

Master Product Design





Master Product Design

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

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

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Obiettivi

pag. 8

03

Competenze

pag. 14

04

Struttura e contenuti

pag. 18

05

Metodologia

pag. 30

06

Titolo

pag. 38

01

Presentazione

Il design di un prodotto è il fattore chiave per la sua commercializzazione e funzionalità. Senza un design idoneo, l'aspetto, la fruibilità e persino la lavorazione possono essere compromessi, causando perdite e rallentamenti per l'azienda produttrice. Questo settore, pertanto, richiede sempre più un profilo professionale specializzato e le grandi aziende industriali ricercano costantemente personale in grado di operare in questa disciplina. Grazie a questo programma, il designer potrà conoscere tutti gli sviluppi del settore, preparandosi a soddisfare le aspettative dell'esigente mercato del lavoro attuale. E a tale fine avrà a disposizione la migliore metodologia di apprendimento online che si adatta alle circostanze personali, permettendo di scegliere quando e dove studiare.



“

*Questo programma ti preparerà per operare
nel settore del Product Design, seguendo una
metodologia interamente online e capace di
adattarsi alle tue esigenze professionali e personali”*

La produzione degli strumenti e dei dispositivi quotidianamente utilizzati da milioni di persone richiede un intenso lavoro di pianificazione e design. Ogni aspetto degli elementi fisici e tangibili utilizzati in ogni aspetto della vita: veicoli, mobili per la casa, arredo urbano, penne per scrivere, smartphone ecc. viene realizzato in modo meticoloso.

La cura dei dettagli è giustificata da diversi fattori: il giusto design consente di ridurre i costi, rende più efficiente la produzione e il risultato finale sarà più accattivante dal punto di vista commerciale. Questo settore professionale riveste quindi un'importanza crescente ed è essenziale per molte aziende del settore industriale, tessile e simili.

Il designer impegnato oggi in questo campo può dunque aspirare a grandi opportunità lavorative, ma per ottenerle deve dimostrare di possedere le migliori competenze e conoscenze in questa disciplina. Questo Master in Product Design, che si suddivide in 10 moduli specialistici, offre tali conoscenze grazie allo studio degli sviluppi più recenti del settore e all'approfondimento di temi rilevanti come la tecnologia digitale, i principi fondamentali del marketing, il design di fabbricazione e il design sostenibile.

Il tutto grazie a un sistema di insegnamento online appositamente pensato per chi già lavora, giacché si adatta alle esigenze di ognuno e consente di studiare ovunque e in qualsiasi momento, senza doversi spostare o rispettare orari rigidi.

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

- ♦ Sviluppo di casi pratici presentati da esperti in Product Design
- ♦ I contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici in base ai quali sono stati concepiti forniscono informazioni scientifiche e pratiche riguardo alle discipline mediche essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ La sua speciale enfasi sulle metodologie innovative
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutore, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ La disponibilità di accesso ai contenuti da qualsiasi dispositivo fisso o portatile con una connessione internet



Questo Master ti consente di approfondire le nozioni fondamentali del Design Sostenibile e di migliorare le attività di produzione delle tue creazioni"

“

Questo programma offre le migliori risorse didattiche: attività teoriche e pratiche, video, riassunti interattivi, masterclass, ecc. Tutto ciò che serve per diventare un grande esperto di Product Design"

Il personale docente del programma comprende professionisti che apportano la propria esperienza professionale, nonché riconosciuti specialisti appartenenti a società scientifiche di primo piano e a prestigiose università.

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

La progettazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale il professionista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. A tale fine, disporrà di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di riconosciuta fama.

Potrai scoprire i nuovissimi materiali utilizzati nel campo del design e le loro possibili applicazioni, aumentando così da subito le tue prospettive lavorative.

Il sistema di apprendimento online di TECH ti permette di studiare quando, come e dove vuoi, senza dover rispettare orari rigidi o doverti spostare.



02

Obiettivi

L'obiettivo principale di questo programma è quello di fornire allo studente gli strumenti per diventare un professionista altamente ricercato dai grandi studi di design e dalle principali aziende industriali. Il Master in Product Design offre i contenuti più completi e approfonditi del settore e fornisce allo studente tutto ciò che gli serve per distinguersi in ambito professionale.



“

Iscriviti a questo programma e cresci professionalmente nel campo del Product Design"



Obiettivi generali

- ♦ Comprendere il processo creativo, di analisi e di studio per realizzare qualsiasi opera
- ♦ Approfondire le tecniche di analisi di mercato e applicarle ai processi di comunicazione e marketing nello sviluppo dei progetti
- ♦ Comprendere i concetti fondamentali che fanno parte della politica di comunicazione di un'organizzazione: identità, cultura, modalità di comunicazione, immagine, marchio, reputazione e responsabilità sociale
- ♦ Conoscere le basi del design, così come i riferimenti, gli stili e i movimenti che lo hanno reso ciò che rappresenta oggi





Obiettivi specifici

Modulo 1. Fondamenti di Design

- ♦ Collegare e correlare le diverse aree di progettazione, i campi di applicazione e le branche professionali
- ♦ Conoscere i processi di ideazione, creatività e sperimentazione e saperli applicare ai progetti
- ♦ Integrare il linguaggio e la semantica nei processi di ideazione di un progetto, mettendoli in relazione con gli obiettivi e i valori d'uso

Modulo 2. Fondamenti della Creatività

- ♦ Saper sintetizzare i propri interessi, attraverso l'osservazione e il pensiero critico, traducendoli in Creazioni Artistiche
- ♦ Superare la paura del blocco artistico e utilizzare le tecniche per combatterlo
- ♦ Indagare se stessi, il proprio spazio emozionale e l'ambiente circostante in modo tale da effettuare un'analisi di questi elementi per utilizzarli a favore della propria creatività

Modulo 3. Tecnologia digitale

- ♦ Padroneggiare il vocabolario, le metodologie e i contenuti teorici e pratici sull'Immagine Digitale
- ♦ Padroneggiare il vocabolario, le metodologie e i contenuti teorici e pratici sull'Immagine Vettoriale



Modulo 4. Fondamenti di marketing

- ♦ Comprendere il ruolo centrale della comunicazione in un'epoca storica definita dai paradigmi della società dell'informazione e della conoscenza
- ♦ Comprendere i processi comunicativi in tutte le loro manifestazioni sociali (interpersonali, di gruppo e mediatiche)
- ♦ Analizzare i diversi approcci disciplinari e teorici alla comunicazione
- ♦ Comprendere il vocabolario adatto al linguaggio di base del marketing e della comunicazione
- ♦ Conoscere le caratteristiche dei social media e la loro differenza con i *Mass Media*, nonché le loro implicazioni e i cambiamenti che hanno generato nel Marketing e nel Design Management

Modulo 5. Immagine aziendale

- ♦ Comprendere quali sono le aree strategiche che un responsabile grafico deve gestire nel processo comunicativo della Identità Grafica e Visiva dei Brand

Modulo 6. Design per la fabbricazione

- ♦ Raggiungere un livello sufficiente di conoscenza degli obiettivi e delle tecniche specifiche dell'area di produzione
- ♦ Analizzare la produzione da una prospettiva strategica

Modulo 7. Materiali

- ♦ Analizzare e valutare i materiali utilizzati in ingegneria in base alle loro proprietà
- ♦ Conoscere, analizzare e valutare i processi di corrosione e degrado dei materiali
- ♦ Valutare e analizzare le diverse tecniche di collaudo non distruttive dei materiali

Modulo 8. Design sostenibile

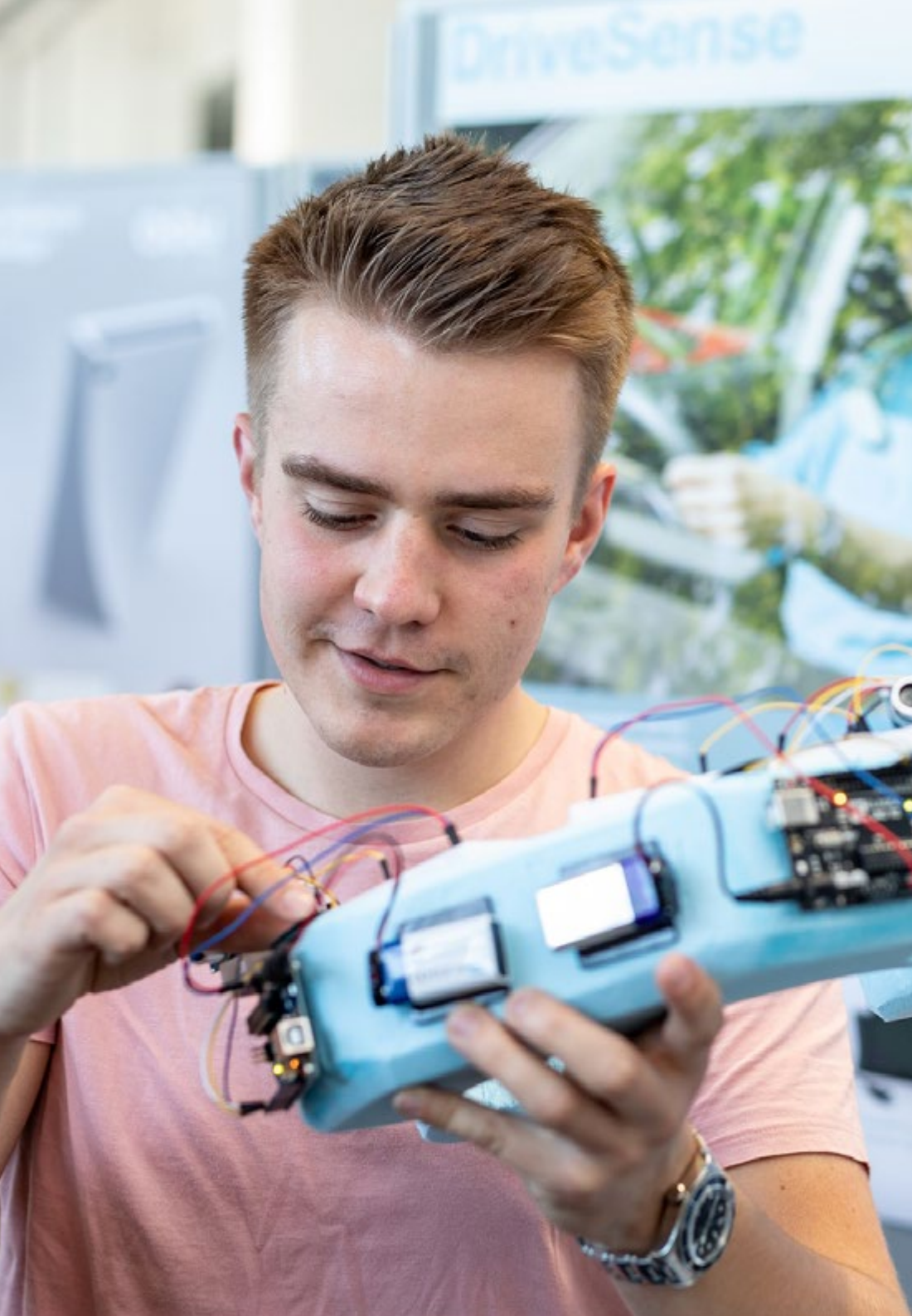
- ♦ Riconoscere l'ambiente della Sostenibilità e il Contesto Ambientale
- ♦ Conoscere i principali strumenti di valutazione dell'impatto ambientale
- ♦ Riconoscere l'importanza della sostenibilità nel design
- ♦ Conoscere le normative ambientali vigenti in fase di progettazione
- ♦ Essere in grado di Sviluppare una strategia di Product Design Sostenibile

Modulo 9. Materiali per la progettazione

- ♦ Lavorare nel campo del design del prodotto con i materiali più idonei a seconda del caso
- ♦ Spiegare e descrivere le principali famiglie di materiali: la loro fabbricazione, i tipi, le proprietà, ecc.
- ♦ Avere criterio nell'identificare e selezionare, sulla base di un *Briefing*, le diverse gamme di materiali

Modulo 10. Design del packaging

- ♦ Promuovere negli studenti la visione globale del design del packaging e delle etichette, inteso come un'attività in cui devono essere presi in considerazione molti fattori, dal prodotto da accompagnare al suo contesto fisico e socio-economico
- ♦ Preparare gli studenti, tramite la pratica, ad acquisire le competenze necessarie per lo sviluppo professionale di progetti di packaging e label design



“

*TECH ti guiderà verso il
successo professionale”*

03 Competenze

Questo Master consente agli studenti di sviluppare tutta una serie di competenze professionali orientate a questo settore del design. Questo programma è dunque pensato per offrire allo studente gli strumenti per diventare un grande esperto di Product Design, in quanto fornisce conoscenze e competenze in aree quali i materiali, il Design sostenibile, il Marketing o il Design del *Packaging*.



“

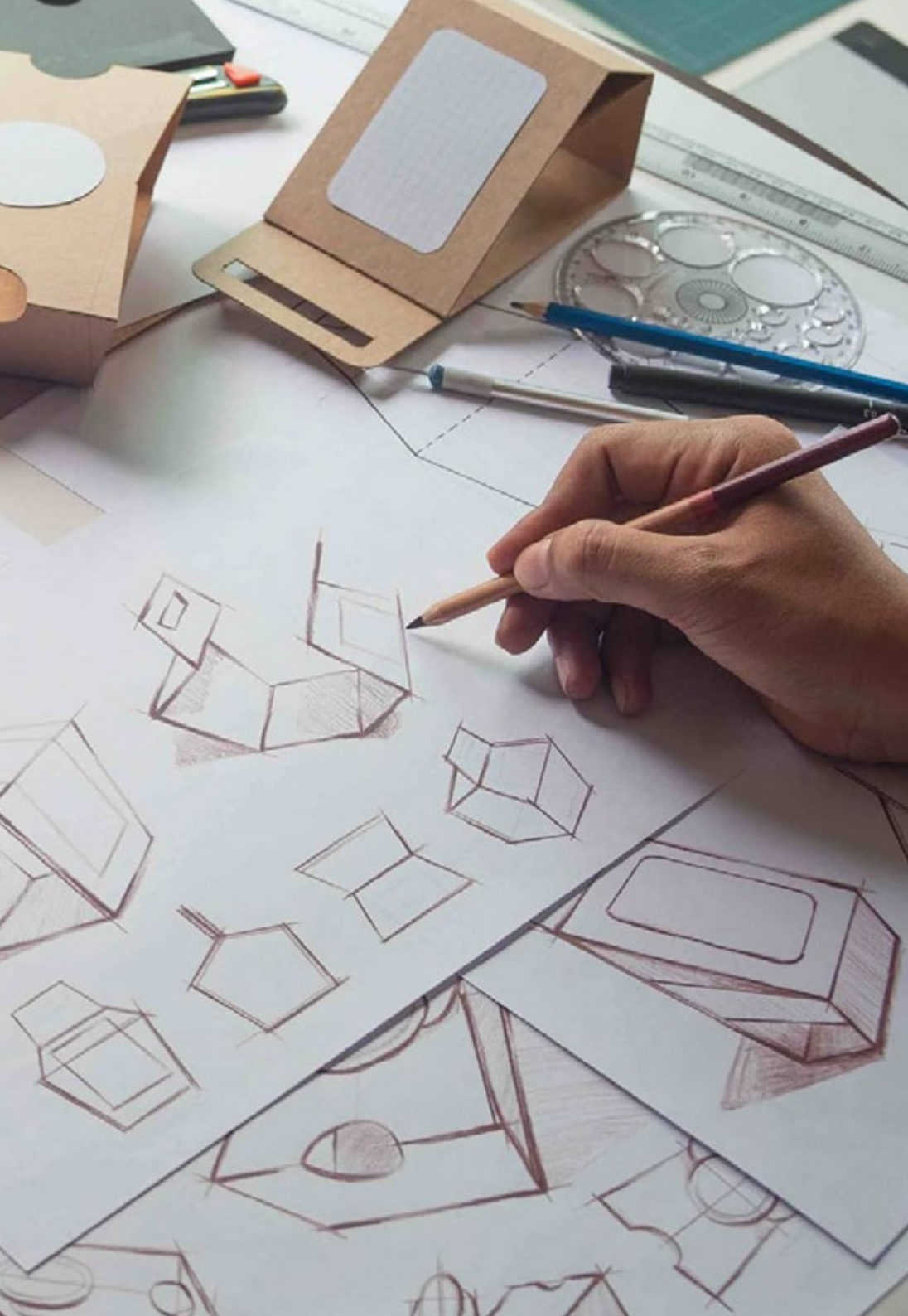
*Grazie a questo Master potrai incorporare
nella tua pratica professionale le migliori
competenze in materia di Packaging
Design e Design Sostenibile"*



Competenze generali

- ♦ Pianificare, sviluppare e presentare produzioni artistiche in modo appropriato, utilizzando strategie di produzione efficaci e i propri contributi creativi
- ♦ Padroneggiare i software di editing e modifica delle immagini e sviluppare le competenze necessarie per utilizzarli
- ♦ Conoscere gli strumenti e le strategie teoriche e pratiche che agevolano la comunicazione aziendale e istituzionale nelle organizzazioni di ogni tipo
- ♦ Saper selezionare in maniera corretta un metodo per organizzare le informazioni e la comunicazione per il buon uso di un marchio
- ♦ Ricercare e identificare gli elementi più significativi dell'azienda-cliente, nonché le sue esigenze per la creazione di strategie e messaggi per la comunicazione
- ♦ Identificare gli stadi e le fasi di produzione di un progetto
- ♦ Conoscere i principi dei nanomateriali
- ♦ Acquisire padronanza delle tecniche, delle modalità, dei processi e delle tendenze del packaging e del label design, nonché delle loro applicazioni industriali





Competenze specifiche

- ◆ Dominare il software di disegno vettoriale e sviluppare le competenze necessarie per utilizzarlo
- ◆ Utilizzare il software di design editoriale e sviluppare le competenze per creare il proprio lavoro artistico finale
- ◆ Conoscere le strategie di coordinamento tra gli aspetti di creazione del prodotto, la produzione e le funzioni di commercializzazione, marketing e comunicazione
- ◆ Analizzare e valutare i materiali metallici, ferrosi e non
- ◆ Analizzare e valutare i materiali polimerici, di ceramica o composti
- ◆ Analizzare e valutare le materiali utilizzati nella fabbricazione additiva
- ◆ Sviluppare un sistema regolamentato di standard grafici di base fondato su elementi di identità visiva/branding
- ◆ Scegliere tra un'ampia gamma di prodotti quando si sviluppa una proposta di design per la produzione di massa
- ◆ Decidere i materiali più adatti per la realizzazione di modelli o prototipi

“

Questo programma ti insegna le migliori tecniche di Product Design, in linea con le attuali esigenze del mercato professionale"

04

Struttura e contenuti

Questo Master in Product Design è suddiviso in 10 moduli specialistici, nei quali sono presentati gli ultimi progressi in materia di Fondamenti del Design, Materiali di Design, Design Sostenibile, Fondamenti di Marketing e Immagine Aziendale. Tutta questa conoscenza serve ad acquisire una visione più globale del Product Design e della Fabbricazione, permettendo allo studente di avere una prospettiva sempre più industriale per la realizzazione dei propri progetti.





“

*Avrai a disposizione i contenuti più aggiornati
in materia di Product Design. Iscriviti subito
e avanza a livello professionale”*

Modulo 1. Fondamenti di Design

- 1.1. Storia del Design
 - 1.1.1. La rivoluzione industriale
 - 1.1.2. Le fasi del Design
 - 1.1.3. L'Architettura
 - 1.1.4. La Scuola di Chicago
- 1.2. Stili e movimenti del Design
 - 1.2.1. Design Decorativo
 - 1.2.2. Movimento Modernista
 - 1.2.3. *Art Déco*
 - 1.2.4. Disegno Industriale
 - 1.2.5. La Bauhaus
 - 1.2.6. Il Guerra Mondiale
 - 1.2.7. Le Transvanguardie
 - 1.2.8. Design Contemporaneo
- 1.3. Designer e tendenze
 - 1.3.1. Interior Designer
 - 1.3.2. Graphic Designer
 - 1.3.3. Designer industriali o di prodotto
 - 1.3.4. Designer di Moda
- 1.4. Metodologie progettuali del Design
 - 1.4.1. Bruno Munari
 - 1.4.2. Gui Bonsiepe
 - 1.4.3. J. Christopher Jones
 - 1.4.4. L. Bruce Archer
 - 1.4.5. Guillermo González Ruiz
 - 1.4.6. Jorge Frascara
 - 1.4.7. Bernd Löbach
 - 1.4.8. Joan Costa
 - 1.4.9. Norberto Chaves
- 1.5. Il linguaggio del Design
 - 1.5.1. Gli oggetti e il soggetto
 - 1.5.2. Semiotica degli oggetti
 - 1.5.3. La disposizione degli oggetti e la sua connotazione
 - 1.5.4. La Globalizzazione dei segni
 - 1.5.5. Proposta

- 1.6. Il Design e la sua Dimensione Estetico-Formale
 - 1.6.1. Elementi visivi
 - 1.6.1.1. La forma
 - 1.6.1.2. La misura
 - 1.6.1.3. Il colore
 - 1.6.1.4. La texture
 - 1.6.2. Elementi di relazione
 - 1.6.2.1. Direzione
 - 1.6.2.2. Posizione
 - 1.6.2.3. Spazio
 - 1.6.2.4. Gravità
 - 1.6.3. Elementi pratici
 - 1.6.3.1. Rappresentazione
 - 1.6.3.2. Significato
 - 1.6.3.3. Funzione
 - 1.6.4. Quadro di riferimento
- 1.7. Metodi Analitici del Design
 - 1.7.1. Il Design Pragmatico
 - 1.7.2. Design Analogico
 - 1.7.3. Design Iconico
 - 1.7.4. Design Canonico
 - 1.7.5. Principali autori e la loro metodologia
- 1.8. Design e Semantica
 - 1.8.1. La Semantica
 - 1.8.2. La Significazione
 - 1.8.3. Significato denotativo e significato connotativo
 - 1.8.4. Il Lessico
 - 1.8.5. Campo Lessicale e Famiglia Lessicale
 - 1.8.6. Le relazioni semantiche
 - 1.8.7. Il cambiamento Semantico
 - 1.8.8. Cause dei Cambiamenti Semantici
- 1.9. Design e Pragmatica
 - 1.9.1. Conseguenze Pratiche, Abduzione e Semiotica
 - 1.9.2. Mediazione, corpo ed emozioni
 - 1.9.3. Apprendimento, esperienza e chiusura
 - 1.9.4. Identità, relazioni sociali e oggetti

- 1.10. Contesto Attuale del Design
 - 1.10.1. Problemi attuali del Design
 - 1.10.2. I temi attuali del Design
 - 1.10.3. Contributi alla Metodologia

Modulo 2. Fondamenti della Creatività

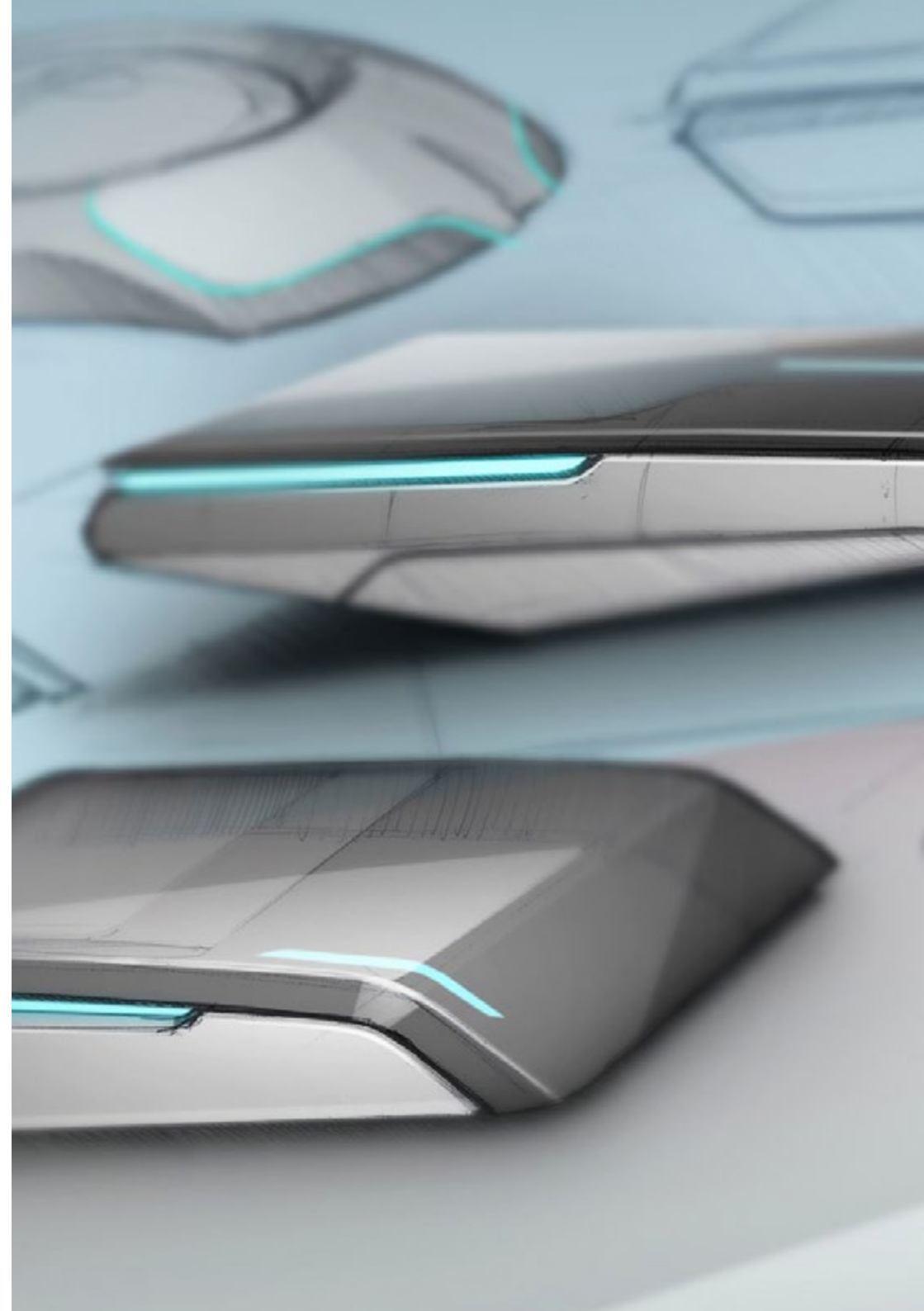
- 2.1. Introduzione Creativa
 - 2.1.1. Lo Stile nell'Arte
 - 2.1.2. Educa il tuo sguardo
 - 2.1.3. Chiunque può essere un artista?
 - 2.1.4. I linguaggi pittorici
 - 2.1.5. Di cosa ho bisogno? Materiali
- 2.2. La percezione come primo atto creativo
 - 2.2.1. Cosa vedi? Cosa ascolti? Cosa senti?
 - 2.2.2. Percepisci, osserva ed esamina attentamente
 - 2.2.3. Il ritratto e l'autoritratto: Cristina Núñez
 - 2.2.4. Caso pratico: Fotodialogo. Immergersi in se stessi
- 2.3. Affrontare il foglio bianco
 - 2.3.1. Disegnare senza paura
 - 2.3.2. Il quaderno come strumento
 - 2.3.3. Il libro dell'Artista, che cos'è?
 - 2.3.4. Referenze
- 2.4. Creazione del libro d'artista
 - 2.4.1. Analisi e gioco: matite e pennarelli
 - 2.4.2. Trucchi per sciogliere la mano
 - 2.4.3. Prime linee
 - 2.4.4. Il pennino
- 2.5. Creando il nostro Libro di artista II
 - 2.5.1. La macchia
 - 2.5.2. Colori a cera. Sperimentazione
 - 2.5.3. Pigmenti naturali

- 2.6. Creando il nostro Libro di artista III
 - 2.6.1. Collage e fotomontaggio
 - 2.6.2. Strumenti tradizionali
 - 2.6.3. Strumenti online: *Pinterest*
 - 2.6.4. Sperimentazione con la composizione di immagini
- 2.7. Fare senza pensare
 - 2.7.1. Che cosa otteniamo col fare senza pensare?
 - 2.7.2. Improvvisare: Henri Michaux
 - 2.7.3. *Action Painting*
- 2.8. Il Critico come Artista
 - 2.8.1. La critica costruttiva
 - 2.8.2. Manifesto sulla critica creativa
- 2.9. Il blocco creativo
 - 2.9.1. Che cos'è il blocco?
 - 2.9.2. Espandi i tuoi limiti
 - 2.9.3. Caso pratico: Sporcarsi le mani
- 2.10. Studio del nostro Libro di Artista
 - 2.10.1. Le emozioni e la loro gestione nell'ambito creativo
 - 2.10.2. Il tuo mondo in un quaderno
 - 2.10.3. Che cosa ho sentito? Autoanalisi
 - 2.10.4. Caso pratico: critica a sé stessi

Modulo 3. Tecnologia digitale

- 3.1. Introduzione all'Immagine Digitale
 - 3.1.1. Le TIC
 - 3.1.2. Descrizione delle tecnologie
 - 3.1.3. Comandi

- 3.2. Immagine Vettoriale. Lavorare con oggetti
 - 3.2.1. Strumenti di scelta
 - 3.2.2. Raggruppamento
 - 3.2.3. Allineare e distribuire
 - 3.2.4. Guide Intelligenti
 - 3.2.5. Simboli
 - 3.2.6. Trasformare
 - 3.2.7. Distorsione
 - 3.2.8. Involucri
 - 3.2.9. Elaborazione Tracciati
 - 3.2.10. Forme composte
 - 3.2.11. Tracciati composti
 - 3.2.12. Tagliare, dividere e separare
- 3.3. Immagine Vettoriale. Colore
 - 3.3.1. Modi di colore
 - 3.3.2. Strumento Contagocce
 - 3.3.3. Campioni
 - 3.3.4. Gradienti
 - 3.3.5. Riempimento
 - 3.3.6. Pannello delle apparenze
 - 3.3.7. Attributi
- 3.4. Immagine Vettoriale. Editing avanzato
 - 3.4.1. Gradiente di maglia
 - 3.4.2. Pannello di Trasparenza
 - 3.4.3. Modi di fusione
 - 3.4.4. Tracciamento interattivo
 - 3.4.5. Maschere di ritaglio
 - 3.4.6. Testo
- 3.5. Immagine Bitmap I livelli
 - 3.5.1. Creazione
 - 3.5.2. Collegamento
 - 3.5.3. Trasformazione
 - 3.5.4. Raggruppamento
 - 3.5.5. Livelli di regolazione



- 3.6. Immagine Bitmap Selezioni, maschere e canali
 - 3.6.1. Strumento di selezione diretta
 - 3.6.2. Strumento di selezione Lazo
 - 3.6.3. Strumento bacchetta magica
 - 3.6.4. Menù selezione. Gamma di colori
 - 3.6.5. Canali
 - 3.6.6. Ritocco di maschere
 - 3.6.7. Maschere di ritaglio
 - 3.6.8. Maschere vettoriali
- 3.7. Immagine Bitmap Modi di fusione e stili di livelli
 - 3.7.1. Stili di livelli
 - 3.7.2. Opacità
 - 3.7.3. Opzioni di stili di livelli
 - 3.7.4. Modi di fusione
 - 3.7.5. Esempi di Modi di fusione
- 3.8. Il progetto editoriale. Tipologie e Forme
 - 3.8.1. Il progetto editoriale
 - 3.8.2. Tipologie del Progetto Editoriale
 - 3.8.3. Creazione e configurazione del documento
- 3.9. Elementi compositivi del Progetto Editoriale
 - 3.9.1. Pagine Maestre
 - 3.9.2. Reticolazione
 - 3.9.3. Integrazione e composizione del testo
 - 3.9.4. Integrazione di immagini
- 3.10. Impaginazione, esportazione e stampa
 - 3.10.1. Impaginazione
 - 3.10.1.1. Selezione e editing fotografico
 - 3.10.1.2. Verifica Preliminare
 - 3.10.1.3. Confezionare
 - 3.10.2. Esportare
 - 3.10.2.1. Esportazione per i mezzi digitali
 - 3.10.2.2. Esportazione per i mezzi fisici

- 3.10.3. Stampa
 - 3.10.3.1. La stampa tradizionale
 - 3.10.3.1.1. Rilegatura
 - 3.10.3.2. La stampa digitale

Modulo 4. Fondamenti di marketing

- 4.1. Introduzione al marketing
 - 4.1.1. Concetto di marketing
 - 4.1.1.1. Definizione di marketing
 - 4.1.1.2. Evoluzione e attualità nel marketing
 - 4.1.2. Diversi approcci al marketing
- 4.2. Marketing in azienda: strategico e operativo Il Marketing Plan
 - 4.2.1. Management commerciale
 - 4.2.2. Importanza del Management Commerciale
 - 4.2.3. Varietà di Management
 - 4.2.4. Marketing strategico
 - 4.2.5. Strategia commerciale
 - 4.2.6. Ambiti di applicazione
 - 4.2.7. Pianificazione commerciale
 - 4.2.8. Il Marketing Plan
 - 4.2.9. Concetto e definizioni
 - 4.2.10. Fasi del Marketing Plan
 - 4.2.11. Tipi di Marketing Plan
- 4.3. Il Contesto aziendale e il mercato per le organizzazioni
 - 4.3.1. Contesto
 - 4.3.2. Definizione e limiti del contesto
 - 4.3.3. Macro-Contesto
 - 4.3.4. Micro-Contesto
 - 4.3.5. Il Mercato
 - 4.3.6. Definizione e limiti del mercato
 - 4.3.7. Evoluzione dei Mercati
 - 4.3.8. Tipologie di Mercati
 - 4.3.9. L'importanza della concorrenza

- 4.4. Comportamento del consumatore
 - 4.4.1. L'importanza del comportamento nella strategia
 - 4.4.2. Fattori d'influenza
 - 4.4.3. Benefici per l'azienda
 - 4.4.4. Benefici per il consumatore
 - 4.4.5. Approcci al comportamento del consumatore
 - 4.4.6. Caratteristiche e complessità
 - 4.4.7. Variabili coinvolte
 - 4.4.8. Diversi tipi di approccio
- 4.5. Fasi del processo di acquisto da parte del consumatore
 - 4.5.1. Approccio
 - 4.5.2. Approccio secondo diversi autori
 - 4.5.3. L'evoluzione del processo nella storia
 - 4.5.4. Tappe
 - 4.5.5. Riconoscere il problema
 - 4.5.6. Ricerca delle informazioni
 - 4.5.7. Valutazione delle alternative
 - 4.5.8. Decisione d'acquisto
 - 4.5.9. Post acquisto
 - 4.5.10. Modelli nel processo decisionale
 - 4.5.11. Modello economico
 - 4.5.12. Modello psicologico
 - 4.5.13. Modelli di comportamento misti
 - 4.5.14. La segmentazione del mercato nella strategia delle organizzazioni
 - 4.5.15. Segmentazione del Mercato
 - 4.5.16. Concetto
 - 4.5.17. Tipi di segmentazione
 - 4.5.18. L'influenza della segmentazione sulle strategie
 - 4.5.19. Importanza della Segmentazione nell'azienda
 - 4.5.20. Pianificazione strategica basata sulla segmentazione
- 4.6. Criteri di segmentazione del mercato dei consumatori e dell'industria
- 4.7. Procedura di segmentazione
 - 4.7.1. Delimitazione del segmento
 - 4.7.2. Identificazione dei profili
 - 4.7.3. Valutazione della procedura
- 4.8. Criteri di segmentazione
 - 4.8.1. Caratteristiche geografiche
 - 4.8.2. Caratteristiche sociali ed economiche
 - 4.8.3. Altri criteri
 - 4.8.4. La risposta dei consumatori alla segmentazione
- 4.9. Mercato della domanda e dell'offerta Valutazione della segmentazione
 - 4.9.1. Analisi dell'offerta
 - 4.9.1.1. Classificazioni dell'offerta
 - 4.9.1.2. Determinazione dell'offerta
 - 4.9.1.3. Fattori che influenzano l'offerta
 - 4.9.2. Analisi della domanda
 - 4.9.2.1. Classificazioni della domanda
 - 4.9.2.2. Aree di mercato
 - 4.9.2.3. Stima della domanda
 - 4.9.3. Valutazione della segmentazione
 - 4.9.3.1. Sistemi di valutazione
 - 4.9.3.2. Metodi di monitoraggio
 - 4.9.3.3. Feedback
- 4.10. Il marketing mix
 - 4.10.1. Definizione di marketing mix
 - 4.10.1.1. Concetto e definizione
 - 4.10.1.2. Storia ed evoluzione
 - 4.10.2. Elementi di marketing mix
 - 4.10.2.1. Prodotto
 - 4.10.2.2. Prezzo
 - 4.10.2.3. Distribuzione
 - 4.10.2.4. Promozione

- 4.10.3. Le nuove 4p del marketing
 - 4.10.3.1. Personalizzazione
 - 4.10.3.2. Partecipazione
 - 4.10.3.3. *Peer To Peer*
 - 4.10.3.4. Previsioni modellate
- 4.10.4. Strategie attuali per la gestione del portafoglio prodotti Strategie di marketing per la crescita e la competitività
- 4.10.5. Strategie di portafoglio
 - 4.10.5.1. La matrice BCG
 - 4.10.5.2. La matrice di Ansoff
 - 4.10.5.3. La matrice di posizionamento competitivo
- 4.10.6. Strategie
 - 4.10.6.1. Strategia di segmentazione
 - 4.10.6.2. Strategia di posizionamento
 - 4.10.6.3. Strategia di fidelizzazione
 - 4.10.6.4. Strategia funzionale

Modulo 5. Immagine aziendale

- 5.1. Identità
 - 5.1.1. Idea di identità
 - 5.1.2. Perché si ricerca l'identità?
 - 5.1.3. Tipi di identità
 - 5.1.4. Identità digitale
- 5.2. Identità aziendale
 - 5.2.1. Definizione Perché avere un'identità aziendale?
 - 5.2.2. Fattori che influiscono nell'Identità aziendale
 - 5.2.3. Componenti dell'identità aziendale
 - 5.2.4. Comunicazione dell'identità
 - 5.2.5. Identità aziendale, *Branding* e immagine aziendale
- 5.3. Immagine aziendale
 - 5.3.1. Caratteristiche dell'immagine aziendale
 - 5.3.2. A cosa serve l'immagine aziendale?
 - 5.3.3. Tipi di immagine aziendale
 - 5.3.4. Esempi
- 5.4. I segni identificativi di base
 - 5.4.1. Il nome o *Naming*
 - 5.4.2. I Logotipi
 - 5.4.3. I Monogrammi
 - 5.4.4. I Brandmark
- 5.5. Fattori per la memorizzazione dell'identità
 - 5.5.1. Originalità
 - 5.5.2. Valore simbolico
 - 5.5.3. Capacità di rimanere impresso
 - 5.5.4. Ripetizione
- 5.6. Metodologia per il processo di branding
 - 5.6.1. Studio del settore e della concorrenza
 - 5.6.2. *Briefing*, team di lavoro
 - 5.6.3. Definire la strategia e la personalità del brand Valori
 - 5.6.4. Pubblico di riferimento
- 5.7. Il Cliente
 - 5.7.1. Capire come si comporta il cliente
 - 5.7.2. Tipologie di clienti
 - 5.7.3. Il processo di riunione
 - 5.7.4. L'importanza di conoscere il cliente
 - 5.7.5. Definizione del budget
- 5.8. Manuale d'identità aziendale
 - 5.8.1. Standard di realizzazione e applicazione del brand
 - 5.8.2. Font aziendale
 - 5.8.3. Colori aziendali
 - 5.8.4. Altri elementi grafici
 - 5.8.5. Esempi di manuali aziendali
- 5.9. Riprogettazione delle identità
 - 5.9.1. Motivi per scegliere una riprogettazione dell'identità
 - 5.9.2. Gestire il cambiamento dell'identità aziendale
 - 5.9.3. Buona prassi Riferimenti visivi
 - 5.9.4. Pratica sbagliata Riferimenti visivi

- 5.10. Progetto di identità del brand
 - 5.10.1. Presentazione e spiegazione del Progetto Referenze
 - 5.10.2. *Brainstorming* Analisi di mercato
 - 5.10.3. Pubblico di riferimento, valore del brand
 - 5.10.4. Prime idee e bozzetti Tecniche creative
 - 5.10.5. Definizione del progetto Font e colori
 - 5.10.6. Consegna e correzione dei progetti

Modulo 6. Design per la fabbricazione

- 6.1. Disegno per la fabbricazione e l'assemblaggio
- 6.2. Conformazione per modello
 - 6.2.1. Fusione
 - 6.2.2. Iniezione
- 6.3. Conformazione per deformazione
 - 6.3.1. Deformazione plastica
 - 6.3.2. Stampa
 - 6.3.3. Forgiatura
 - 6.3.4. Estrusione
- 6.4. Conformazione per perdita di materiale
 - 6.4.1. Per abrasione
 - 6.4.2. Per asportazione di frammenti
- 6.5. Trattamenti termici
 - 6.5.1. Temperato
 - 6.5.2. Rinvenuto
 - 6.5.3. Ricotto
 - 6.5.4. Normalizzato
 - 6.5.5. Trattamento termochimico
- 6.6. Applicazione di vernici e rivestimenti
 - 6.6.1. Trattamenti elettrochimici
 - 6.6.2. Trattamenti elettrolitici
 - 6.6.3. Pitture, lacche e vernici
- 6.7. Formato da polimeri e materiali di ceramica
- 6.8. Fabbricazione di pezzi di materiali composti

- 6.9. Fabbricazione additiva
 - 6.9.1. *Powder Bed Fusion*
 - 6.9.2. *Direct Energy Deposition*
 - 6.9.3. *Binder Jetting*
 - 6.9.4. *Bound Poder Extrusion*
- 6.10. Ingegneria robusta
 - 6.10.1. Metodo *Taguchi*
 - 6.10.2. Disegno di esperimenti
 - 6.10.3. Controllo statistico dei processi

Modulo 7. Materiali

- 7.1. Proprietà dei materiali
 - 7.1.1. Proprietà meccaniche
 - 7.1.2. Proprietà elettriche
 - 7.1.3. Proprietà ottiche
 - 7.1.4. Proprietà magnetiche
- 7.2. Materiali metallici I. Leghe ferrose
- 7.3. Materiali metallici II. Leghe non ferrose
- 7.4. Materiali Polimerici
 - 7.4.1. Termoplastici
 - 7.4.2. Plastiche termostabili
- 7.5. Materiali di ceramica
- 7.6. Materiali composti
- 7.7. Biomateriali
- 7.8. Nanomateriali
- 7.9. Corrosione e usura dei materiali
 - 7.9.1. Tipi di corrosione
 - 7.9.2. Ossidazione di metalli
 - 7.9.3. Controllo della corrosione
- 7.10. Test non distruttivi
 - 7.10.1. Ispezioni visive ed endoscopiche
 - 7.10.2. Ultrasuoni
 - 7.10.3. Radiografie
 - 7.10.4. Corrente parassita di Foucault (Eddy)
 - 7.10.5. Particelle magnetiche
 - 7.10.6. Liquidi penetranti
 - 7.10.7. Termografia infrarossa

Modulo 8. Design sostenibile

- 8.1. Stato dell'ambiente
 - 8.1.1. Contesto ambientale
 - 8.1.2. Percezione ambientale
 - 8.1.3. Consumo e consumismo
- 8.2. Produzione sostenibile
 - 8.2.1. Impronta ecologica
 - 8.2.2. Biocapacità
 - 8.2.3. Deficit ecologico
- 8.3. Sostenibilità e innovazione
 - 8.3.1. Processi di produzione
 - 8.3.2. Gestione dei processi
 - 8.3.3. Avvio della produzione
 - 8.3.4. Produttività tramite il design
- 8.4. Introduzione Eco-design
 - 8.4.1. Sviluppo sostenibile
 - 8.4.2. Ecologia industriale
 - 8.4.3. Ecoefficienza
 - 8.4.4. Introduzione al concetto di Eco-design
- 8.5. Metodologie di eco-design
 - 8.5.1. Proposte metodologiche per l'implementazione dell'Ecodesign
 - 8.5.2. Preparazione del progetto (forze motrici, legislazione)
 - 8.5.3. Aspetti ambientali
- 8.6. Valutazione del ciclo di vita (LCA)
 - 8.6.1. Unità funzionale
 - 8.6.2. Inventario
 - 8.6.3. Rapporto di impatto
 - 8.6.4. Formulare conclusioni e strategie
- 8.7. Idee di miglioramento (Strategie di Ecodesign)
 - 8.7.1. Ridurre l'impatto
 - 8.7.2. Aumentare l'unità funzionale
 - 8.7.3. Impatto positivo

- 8.8. Economia circolare
 - 8.8.1. Definizione
 - 8.8.2. Evoluzione
 - 8.8.3. Casi di successo
- 8.9. *Cradle to Cradle*
 - 8.9.1. Definizione
 - 8.9.2. Evoluzione
 - 8.9.3. Casi di successo
- 8.10. Regolamenti ambientali
 - 8.10.1. Perché è necessaria una regolamentazione?
 - 8.10.2. Chi stabilisce i regolamenti?
 - 8.10.3. Quadro ambientale dell'Unione Europea
 - 8.10.4. La regolamentazione nel processo di sviluppo

Modulo 9. Materiali per la progettazione

- 9.1. Il materiale come ispirazione
 - 9.1.1. Ricerca di materiali
 - 9.1.2. Classificazione
 - 9.1.3. Il materiale e il suo contesto
- 9.2. Materiali per la progettazione
 - 9.2.1. Usi comuni
 - 9.2.2. Controindicazioni
 - 9.2.3. Combinazione di materiali
- 9.3. Arte + Innovazione
 - 9.3.1. Materiali nell'arte
 - 9.3.2. Nuovi materiali
 - 9.3.3. Materiali composti
- 9.4. Fisica
 - 9.4.1. Concetti di base
 - 9.4.2. Composizione dei materiali
 - 9.4.3. Test meccanici

- 9.5. Tecnologia
 - 9.5.1. Materiali intelligenti
 - 9.5.2. Materiali dinamici
 - 9.5.3. Il futuro dei materiali
- 9.6. Sostenibilità
 - 9.6.1. Approvvigionamento
 - 9.6.2. Uso
 - 9.6.3. Gestione finale
- 9.7. Biomimetica
 - 9.7.1. Riflessione
 - 9.7.2. Trasparenza
 - 9.7.3. Altre tecniche
- 9.8. Innovazione
 - 9.8.1. Casi di successo
 - 9.8.2. Ricerca sui materiali
 - 9.8.3. Fonti di ricerca
- 9.9. Prevenzione dei rischi
 - 9.9.1. Fattore di Sicurezza
 - 9.9.2. Fuoco
 - 9.9.3. Rottura
 - 9.9.4. Altri rischi
- 9.10. Regolamenti e legislazione
 - 9.10.1. Regolamenti in base all'applicazione
 - 9.10.2. Regolamenti specifici del settore
 - 9.10.3. Regolamenti in base al luogo

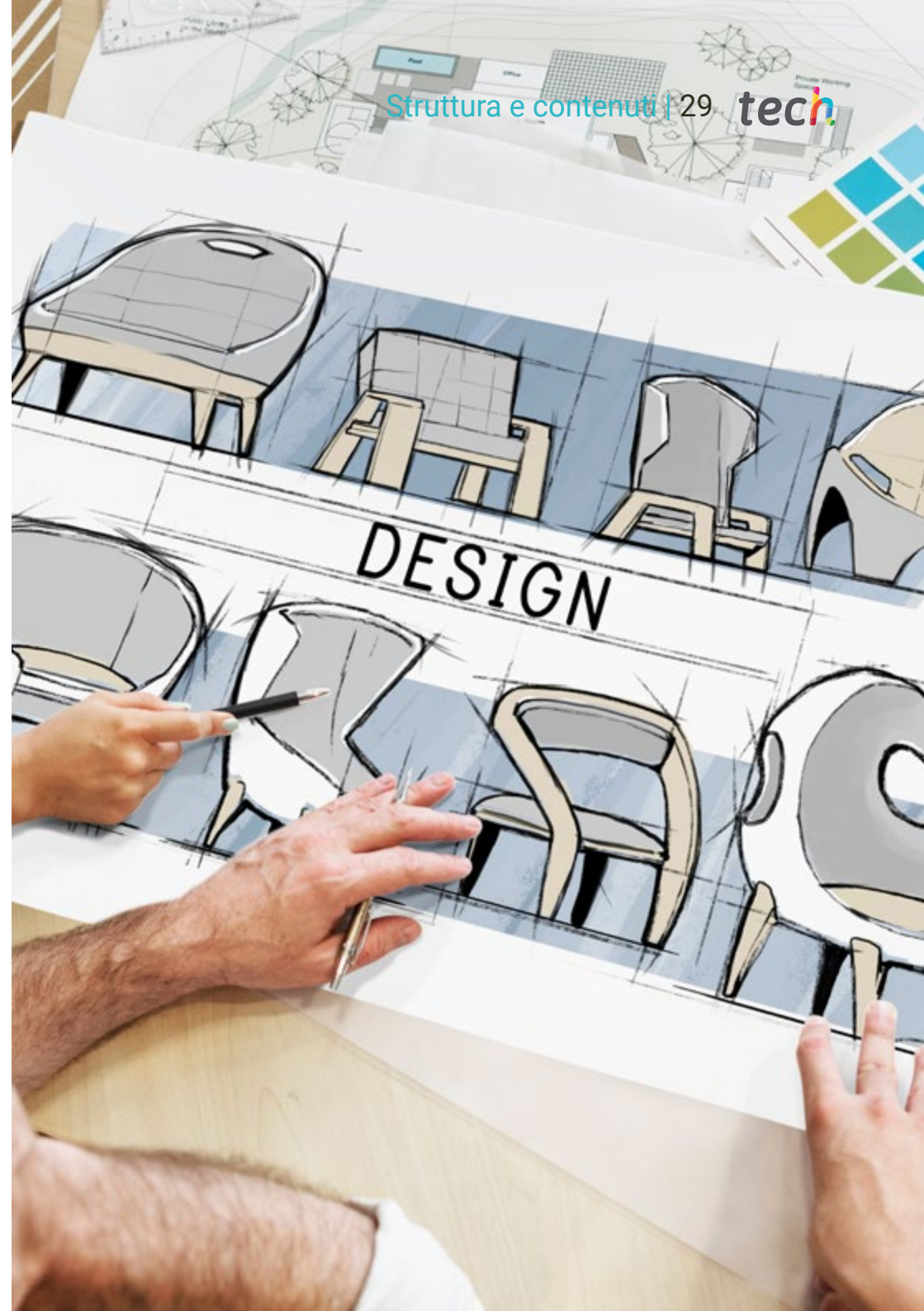
Modulo 10. Design del *packaging*

- 10.1. Introduzione al *Packaging*
 - 10.1.1. Prospettiva storica
 - 10.1.2. Caratteristiche funzionali
 - 10.1.3. Descrizione del sistema-prodotto e del ciclo di vita
- 10.2. Ricerca sul *Packaging*
 - 10.2.1. Fonti di informazione
 - 10.2.2. Lavoro sul campo
 - 10.2.3. Confronti e strategie
- 10.3. *Packaging* Strutturale
 - 10.3.1. Analisi delle esigenze specifiche
 - 10.3.2. Forma, colore, odore, volume e texture
 - 10.3.3. Ergonomia dell'imballaggio
- 10.4. *Marketing* del *Packaging*
 - 10.4.1. Relazione del *pack* con il marchio e il prodotto
 - 10.4.2. Applicazione dell'immagine del brand
 - 10.4.3. Esempi
- 10.5. Comunicare con il *Packaging*
 - 10.5.1. Rapporto del *pack* con il Prodotto, il Cliente e l'Utente
 - 10.5.2. Sense Design
 - 10.5.3. Experience Design
- 10.6. Materiali e processi produttivi
 - 10.6.1. Vetro
 - 10.6.2. Carta e cartone
 - 10.6.3. Metallo
 - 10.6.4. Plastica
 - 10.6.5. Compositi di materiali naturali
- 10.7. La sostenibilità applicata al *Packaging*
 - 10.7.1. Strategie di ecodesign
 - 10.7.2. Analisi del ciclo di vita
 - 10.7.3. Il *Pack* come rifiuto

- 10.8. Legislazione
 - 10.8.1. Normativa specifica: identificazione e codifica
 - 10.8.2. Regolamenti sulla plastica
 - 10.8.3. Tendenze normative
- 10.9. Innovazione nel *packaging*
 - 10.9.1. Differenziazione nel *Packaging*
 - 10.9.2. Ultimi trend
 - 10.9.3. *Design For All*
- 10.10. Progetti di *Packagin*
 - 10.10.1. Casi di studio
 - 10.10.2. Strategia di *Packaging*
 - 10.10.3. Esercizio pratico

“

L'innovativo sistema di insegnamento di TECH comprende anche un programma di studi completo e aggiornato, per offrire la migliore opzione didattica ai professionisti che desiderano dedicarsi al Product Design"



05 Metodologia

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

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



“

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

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

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

“

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



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



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

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

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

“

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

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

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione?

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

Metodologia Relearning

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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



Materiali di studio

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

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



Master class

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

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



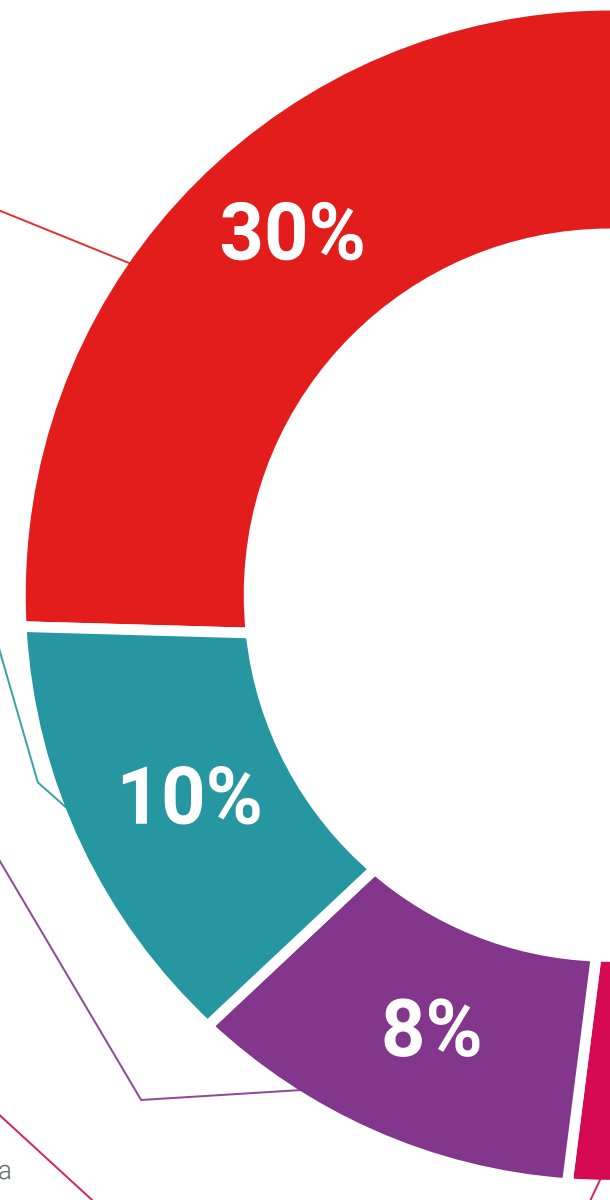
Pratiche di competenze e competenze

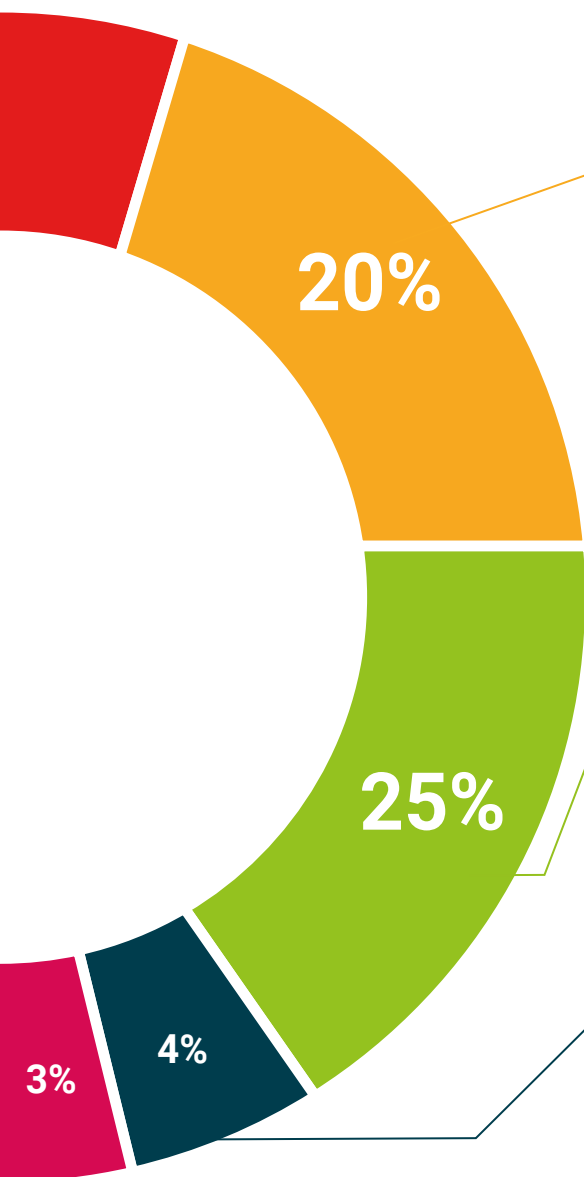
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Lectures complementari

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





Casi di Studio

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



Riepiloghi interattivi

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

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



Testing & Retesting

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



06 Titolo

Il Master in Product Design ti garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso a una qualifica di Master rilasciata da TECH Global University.



“

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

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

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

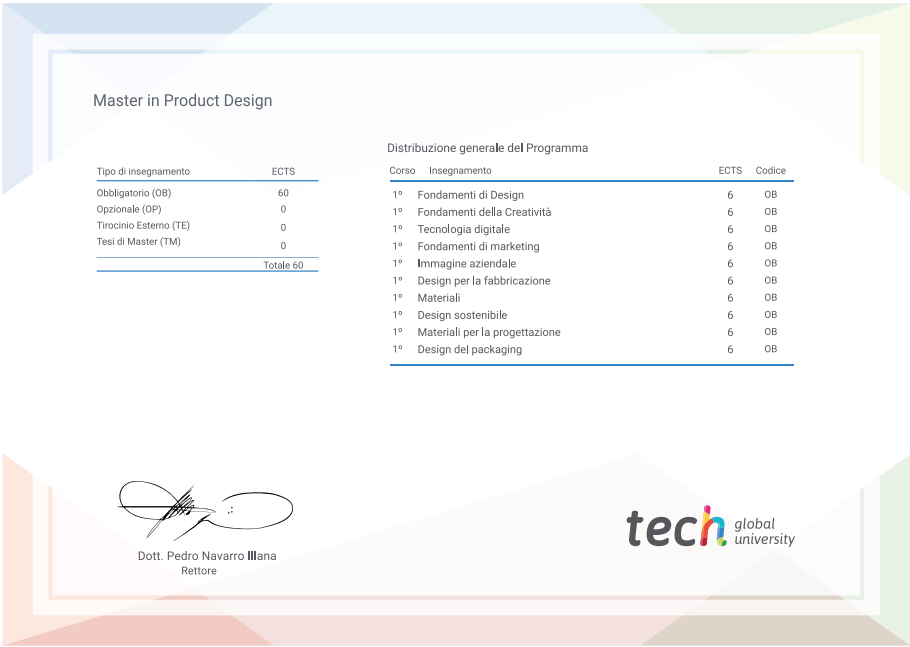
Questo titolo privato di **TECH Global University** è un programma europeo di formazione continua e aggiornamento professionale che garantisce l'acquisizione di competenze nella propria area di conoscenza, conferendo allo studente che supera il programma un elevato valore curriculare.

Titolo: **Master in Product Design**

Modalità: **online**

Durata: **12 mesi**

Accreditamento: **60 ECTS**



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

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



Master Product Design

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

Master Product Design

