Internacional
- ♦ Administrador de Execução na Colgate-Palmolive
- ♦ Mestrado em Big Data e Análise de Negócios na Escuela de Organización Industrial
- ♦ Mestrado em Engenharia Industrial na Universidade de Valladolid
- ♦ Curso em Ciências Económicas na Universidade Nacional de Educación a Distancia





Sra. Esther Merinero Gómez

- ♦ Artista
- ♦ Diretora Artística na Feira Internacional de Arco
- ♦ Direção Artística em Projetos como The Koppel Project Gallery e Costa del Sol
- ♦ Curso de Belas Artes na Chelsea College of Art and Design
- ♦ Sculpture MA na Royal College of Arts de Londres

“

Os principais professores da TECH oferecer-lhe-ão um guia personalizado para dominar as competências mais complexas do design de embalagens"

06

Planeamento do ensino

Para a elaboração do plano de estudos deste Mestrado Semipresencial, a TECH teve em conta os critérios do corpo docente, responsável pela seleção da informação posteriormente incluída no conteúdo. Todos os conteúdos foram adaptados à prestigiada e eficaz metodologia de ensino *Relearning* para que o aluno possa usufruir de uma experiência académica dinâmica sem ter de passar horas a memorizar. Por último, foi também incluída uma variedade de material adicional para que possa contextualizar cada secção e aprofundar os conceitos que mais lhe interessam.





Terá acesso à Sala de Aula Virtual 24 horas por dia e a partir de qualquer dispositivo com ligação à internet, pelo que poderá aceder à mesma sempre que quiser e a partir de qualquer lugar"

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. Espaço 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. Pathfinder
 - 1.7.3. Decalque interativo
- 1.8. As letras
 - 1.8.1. Instalar o gestor tipográfico e as tipografias. Carater e parágrafo
 - 1.8.2. Ferramenta de texto
 - 1.8.3. Contornar, modificar e deformar o texto. Expandir e deslocação

- 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 no AI
 - 2.3.2. Composições vetoriais
 - 2.3.3. Tipografias
- 2.4. Ilustração digital
 - 2.4.1. Referências de ilustração do AI
 - 2.4.2. Técnica de decalque vetorial e os seus derivados
 - 2.4.3. Aplicação da ilustração à embalagem (*In focus: dieline*)
- 2.5. Fontes
 - 2.5.1. Otimização do tempo (páginas com motivos AI grátis)
 - 2.5.2. Versões e modificação (desenho vetorial)
 - 2.5.3. Vantagens do AI 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. Etiquetas
 - 2.8.2. Caixas
 - 2.8.3. Notas de agradecimento/convites
 - 2.8.4. Invólucro
- 2.9. *Packaging* digital
 - 2.9.1. Newsletters
 - 2.9.2. *Banners* e web
 - 2.9.3. Formato Instagram
- 2.10. *Moke-up*
 - 2.10.1. Integração de um *moke-Up*
 - 2.10.2. Portais de *moke-Up* gratuitos
 - 2.10.3. Utilização do *moke-Up*
 - 2.10.4. Criação do seu próprio *moke-Up*

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

- 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. Embalagens feitas com materiais de origem natural
 - 3.4.2. Embalagens feitas com materiais compostáveis
 - 3.4.3. Embalagens feitas com 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. Conceção de embalagens para reciclagem e reutilização
 - 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 as embalagens sem perder o valor da marca?
 - 3.9.3. Quando se pode eliminar a embalagem 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*
 - 4.1.2. Cultura do *packaging* (ressonância)
 - 4.1.3. As funções do *packaging* digital
 - 4.1.4. Objetivos do **design** de embalagens
- 4.2. Composição estrutural
 - 4.2.1. Seleção de forma (estrutura)
 - 4.2.2. Color *matching*
 - 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. Design conceptual
 - 4.5.1. Investigação demográfica e etnográfica
 - 4.5.2. *Pesquisa de retalho & pesquisa digital*
 - 4.5.3. Conceito de marca, o design da embalagem (*In focus*: *Culture Map*)
- 4.6. Elementos do **design** de embalagens
 - 4.6.1. O painel de visualização
 - 4.6.2. Imaginário da marca
 - 4.6.3. *Concept board* (*In focus*: O nome do produto e o nome da marca)
- 4.7. Criação de letras
 - 4.7.1. A tipografia
 - 4.7.2. Espaçamento entre linhas
 - 4.7.3. Princípios tipográficos (*In focus*: tipografia e tecnologia)

- 4.8. Fases do design de embalagens
 - 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 (*In focus*: Para quem são concebidos os produtos de *packaging* de luxo?)
- 4.9. A experiência sensorial
 - 4.9.1. Como se parece a embalagem?
 - 4.9.2. O tato em 2D
 - 4.9.3. A avaliação sensorial (*In focus*: a experiência sensorial virtual)
- 4.10. *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 setor cosmético
 - 5.1.1. As necessidades do consumidor de *packaging*
 - 5.1.2. O vasto espectro das marcas cosméticas
 - 5.1.3. Design de embalagens como um valor diferencial no setor 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 sérios
- 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 embalagens 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. *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 embalagens de joias
 - 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

Módulo 6. *Packaging* gourmet e vinhos

- 6.1. Fundamentos do *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 logotipo
 - 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 (*In focus: A utilização de papel reciclado nos rótulos*)
- 6.8. Cortiça
 - 6.8.1. Qualidade da rolha de cortiça
 - 6.8.2. Cortiça natural, de *dupla camada*, aglomerada e colmatada
 - 6.8.3. Impressão na rolha (Procork, T-Cork, Cava ou Multipeça)

- 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. Embalagem 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 (por exemplo: caixas da Kellogg's)
- 7.6. O aspeto 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 uma *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 e *branding* para embalagens

- 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 "embalagens"
 - 8.2.1. Identidade da marca
 - 8.2.2. Design baseado no *branding*
 - 8.2.3. Impacto económico do branding nas embalagens
- 8.3. Estratégia digital
 - 8.3.1. Estratégias de negócio ligadas à identidade
 - 8.3.2. A 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. Recompilação e seleção de dados
 - 8.4.3. Análise de dados
- 8.5. Hábitos de consumo do ambiente *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 de investigação. 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. A multiplicidade de imagens
 - 9.6.3. *Hypergraphics*. Gráfico aplicado ao espaço
- 9.7. Produção e desenvolvimento do *packaging*
 - 9.7.1. Materiais como uma mensagem
 - 9.7.2. Técnicas tradicionais e técnicas contemporâneas
 - 9.7.3. Porque apostamos 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. Portfólio
 - 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 da entrega 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. A inovação no design de embalagens
 - 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 embalagens
 - 10.6.3. *Decision Making*
- 10.7. Desenvolvimento do conceito
 - 10.7.1. *OKR Technique (objectives and key results)*
 - 10.7.2. *Framing Techniques*
 - 10.7.3. *Canvas Technique*
- 10.8. O produto do **design**
 - 10.8.1. Prototipagem (*Story Map* + Live Data)
 - 10.8.2. Testagem (*Concierge Test* + usabilidade/fiabilidade/comportamento)
 - 10.8.3. Avaliação
- 10.9. Aspetos legais e regulamentares
 - 10.9.1. Propriedade intelectual
 - 10.9.2. Falsificação
 - 10.9.3. Confidencialidade
- 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



*Um Mestrado Semipresencial que
lhe dará conhecimentos especializados
sobre inteligência artificial no design
de embalagens e outras tendências do
futuro"*

07

Estágios

Depois de superar o período teórico, o aluno terá a oportunidade de realizar um estágio prático numa empresa de prestígio no setor do design e do marketing digital. Desta forma, poderá desenvolver as suas competências com base em tudo o que aprendeu ao longo da fase teórica trabalhando lado a lado com profissionais do setor com anos de experiência na criação de projetos de sucesso. Além disso, não só obterá um conhecimento em primeira mão das técnicas e estratégias atuais, como também poderá acrescentar ao seu currículo 3 semanas de experiência num centro de prestígio.



“

Terá a possibilidade de realizar um estágio de 3 semanas numa empresa de marketing digital e design para trabalhar lado a lado com profissionais do setor”

Este Mestrado Semipresencial de Design de Embalagens foi proposto pela TECH com o objetivo de proporcionar ao aluno um estágio de 3 semanas num centro de prestígio no setor do design de produtos e marketing. O Mestrado Semipresencial decorrerá de segunda a sexta-feira, com jornadas de 8 horas consecutivas, trabalhando lado a lado com especialistas que o acompanharão em todos os momentos e o orientarão para que possa tirar o máximo partido desta experiência. Este estágio permitir-lhe-á participar ativamente nos projetos de design que estejam a ser desenvolvidos nesse momento na empresa, aplicando as estratégias e técnicas mais recentes e manuseando as ferramentas e o hardware mais sofisticados do setor.

Nesta formação totalmente prática, as atividades visam desenvolver e aperfeiçoar as competências necessárias à prestação de design, planeamento e criação de *packaging*, sendo orientadas para para o exercício da atividade e um alto desempenho profissional.

Trata-se, sem dúvida, de uma oportunidade única de adquirir um conhecimento amplo e especializado trabalhando numa empresa líder e moderna, caracterizada pela sua qualidade profissional e pelo sucesso garantido dos seus projetos. Além disso, tornar-se-á numa experiência fundamental que ajudará o aluno a aperfeiçoar as suas competências profissionais e a completar o seu CV com uma característica distintiva que o fará sobressair em qualquer processo de seleção.

O estágio na empresa permitir-lhe-á realizar um número mínimo de atividades de estágio nos serviços de design e criação, bem como em relação a outras áreas do centro: Marketing, *branding*, gestão criativa, desenvolvimento operacional ou ecodesign, o que lhe dará a possibilidade de implementar os procedimentos criativos mais inovadores de uma forma abrangente.

A parte prática será realizada com a participação ativa do aluno na realização das atividades e procedimentos de cada área de competência (aprender a aprender e aprender a fazer), com o acompanhamento e orientação dos professores e outros colegas que facilitam o trabalho em equipa e a integração multidisciplinar como competências transversais à praxis do design (aprender a ser e aprender a relacionar-se).



Uma oportunidade única para aprender sobre active, intelligent ou smart packaging e integrá-las nos seus futuros processos de design"



Os procedimentos descritos a seguir constituirão a base da parte prática do Mestrado Semipresencial e a sua aplicação está sujeita à disponibilidade do centro e à sua carga de trabalho, sendo as atividades propostas as seguintes:

Módulo	Atividade Prática
Gestão criativa de packaging e estratégias de marketing	Estabelecer um plano de marca e uma narrativa de produto através do packaging
	Conceber o branding, a estratégia digital e implementar elementos de inteligência artificial no processo de criação de embalagens
	Aplicar estratégias de packaging de ponta que visem a experiência do utilizador com o produto
Técnicas para o design de embalagens	Criar etiquetas, caixas e embalagens para o packaging físico
	Conceber banners Web, newsletters e outros conteúdos criativos em formato Instagram para meios digitais
	Aplicar formas, letras e gama de cores de uma embalagem específica
	Corrigir as linhas e as cores de certas figuras geométricas
	Exportar o trabalho considerando o formato para papel, impressão e meios digitais
Design de embalagens para artigos de luxo e produtos gourmet	Conceber uma embalagem específica para um produto de joalharia ou luxo
	Conceber logótipos e embalagens específicas para o setor gourmet
	Criar rótulos com tipologia e informação específicas para o setor gastronómico
Design de embalagens de produtos de grande consumo e o seu desenvolvimento operacional	Embalar e criar embalagens para ambientes digitais com formatos e materiais específicos
	Utilizar o active packaging, intelligent packaging ou smart packaging no design de um produto
	Conceber embalagens com o propósito de serem enviadas diretamente para o domicílio
	Prototipar, testar e avaliar um design final de uma embalagem
Ecodesign e novos materiais para embalagens	Utilizar materiais ecológicos, biodegradáveis e comestíveis como parte das estratégias de design sustentável de embalagens
	Otimizar as embalagens de produtos segundo os princípios da reciclagem e reutilização

Seguro de responsabilidade civil

A principal preocupação desta instituição é garantir a segurança dos profissionais que realizam o estágio e dos demais colaboradores necessários para o processo de formação prática na empresa. Entre as medidas adotadas para alcançar este objetivo está a resposta a qualquer incidente que possa ocorrer ao longo do processo de ensino-aprendizagem.

Para tal, esta entidade educativa compromete-se a fazer um seguro de responsabilidade civil que cubra qualquer eventualidade que possa surgir durante o período de estágio no centro onde se realiza a formação prática.

Esta apólice de responsabilidade civil terá uma cobertura ampla e deverá ser aceita antes do início da formação prática. Desta forma, o profissional não terá que se preocupar com situações inesperadas, estando amparado até a conclusão do programa prático no centro.



Condições Gerais do Mestrado Semipresencial

As condições gerais da convenção de estágio para o programa são as seguintes:

1. ORIENTAÇÃO: durante o Mestrado Semipresencial, o aluno terá dois orientadores que o acompanharão durante todo o processo, resolvendo toda as dúvidas e questões que possam surgir. Por um lado, haverá um orientador profissional pertencente ao centro de estágios, cujo objetivo será orientar e apoiar o estudante em todos os momentos. Por outro lado, será também atribuído um orientador acadêmico, cuja missão será coordenar e ajudar o aluno ao longo de todo o processo, esclarecendo dúvidas e auxiliando-o em tudo o que necessitar. Desta forma, o profissional estará sempre acompanhado e poderá esclarecer todas as dúvidas que possam surgir, tanto de natureza prática como acadêmica.

2. DURAÇÃO: o programa de estágio terá a duração de 3 semanas consecutivas de formação prática, distribuídas por turnos de 8 horas, em 5 dias por semana. Os dias de comparência e o horário serão da responsabilidade do centro, informando o profissional devidamente e antecipadamente, com tempo suficiente para facilitar a sua organização.

3. NÃO COMPARÊNCIA: em caso de não comparência no dia do início do Mestrado Semipresencial, o aluno perderá o direito ao mesmo sem possibilidade de reembolso ou de alteração de datas. A ausência por mais de 2 dias de estágio, sem causa justificada/médica, implica a anulação do estágio e, por conseguinte, a sua rescisão automática. Qualquer problema que surja no decurso da participação no estágio deve ser devidamente comunicado, com caráter de urgência, ao orientador acadêmico.

4. CERTIFICAÇÃO: o aluno que concluir o Mestrado Semipresencial receberá um certificado que acreditará a sua participação no centro em questão.

5. RELAÇÃO PROFISSIONAL: o Mestrado Semipresencial não constitui uma relação profissional de qualquer tipo.

6. ESTUDOS PRÉVIOS: alguns centros podem solicitar um certificado de estudos prévios para a realização do Mestrado Semipresencial. Nestes casos, será necessário apresentá-lo ao departamento de estágios da TECH, para que seja confirmada a atribuição do centro selecionado.

7. NÃO INCLUI: o Mestrado Semipresencial não incluirá qualquer elemento não descrito nas presentes condições. Por conseguinte, não inclui alojamento, transporte para a cidade onde se realizam os estágios, vistos ou qualquer outro serviço não descrito acima.

No entanto, o aluno poderá consultar o seu orientador acadêmico se tiver qualquer dúvida ou recomendação a este respeito. Este fornecer-lhe-á todas as informações necessárias para facilitar os procedimentos envolvidos.

08

Onde posso fazer os estágios?

A TECH, no seu compromisso com o crescimento e desenvolvimento profissional dos seus alunos, seleciona apenas os melhores centros da área em questão para os seus estágios. Neste caso, o designer terá acesso a 120 horas de estágio numa empresa líder no setor do marketing digital e do design, uma empresa com uma grande equipa humana que garantirá a sua participação ativa nos projetos que estão a ser desenvolvidos no seu arranque.

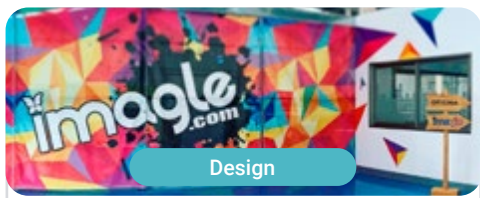


“

Terá um orientador que o guiará durante o estágio para que possa tirar o máximo partido das 120 horas que dura a fase prática”



Os alunos podem efetuar a parte prática deste Mestrado Semipresencial nos seguintes centros:



Design

Imagle

País	Cidade
España	Las Palmas

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

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

Formações práticas relacionadas:
-Diseño de Packaging





Piensamarketing

País
Argentina

Cidade
Rio Negro

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

Agência de marketing e comunicação social e
digital

Formações práticas relacionadas:

- Criação e Empreendedorismo na Empresa Digital
- MBA em Marketing Digital

09

Metodologia

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



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: 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.



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

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

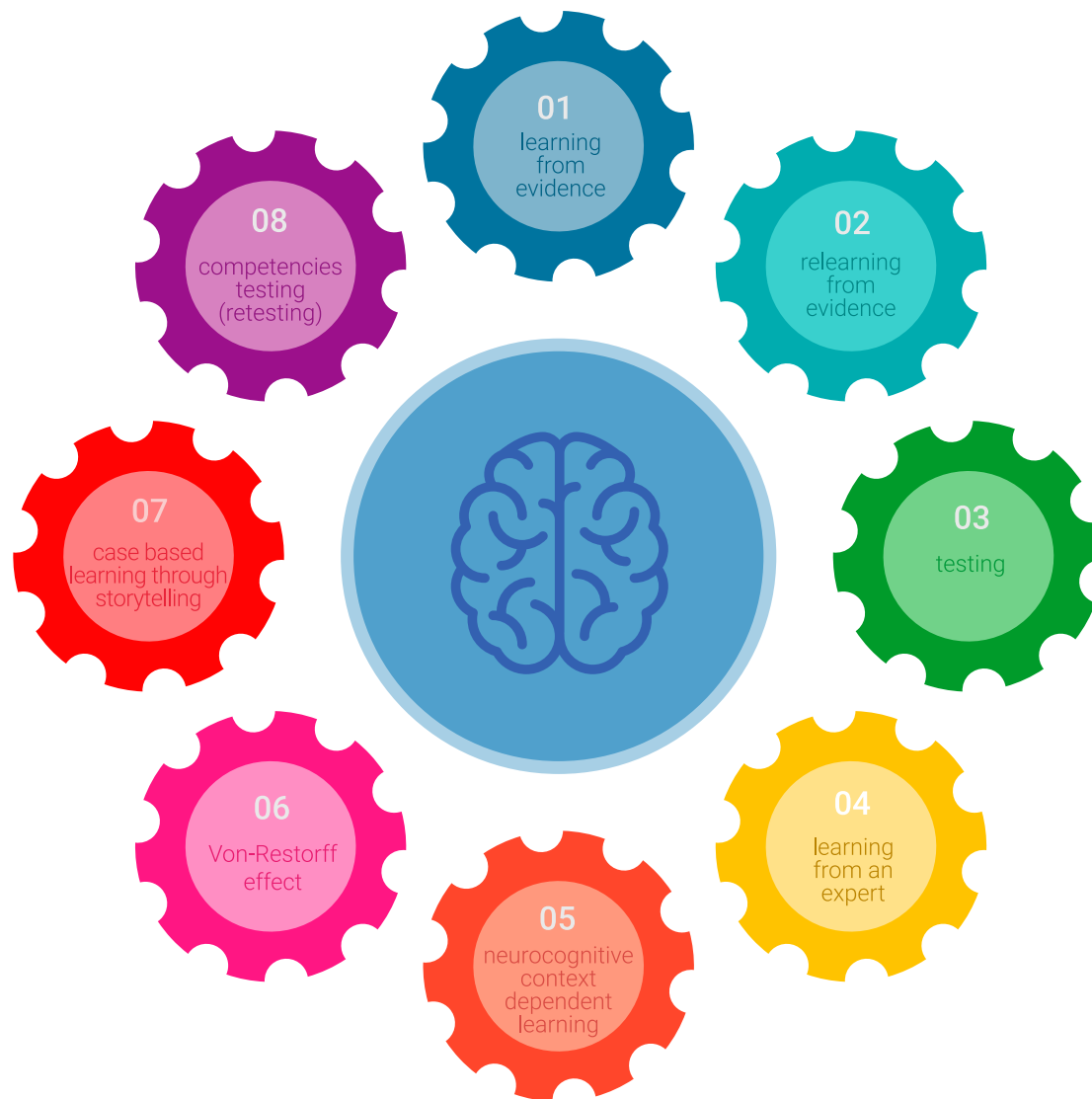
A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

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.



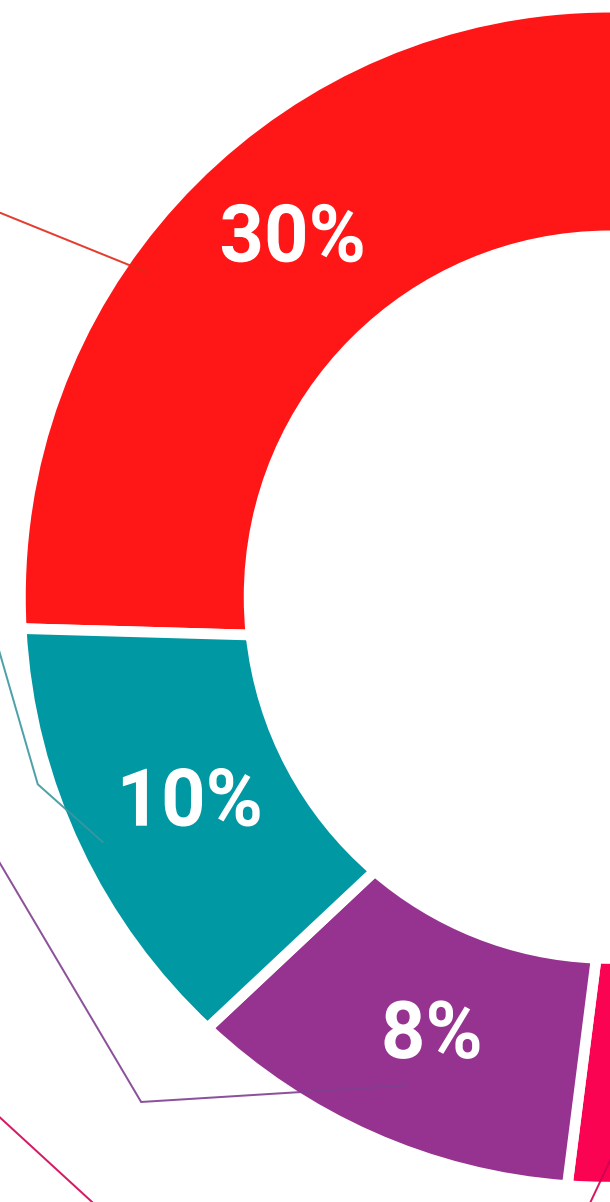
Práticas de aptidões e competências

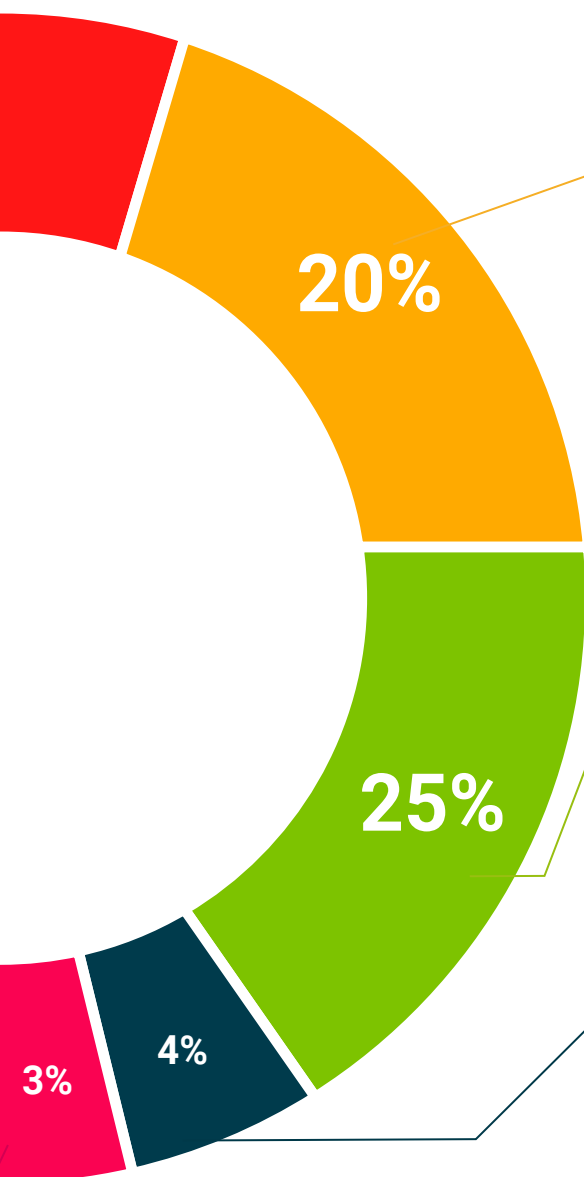
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



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 conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu".



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.



10 Certificação

Este programa permitir-lhe-á obter o diploma Mestrado Semipresencial em Design de Embalagens emitido pela TECH Global University, a maior universidade digital do mundo.



“

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 do **Mestrado Semipresencial em Design de Embalagens** 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.

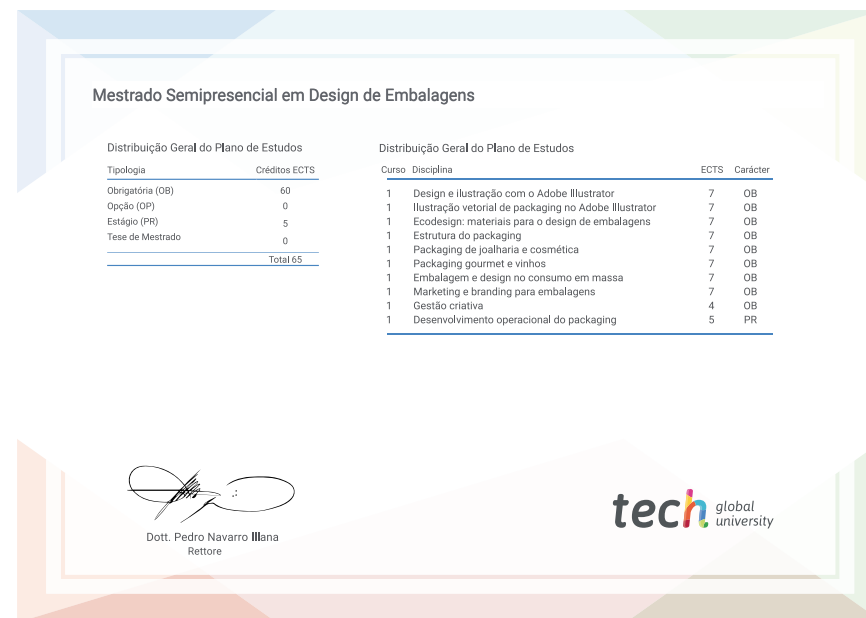
Esse título próprio da **TECH Global University** é um programa europeu de formação contínua e atualização profissional que garante a aquisição de competências em sua área de conhecimento, conferindo um alto valor curricular ao aluno que conclui o programa.

Certificação: **Mestrado Semipresencial em Design de Embalagens**

Modalidade: **online**

Duração: **12 meses**

Créditos: **60 + 5 ECTS**





Mestrado Semipresencial Design de Embalagens

Modalidade: B-learning (Online + Estágios)

Duração: 12 meses

Certificação: TECH Global University

Créditos: 60 + 5 ECTS

Carga horária: 1620 horas

Mestrado Semipresencial

Design de Embalagens