

Máster Título Propio

Diseño de Packaging

Aval/Membresía





Máster Título Propio Diseño Sostenible de Producto

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Acceso web: www.techtute.com/disenomaster/master-diseno-packaging



Índice

01

Presentación del programa

pág. 4

02

¿Por qué estudiar en TECH?

pág. 8

03

Plan de estudios

pág. 12

04

Objetivos docentes

pág. 24

05

Salidas profesionales

pág. 28

06

Licencias de software incluidas

pág. 32

07

Metodología de estudio

pág. 32

08

Cuadro docente

pág. 46

09

Titulación

pág. 42

01

Presentación del programa

Dentro de un mercado tan competitivo diferenciarse del resto es fundamental. El *Packaging* es la disciplina del Diseño que se encarga de presentar un producto en las mejores condiciones posibles para su comercialización, transporte, almacenamiento y uso. Y el tener en cuenta la primera impresión, así como su funcionalidad es fundamental. Es por eso que, a través de este programa, se desarrollarán todas sus áreas de aplicación para que el alumno disponga de una visión integral, profundizando, no sólo en su conceptualización y Diseño artístico, sino también en su almacenamiento y distribución para dotarle de una capacidad estratégica superior, a la hora de plantear proyectos. Una titulación 100% online y alcanzable en meses.



“

*Un programa exhaustivo y 100% online,
exclusivo de TECH y con una perspectiva
internacional respaldada por nuestra
afiliación con The Design Society”*

La nueva realidad *phygital* requiere, además, de un acercamiento más intenso al diseño de *Packaging* que combine entornos digitales y virtuales con las *concept stores* y el *retail*, por lo que, la ilustración vectorial, el dominio del *Big Data* y el diseño de la experiencia del cliente final son también ejes de esta enseñanza.

Este programa profundiza en el uso de las más avanzadas herramientas e implementación de técnicas de ilustración, entendiendo los conceptos fundamentales del Diseño para *Packaging*. Toma el concepto de la sostenibilidad como eje primordial en el estilo de Diseño y aspectos novedosos como la inteligencia artificial y la innovación digital para mejorar la experiencia del usuario.

Un temario desarrollado con rigor por expertos en Diseño de *Packaging* basado en una innovadora metodología de enseñanza 100% online que se adapta a las circunstancias personales de cada alumno, puesto que le permite escoger el momento y el lugar para estudiar. Empleándose numerosos recursos didácticos multimedia como ejercicios prácticos, técnicas en vídeo, resúmenes interactivos o clases magistrales, para alcanzar la titulación en meses.

Además, el programa incluye la participación de un Director Invitado Internacional, cuya experiencia profesional es ampliamente reconocida a nivel mundial. Así, dirigirá 10 *Masterclasses* centradas en las innovaciones en el sector del Diseño de *Packaging*.

Gracias a la colaboración de TECH con **The Design Society (DS)**, el alumno formará parte de una comunidad global dedicada al diseño y su estudio. Podrá acceder a publicaciones de código abierto y participar en eventos colaborativos. Además, la membresía contribuye al mantenimiento de la sociedad y sus plataformas, facilitando la interacción y el acceso a recursos especializados para el desarrollo profesional en diseño.

Este **Máster Título Propio en Diseño de Packaging** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado. Sus características más destacadas son:

- ♦ El desarrollo de casos prácticos presentados por expertos en Diseño de Packing
- ♦ Los contenidos gráficos, esquemáticos y eminentemente prácticos con los que están concebidos recogen una información científica y práctica sobre aquellas disciplinas indispensables para el ejercicio profesional
- ♦ Los ejercicios prácticos donde realizar el proceso de autoevaluación para mejorar el aprendizaje
- ♦ Su especial hincapié en metodologías innovadoras
- ♦ Las lecciones teóricas, preguntas al experto, foros de discusión de temas controvertidos y trabajos de reflexión individual
- ♦ La disponibilidad de acceso a los contenidos desde cualquier dispositivo fijo o portátil con conexión a internet



Un reputado Director Invitado Internacional impartirá 10 Masterclasses de alta intensidad sobre las últimas tendencias en el Diseño de Packaging”



Desarrollarás conceptos creativos en Diseño de Packing a través de herramientas tecnológicas de última generación como de Adobe Illustrator”

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Diseño de Packaging, que vierten en este programa la experiencia de su trabajo, además de reconocidos especialistas de sociedades de referencia y universidades de prestigio.

Su contenido multimedia, elaborado con la última tecnología educativa, permitirá al profesional un aprendizaje situado y contextual, es decir, un entorno simulado que proporcionará un estudio inmersivo programado para entrenarse ante situaciones reales.

El diseño de este programa se centra en el Aprendizaje Basado en Problemas, mediante el cual el alumno deberá tratar de resolver las distintas situaciones de práctica profesional que se le planteen a lo largo del curso académico. Para ello, el profesional contará con la ayuda de un novedoso sistema de vídeo interactivo realizado por reconocidos expertos.

Promoverás soluciones de Packing sostenibles y responsables, aplicando criterios de reducción del impacto ambiental.

Seleccionarás los materiales, procesos de impresión y acabados más óptimos según las características específicas de los productos.



02

¿Por qué estudiar en TECH?

TECH es la mayor Universidad digital del mundo. Con un impresionante catálogo de más de 14.000 programas universitarios, disponibles en 11 idiomas, se posiciona como líder en empleabilidad, con una tasa de inserción laboral del 99%. Además, cuenta con un enorme claustro de más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional.



“

Estudia en la mayor universidad digital del mundo y asegura tu éxito profesional. El futuro empieza en TECH”

La mejor universidad online del mundo según FORBES

La prestigiosa revista Forbes, especializada en negocios y finanzas, ha destacado a TECH como «la mejor universidad online del mundo». Así lo han hecho constar recientemente en un artículo de su edición digital en el que se hacen eco del caso de éxito de esta institución, «gracias a la oferta académica que ofrece, la selección de su personal docente, y un método de aprendizaje innovador orientado a formar a los profesionales del futuro».

El mejor claustro docente top internacional

El claustro docente de TECH está integrado por más de 6.000 profesores de máximo prestigio internacional. Catedráticos, investigadores y altos ejecutivos de multinacionales, entre los cuales se destacan Isaiah Covington, entrenador de rendimiento de los Boston Celtics; Magda Romanska, investigadora principal de MetaLAB de Harvard; Ignacio Wistuba, presidente del departamento de patología molecular traslacional del MD Anderson Cancer Center; o D.W Pine, director creativo de la revista TIME, entre otros.

La mayor universidad digital del mundo

TECH es la mayor universidad digital del mundo. Somos la mayor institución educativa, con el mejor y más amplio catálogo educativo digital, cien por cien online y abarcando la gran mayoría de áreas de conocimiento. Ofrecemos el mayor número de titulaciones propias, titulaciones oficiales de posgrado y de grado universitario del mundo. En total, más de 14.000 títulos universitarios, en diez idiomas distintos, que nos convierten en la mayor institución educativa del mundo.



Los planes de estudio más completos del panorama universitario

TECH ofrece los planes de estudio más completos del panorama universitario, con temarios que abarcan conceptos fundamentales y, al mismo tiempo, los principales avances científicos en sus áreas científicas específicas. Asimismo, estos programas son actualizados continuamente para garantizar al alumnado la vanguardia académica y las competencias profesionales más demandadas. De esta forma, los títulos de la universidad proporcionan a sus egresados una significativa ventaja para impulsar sus carreras hacia el éxito.

Un método de aprendizaje único

TECH es la primera universidad que emplea el *Relearning* en todas sus titulaciones. Se trata de la mejor metodología de aprendizaje online, acreditada con certificaciones internacionales de calidad docente, dispuestas por agencias educativas de prestigio. Además, este disruptivo modelo académico se complementa con el "Método del Caso", configurando así una estrategia de docencia online única. También en ella se implementan recursos didácticos innovadores entre los que destacan vídeos en detalle, infografías y resúmenes interactivos.

La universidad online oficial de la NBA

TECH es la universidad online oficial de la NBA. Gracias a un acuerdo con la mayor liga de baloncesto, ofrece a sus alumnos programas universitarios exclusivos, así como una gran variedad de recursos educativos centrados en el negocio de la liga y otras áreas de la industria del deporte. Cada programa tiene un currículo de diseño único y cuenta con oradores invitados de excepción: profesionales con una distinguida trayectoria deportiva que ofrecerán su experiencia en los temas más relevantes.

Líderes en empleabilidad

TECH ha conseguido convertirse en la universidad líder en empleabilidad. El 99% de sus alumnos obtienen trabajo en el campo académico que ha estudiado, antes de completar un año luego de finalizar cualquiera de los programas de la universidad. Una cifra similar consigue mejorar su carrera profesional de forma inmediata. Todo ello gracias a una metodología de estudio que basa su eficacia en la adquisición de competencias prácticas, totalmente necesarias para el desarrollo profesional.



Google Partner Premier

El gigante tecnológico norteamericano ha otorgado a TECH la insignia Google Partner Premier. Este galardón, solo al alcance del 3% de las empresas del mundo, pone en valor la experiencia eficaz, flexible y adaptada que esta universidad proporciona al alumno. El reconocimiento no solo acredita el máximo rigor, rendimiento e inversión en las infraestructuras digitales de TECH, sino que también sitúa a esta universidad como una de las compañías tecnológicas más punteras del mundo.



La universidad mejor valorada por sus alumnos

Los alumnos han posicionado a TECH como la universidad mejor valorada del mundo en los principales portales de opinión, destacando su calificación más alta de 4,9 sobre 5, obtenida a partir de más de 1.000 reseñas. Estos resultados consolidan a TECH como la institución universitaria de referencia a nivel internacional, reflejando la excelencia y el impacto positivo de su modelo educativo.



03

Plan de estudios

Los materiales didácticos que integran este Máster Título Propio han sido elaborados por un equipo de expertos en Diseño Gráfico y Visual. Gracias a ello, el programa profundizará en el uso avanzado de Adobe Illustrator aplicado al desarrollo de ilustraciones vectoriales para *Packaging*. Al mismo tiempo, los egresados dominarán el entorno de trabajo, la creación de formas, el uso del color y las tipografías. También, el temario analizará las técnicas más vanguardistas para producir artes finales de alta calidad. Gracias a esto, los alumnos crearán envases gráficos innovadores, funcionales y adaptados a múltiples formatos o soportes.



“

*Profundizarás en las especificidades del
Diseño Estructural para confeccionar
troqueles, formas tridimensionales y
sistemas de apertura”*

Módulo 1. Diseño e ilustración con Adobe Illustrator

- 1.1. Preparación del espacio de trabajo
 - 1.1.1. ¿Qué es un gráfico vectorial?
 - 1.1.2. Nuevo documento. Espacio de trabajo
 - 1.1.3. Interfaz
- 1.2. Área de trabajo
 - 1.2.1. Herramientas disponibles
 - 1.2.2. Reglas, guías. Cuadrículas
 - 1.2.3. Las mesas de trabajo
- 1.3. Trazados
 - 1.3.1. Figuras geométricas
 - 1.3.2. Selección y selección directa
 - 1.3.3. Trazo
- 1.4. Color
 - 1.4.1. Color y cuentagotas
 - 1.4.2. Lápiz
 - 1.4.3. Pincel
- 1.5. Transformación de formas
 - 1.5.1. Borrador, tijera y cuchilla
 - 1.5.2. Deformar, escalar y distorsión
 - 1.5.3. Alinear y agrupar. Capas
- 1.6. Color y atributos de rellenos
 - 1.6.1. Pluma
 - 1.6.2. Manejadores y vértices interactivos
 - 1.6.3. Bibliotecas de color
- 1.7. Formas
 - 1.7.1. Degradado y transparencia. Fusión
 - 1.7.2. Buscatrazos
 - 1.7.3. Calco Interactivo
- 1.8. Las Letras
 - 1.8.1. Instalar el gestor tipográfico y las tipografías. Carácter y párrafo
 - 1.8.2. Herramienta de texto
 - 1.8.3. Contornear, modificar y deformar el texto. Expandir y desplazamiento

- 1.9. Gama Cromática
 - 1.9.1. Gama cromática
 - 1.9.2. Tipografía y jerarquías. Imagetipo
 - 1.9.3. Creación de un patrón y muestra
- 1.10. Artes Finales
 - 1.10.1. Formatos para papel y formatos para web
 - 1.10.2. Exportar para imprenta
 - 1.10.3. Exportar a medios digitales

Módulo 2. Ilustración vectorial de *Packaging* en Adobe Illustrator

- 2.1. El gráfico vectorial
 - 2.1.1. Nuevo documento. Espacio de trabajo
 - 2.1.2. Herramientas generales
 - 2.1.3. El color
- 2.2. Artes finales
 - 2.2.1. Formatos para papel y formatos para web
 - 2.2.2. Exportar para imprenta
 - 2.2.3. Exportar a medios digitales
- 2.3. Herramientas ilustración AI
 - 2.3.1. Combinaciones de herramientas para la ilustración en AI
 - 2.3.2. Composiciones vectoriales
 - 2.3.3. Tipografías
- 2.4. Ilustración digital
 - 2.4.1. Referentes de ilustración AI
 - 2.4.2. La técnica del calco vectorial y sus derivados
 - 2.4.3. Aplicación de la ilustración al *Packaging* (*in focus: dieline*)
- 2.5. Fuentes
 - 2.5.1. Optimización del tiempo (páginas con motivos AI gratuitos)
 - 2.5.2. Versiones y modificación (dibujo vectorial)
 - 2.5.3. Ventajas de AI frente a Photoshop en ilustración digital
- 2.6. Formatos
 - 2.6.1. Diseño sobre un formato predeterminado
 - 2.6.2. Creación del formato desde 0
 - 2.6.3. Nuevos formatos y aplicaciones



- 2.7. Materiales
 - 2.7.1. Materiales habituales y sus aplicaciones
 - 2.7.2. El *Packaging* como objeto de deseo
 - 2.7.3. Nuevos materiales
- 2.8. *Packaging* físico
 - 2.8.1. Etiquetas
 - 2.8.2. Cajas
 - 2.8.3. Notas de agradecimiento/invitaciones
 - 2.8.4. Envoltorios
- 2.9. *Packaging* digital
 - 2.9.1. *Newsletters*
 - 2.9.2. *Banners* y web
 - 2.9.3. El Formato Instagram
- 2.10. *Moke-up*
 - 2.10.1. Integración de un *moke-up*
 - 2.10.2. Portales de *moke-up* gratuitos
 - 2.10.3. Utilización del *moke-up*
 - 2.10.4. Creación del *moke-up* propio

Módulo 3. Ecodiseño: Materiales para el Diseño de *Packaging*

- 3.1. La sostenibilidad: nuevo *driver* del Diseño
 - 3.1.1. Las tres dimensiones de la sostenibilidad: social, medioambiental y económica
 - 3.1.2. La sostenibilidad dentro del modelo de negocio
 - 3.1.3. La sostenibilidad insertada en todo el proceso de *Packaging*: desde el Diseño hasta el reciclaje
- 3.2. Economía circular en el *Packaging*
 - 3.2.1. La circularidad en los entornos estéticos
 - 3.2.2. La aplicación de la economía circular en el *Packaging*
 - 3.2.3. Los desafíos de la economía circular en el *Packaging*
- 3.3. Diseño sostenible de *Packaging*
 - 3.3.1. Objetivos del Diseño sostenible
 - 3.3.2. Dificultades del Diseño sostenible
 - 3.3.3. Desafíos del Diseño sostenible

- 3.4. Materiales sostenibles
 - 3.4.1. *Packaging* hechos con materiales de origen natural
 - 3.4.2. *Packaging* hechos con materiales compostables
 - 3.4.3. *Packaging* hecho con materiales biodegradables
- 3.5. El uso del plástico
 - 3.5.1. Los efectos del plástico en el mundo
 - 3.5.2. Alternativas al plástico
 - 3.5.3. Plástico reciclado
- 3.6. Procesos de fabricación sostenibles
 - 3.6.1. Procesos sostenibles en la dimensión social
 - 3.6.2. Procesos sostenibles en la dimensión medioambiental
 - 3.6.3. Procesos sostenibles en la dimensión económica y de gobernanza
- 3.7. El reciclaje
 - 3.7.1. Materiales reciclados
 - 3.7.2. Proceso de reciclaje
 - 3.7.3. El precio del reciclaje en el *Packaging*
- 3.8. Diseñar *Packaging* para reciclar y reutilizar
 - 3.8.1. La segunda vida del *Packaging*
 - 3.8.2. Diseñar para el reciclaje
 - 3.8.3. Diseñar para reutilizar
- 3.9. Optimización y versatilidad de *Packaging*
 - 3.9.1. Cuando menos es más en el *Packaging*
 - 3.9.2. Cómo reducir *Packaging* sin perder valor de marca
 - 3.9.3. Cuándo se puede eliminar el *Packaging* sin perder valor de marca
- 3.10. Cómo generar conciencia en el consumidor de *Packaging*
 - 3.10.1. Educación
 - 3.10.2. Concientización
 - 3.10.3. Involucrar al consumidor en el proceso de *Packaging*

Módulo 4. La estructura del *Packaging*

- 4.1. La ilustración de *Packaging*
 - 4.1.2. La cultura del *Packaging* (resonancia)
 - 4.1.3. Las funciones del *Packaging* digital
 - 4.1.4. Los objetivos del Diseño de *Packaging*
- 4.2. Composición estructural
 - 4.2.1. Selección de Forma (estructura)
 - 4.2.2. Color *matching*
 - 4.2.3. Textura en 2D
- 4.3. Técnicas de expresividad
 - 4.3.1. Ilustraciones específicas
 - 4.3.2. Ilustraciones abstractas
 - 4.3.3. El humor en los productos envasados
- 4.4. Técnicas de representación visual
 - 4.4.1. Asociaciones
 - 4.4.2. Metáforas simbólicas
 - 4.4.3. Hipérboles visuales- Exageraciones (*In focus*: Jerarquía visual)
- 4.5. Diseño conceptual
 - 4.5.1. Investigación demográfica y etnográfica
 - 4.5.2. *Retail Research & Digital Research*
 - 4.5.3. El concepto de la marca, el Diseño del envase (*in focus*: *culture map*)
- 4.6. Elementos del Diseño de *Packaging*
 - 4.6.1. El panel de visualización
 - 4.6.2. El imaginario de la marca
 - 4.6.3. *Concept board* (*in focus*: El nombre del producto y el nombre la marca)
- 4.7. *Lettering*
 - 4.7.1. La tipografía
 - 4.7.2. El interlineado
 - 4.7.3. Principios tipográficos (*in focus*: tipografía y tecnología)
- 4.8. Etapas del diseño de *Packaging*
 - 4.8.1. La estructura del proyecto y el *briefing*
 - 4.8.2. La comunicación de la estrategia de Diseño
 - 4.8.3. Refinamiento del Diseño y preproducción (*in focus*: ¿Para quién están diseñados los productos *luxury Packaging*?)

- 4.9. La experiencia sensorial
 - 4.9.1. ¿Cómo suena el *Packaging*?
 - 4.9.2. El tacto en 2D
 - 4.9.3. La evaluación sensorial (*in focus*: la experiencia sensorial virtual)
- 4.10. El *Packaging* virtual
 - 4.10.1. El empaquetado en el metaverso
 - 4.10.2. Las marcas de lujo
 - 4.10.3. El material audiovisual incluido en el *Packaging* (*in focus*: *unboxing* en el metaverso)

Módulo 5. *Packaging* de joyería y cosmética

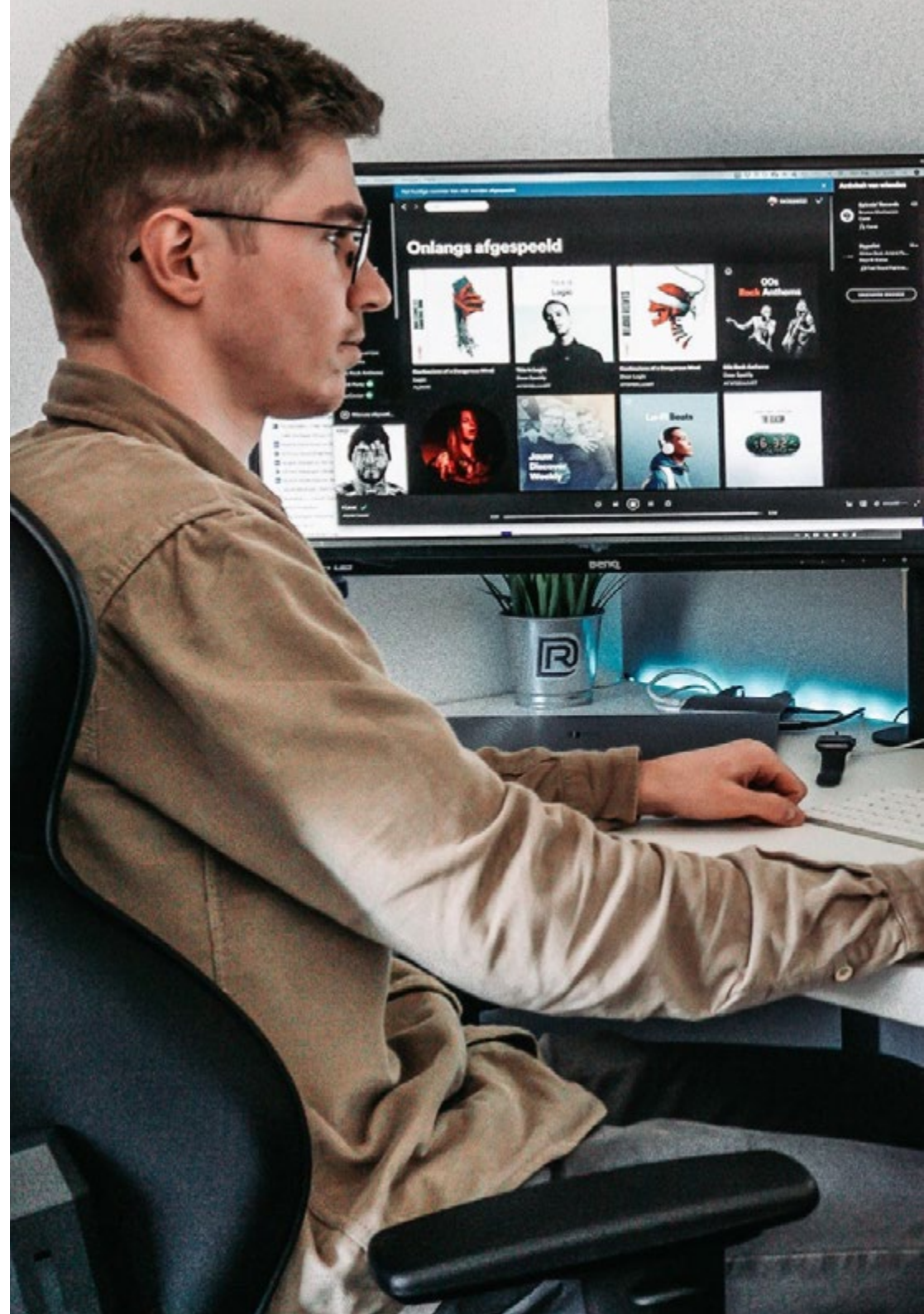
- 5.1. La competitividad del sector cosmético
 - 5.1.1. Las necesidades del consumidor de *Packaging*
 - 5.1.2. El gran espectro de las marcas cosméticas
 - 5.1.3. El Diseño de *Packaging* como valor diferencial en el sector cosmético
- 5.2. Los estilos en el Diseño cosmético
 - 5.2.1. Diseño femenino
 - 5.2.2. Diseño masculino
 - 5.2.3. Diseño no *gender*
- 5.3. El diseño de los envases de crema y jabón
 - 5.3.1. Definición de las líneas ¿redondas o cuadradas?
 - 5.3.2. Customización del *front*
 - 5.3.3. Patrones atrevidos vs patrones sobrios
- 5.4. Seguridad y protección de las cremas
 - 5.4.1. La conservación de los antioxidantes
 - 5.4.2. Los riesgos de un mal envasado
 - 5.4.3. ¿Opacidad de los envases?
- 5.5. Las fragancias
 - 5.5.1. Los ingredientes naturales
 - 5.5.2. El envase del perfume: color o cristal
 - 5.5.3. La estructura de la botella

- 5.6. El Diseño de *Packaging* para maquillaje
 - 5.6.1. La ilustración en las cajas de sombras
 - 5.6.2. Las ediciones especiales
 - 5.6.3. El estilo floral vs estilo minimal
- 5.7. Las tendencias de *Packaging* en todo el proceso de embalaje
 - 5.7.1. Embalaje exterior- bolsa
 - 5.7.2. Embalaje interior- caja
 - 5.7.3. Embalaje del producto- bote
- 5.8. El *Packaging* experimental creativo
 - 5.8.1. La joya como pieza única
 - 5.8.2. La sofisticación y la elegancia
 - 5.8.3. La caja mágica
- 5.9. La selección de colores en el Diseño de *Packaging* de joyería
 - 5.9.1. La paleta clásica
 - 5.9.2. El color del oro y su simbología
 - 5.9.3. El metal, un material frío y sin color
- 5.10. El Diseño de las cajas de joyería
 - 5.10.1. El corte de la madera: aristas y compartimentos
 - 5.10.2. Revestido de tela o terciopelo
 - 5.10.3. El Diseño de la presentación de la joya
- 5.11. *Luxury jewelry Packaging*
 - 5.11.1. El *Packaging* en piel
 - 5.11.2. El uso de los lazos y el raso
 - 5.11.3. El espacio para el logo

Módulo 6. *Packaging* gourmet y vinos

- 6.1. Fundamentos del *Packaging* gourmet
 - 6.1.1. Diseño práctico y estético
 - 6.1.2. El uso del cristal y el cartón
 - 6.1.3. La ergonomía del envoltorio
- 6.2. La arquitectura de la información
 - 6.2.1. La prioridad: estética o funcional
 - 6.2.2. Los valores complementarios
 - 6.2.3. El mensaje a emitir

- 6.3. Diseño del logo
 - 6.3.1. El isotipo
 - 6.3.2. El isologotipo
 - 6.3.3. La etiqueta
- 6.4. Contenido imprescindible en el *Packaging gourmet* y vinícola
 - 6.4.1. Denominación de origen
 - 6.4.2. Descripción del producto
 - 6.4.3. Sellos específicos de calidad
- 6.5. Las propiedades del vino y los productos *gourmet*
 - 6.5.1. La preservación de la calidad
 - 6.5.2. La conservación del sabor
 - 6.5.3. La presentación
- 6.6. La personalidad de las marcas gourmet y vinícolas
 - 6.6.1. La herencia familiar
 - 6.6.2. Inspirando buenos momentos
 - 6.6.3. El sentido del gusto entra por los ojos
- 6.7. La etiqueta
 - 6.7.1. Tipología del papel
 - 6.7.2. Propiedades del papel
 - 6.7.3. Información adicional (*in focus*: El uso del papel reciclado en las etiquetas)
- 6.8. El corcho
 - 6.8.1. La calidad del tapón
 - 6.8.2. El corcho natural, *twin-top*, aglomerado y colmatado
 - 6.8.3. La impresión sobre el tapón (procork, t-cork, cava o multipieza)
- 6.9. El vidrio
 - 6.9.1. Moldes y formas para el cristal
 - 6.9.2. Altura y color de la botella
 - 6.9.3. El Diseño de las cápsulas protectoras de cierre
- 6.10. El envasado *gourmet*
 - 6.10.1. El producto a la vista
 - 6.10.2. Etiquetado claro, legible y ordenado
 - 6.10.3. Diseñando frescura



Módulo 7. Embalaje y Diseño en gran consumo

- 7.1. La transparencia en el *Packaging* alimenticio
 - 7.1.1. Empaquetando salud
 - 7.1.2. El plástico para envolver comida y los materiales biodegradables
 - 7.1.3. Los polímeros
- 7.2. Nuevos envases para alimentos
 - 7.2.1. Los biopolímeros
 - 7.2.2. Los ácidos orgánicos
 - 7.2.3. Los indicadores de gas y temperatura
- 7.3. Nano *Packaging*
 - 7.3.1. Las nanopartículas
 - 7.3.2. Los nanomateriales
 - 7.3.3. Las nanoemulsiones
- 7.4. El presente del *Packaging* gran consumo
 - 7.4.1. *Active Packaging*
 - 7.4.2. *Intelligent Packaging*
 - 7.4.3. *Smart Packaging*
- 7.5. La producción en masa
 - 7.5.1. *Packaging* y distribución
 - 7.5.2. Envasado primario
 - 7.5.3. Envasado secundario (caso: cajas de Kellogg's)
- 7.6. La apariencia del gran consumo
 - 7.6.1. Fotografía alimenticia
 - 7.6.2. Ilustraciones instructivas
 - 7.6.3. Diseño eficiente
- 7.7. El *Packaging* interactivo
 - 7.7.1. La funcionalidad del *Packaging* interactivo
 - 7.7.2. Tipos de *Packaging* interactivo
 - 7.7.3. Relaciones interactivas
- 7.8. Diseño del envasado alimenticio
 - 7.8.1. Forma y tamaño
 - 7.8.2. Alimentos frescos o procesados
 - 7.8.3. El Diseño en el etiquetado de productos

- 7.9. El *Packaging* comercial
 - 7.9.1. *From common to premium*
 - 7.9.2. Diseño funcional con un *twist*
 - 7.9.3. La personalización masiva
- 7.10. Evaluación del Diseño de *Packaging*
 - 7.10.1. ¿Está claro lo que tu producto es?
 - 7.10.2. ¿Es una representación honesta del producto?
 - 7.10.3. ¿Cómo se verá el producto en la tienda o en 3D?
 - 7.10.4. La versatilidad

Módulo 8. Marketing & branding para *Packaging*

- 8.1. La inteligencia artificial en el Diseño de *Packaging*
 - 8.1.1. La activación de la creatividad a través de los datos
 - 8.1.2. Técnicas de diferenciación
 - 8.1.3. Rediseño y evaluación
- 8.2. Branding para "envoltorios"
 - 8.2.1. La identidad de marca
 - 8.2.2. El Diseño con base al *branding*
 - 8.2.3. Los impactos económicos del *branding* en el *Packaging*
- 8.3. La estrategia digital
 - 8.3.1. Estrategias de negocio vinculadas a la identidad
 - 8.3.2. La publicidad
 - 8.3.3. La evaluación del posicionamiento
- 8.4. El proceso de orientación a datos
 - 8.4.1. Gestionar la comunicación visual a través de los datos
 - 8.4.2. Recopilación y selección de datos
 - 8.4.3. Análisis de datos
- 8.5. Hábitos de consumo del entorno *premium*
 - 8.5.1. Las métricas clave del marketing
 - 8.5.2. Las métricas clave del *Packaging*
 - 8.5.3. La creación de patrones secuenciales

- 8.6. La innovación en el entorno del *Packaging*
 - 8.6.1. La gestión de la creatividad
 - 8.6.2. Las técnicas predictivas
 - 8.6.3. Simulación de escenarios de innovación
- 8.7. El uso del *big data* para la creación del icono
 - 8.7.1. El mercado del *Packaging*
 - 8.7.2. El consumidor del *Packaging*
 - 8.7.3. La segmentación y el valor
- 8.8. La creación de valor a través del tiempo
 - 8.8.1. Las estrategias de fidelización
 - 8.8.2. La generación de embajadores
 - 8.8.3. La gestión eficiente de las comunicaciones
- 8.9. La experiencia de usuario
 - 8.9.1. El entorno digital
 - 8.9.2. La generación de *engagement*
 - 8.9.3. Los mensajes
- 8.10. La gestión de proyectos
 - 8.10.1. Preparación del *briefing*
 - 8.10.2. Comunicación estratégica
 - 8.10.3. Comunicación de valor

Módulo 9. Dirección creativa

- 9.1. Evolución del *Packaging*
 - 9.1.1. La comunicación visual
 - 9.1.2. Historia especulativa del *Packaging*
 - 9.1.3. Fundamentos estéticos
- 9.2. La narrativa del producto
 - 9.2.1. identificar su historia. ¿Cuál es su mensaje?
 - 9.2.2. Identificar a su público base
 - 9.2.3. Conversación entre marca y consumidor

- 9.3. La estrategia de marca
 - 9.3.1. *Briefings*
 - 9.3.2. Mecanismos y lenguajes propios
 - 9.3.3. *Material research*. Tendencias
- 9.4. Taller de especulación
 - 9.4.1. Arte y espacio. Volúmenes
 - 9.4.2. Espacio físico I. Juego, tiempo y azar
 - 9.4.3. Espacio digital I. *Virtual making*
- 9.5. El entorno de los productos
 - 9.5.1. Las premisas y su posición
 - 9.5.2. Espacio físico II
 - 9.5.3. Espacio digital II
- 9.6. Creatividad técnica
 - 9.6.1. Composición
 - 9.6.2. Cadáver exquisito. La multiplicidad de imágenes
 - 9.6.3. *Hypergraphics*. Lo gráfico aplicado al espacio
- 9.7. Producción y desarrollo de *Packaging*
 - 9.7.1. Los materiales como mensaje
 - 9.7.2. Técnicas tradicionales y técnicas contemporáneas
 - 9.7.3. ¿Por qué apostamos por una imagen?
- 9.8. *Art Direction*
 - 9.8.1. Aplicar la narrativa del producto
 - 9.8.2. Gama cromática y su significado
 - 9.8.3. Identificar el enfoque publicitario
- 9.9. Post-producción
 - 9.9.1. Fotografía
 - 9.9.2. Iluminación
 - 9.9.3. Efectos
- 9.10. Proyecto de emprendimiento
 - 9.10.1. *Portfolio*
 - 9.10.2. Instagram
 - 9.10.3. Reflexión. *Workshop*

Módulo 10. Desarrollo operativo del *Packaging*

- 10.1. La cadena de valor del *Packaging*
 - 10.1.1. El ciclo de vida de un "envoltorio"
 - 10.1.2. La funcionalidad
 - 10.1.3. El papel del Diseño en la cadena de suministro
- 10.2. *Stock Packaging*
 - 10.2.1. Almacenaje
 - 10.2.2. Distribución: seguimiento y rastreo
 - 10.2.3. La integración de la operatividad en el Diseño
- 10.3. El *retail* y el *e-commerce*
 - 10.3.1. La nueva realidad del *Packaging* en las tiendas físicas
 - 10.3.2. *Concept stores*
 - 10.3.3. Diseño de paquetería a domicilio (*in focus*: estandarización vs personalización)
- 10.4. El *Packaging* industrial
 - 10.4.1. El análisis de costes
 - 10.4.2. Los límites en el Diseño de *Packaging*
 - 10.4.3. La evaluación del proceso de *Packaging*
- 10.5. La innovación en el Diseño de *Packaging*
 - 10.5.1. La evolución del concepto de embalaje
 - 10.5.2. La calidad del *Packaging*
 - 10.5.3. La gestión de los envíos en el canal online
- 10.6. La estrategia de *Packaging*
 - 10.6.1. Embalaje primario, secundario y terciario en el sistema de *Packaging*
 - 10.6.2. El fabricante del producto y el diseñador de *Packaging*
 - 10.6.3. *Decision making*
- 10.7. El Desarrollo del concepto
 - 10.7.1. *OKR Technique (objectives and key results)*
 - 10.7.2. *Framing techniques*
 - 10.7.3. *Canvas technique*

- 10.8. El producto de Diseño
 - 10.8.1. Prototipado (*story map* + live data)
 - 10.8.2. Testado (*concierge test* + usabilidad / fiabilidad/ comportamiento)
 - 10.8.3. Evaluación
- 10.9. Aspectos legales y regulatorios
 - 10.9.1. Propiedad intelectual
 - 10.9.2. Falsificación
 - 10.9.3. Confidencialidad
- 10.10. La profesión del diseñador de *Packaging*
 - 10.10.1. *Stakeholders*
 - 10.10.2. El ambiente de trabajo
 - 10.10.3. Las relaciones laborales con los clientes



Crearás prototipos físicos o virtuales de empaques para probar su efectividad en términos de Diseño, funcionalidad y resistencia"

04

Objetivos docentes

Este completísimo programa universitario permitirá al alumno adquirir las competencias necesarias para desarrollarse profesionalmente en el ámbito del Diseño de Packaging, un sector en constante evolución. De este modo, los expertos dominarán los fundamentos técnicos, creativos y estratégicos en este sector. Gracias a esto, estarán altamente preparados para liderar proyectos desde la conceptualización visual hasta la producción y dirección operativa del envase. Todo ello permitirá a los egresados afrontar con solvencia los retos del mercado actual, aportando soluciones innovadoras, funcionales y sostenibles en distintas industrias.



“

Manejarás técnicas sofisticadas para evaluar la interacción de los consumidores con el Packaging, aplicando nociones de neuromarketing y percepción visual”



Objetivos generales

- ♦ Dominar las herramientas de Diseño de *Packaging* e ilustración digital a través del manejo del programa Adobe Illustrator
- ♦ Creación de una identidad visual conceptual, experimental y comercial adaptada a toda clase de productos
- ♦ Gestión de un proyecto completo de *Packaging* y un portfolio personalizado
- ♦ Asimilar la cadena de valor del producto de manera integral: desde su Diseño hasta la apertura del paquete en el domicilio o la venta en tienda
- ♦ Generar estrategias de *branding* y de comercialización a través del uso de analítica avanzada
- ♦ Diseñar todas las estructuras de *Packaging* con un conocimiento avanzado de sus materiales y aplicaciones en escenarios de trabajo reales
- ♦ Aplicar el Diseño de *Packaging* desde su uso en gran consumo hasta la cosmética, la joyería o los productos *gourmet* y el mercado del *Packaging* de lujo





Objetivos específicos

Módulo 1. Diseño e ilustración con Adobe Illustrator

- ♦ Integrar las herramientas de Adobe Illustrator en el Diseño de *Packaging* de un producto
- ♦ Gestionar la tipografía para el Diseño del etiquetado de forma adecuada
- ♦ Dominar el uso de la paleta de colores para su correcta impresión
- ♦ Generar armonía en el Diseño y ejecutar las herramientas con personalidad integrando los valores de la marca
- ♦ Incorporar el flujo de trabajo del Diseño digital al proyecto de *Packaging*

Módulo 2. Ilustración vectorial de *Packaging* en Adobe Illustrator

- ♦ Incorporar el uso de gráficos vectoriales para el Diseño digital con Adobe Illustrator
- ♦ Aplicar y seleccionar las herramientas necesarias para la producción de un proyecto de *Packaging*
- ♦ Dominar la tipografía y el *lettering* para el Diseño de etiquetas y logotipos
- ♦ Gestionar el Diseño de *Packaging* en todas sus etapas, desde la creación de un volumen sobre un espacio en blanco hasta su impresión con todas las capas

Módulo 3. Ecodiseño: Materiales para el Diseño de *Packaging*

- ♦ Profundizar en el funcionamiento de la economía circular en relación al Diseño de *Packaging*
- ♦ Ahondar en el uso de los materiales biodegradables y el proceso de reciclaje
- ♦ Gestionar las decisiones de Diseño orientándose hacia la segunda vida del envase
- ♦ Concienciar del uso del plástico y de la necesidad de la reducción de la huella de carbono para que preservar el medioambiente

Módulo 4. La estructura del *Packaging*

- ♦ Dominar las técnicas de creatividad y de composición estructural basándonos en la cultura del *Packaging*
- ♦ Aplicar las técnicas de investigación en el entorno físico y digital estableciendo las últimas tendencias en Diseño
- ♦ Manejar el *lettering* y la tipografía para la confección de etiquetas de envasado
- ♦ Profundizar en la experiencia sensorial y trascender a la nueva realidad virtual del *Packaging*

Módulo 5. *Packaging* de joyería y cosmética

- ♦ Incorporar las necesidades del consumidor de cosmética del público tradicional y de los emergentes entendiendo que el *Packaging* cosmético es la diferencia entre la adquisición de un producto en la mayoría de las ocasiones
- ♦ Dominar técnicas modernas de Diseño durante todo el proceso del *Packaging* alineando embalaje exterior, interior y de producto

Módulo 6. *Packaging* gourmet y vinos

- ♦ Abordar los aspectos técnicos del embalaje de vinos y productos gourmet encontrando un equilibrio entre el Diseño funcional y la estética
- ♦ Dominar los materiales que componen el *Packaging* de producto como los tapones, el vidrio y el embalaje secundario
- ♦ Diseñar la etiqueta respondiendo a una arquitectura de la información que contemple los sellos de calidad y que refleje la personalidad de la marca





Módulo 7. Embalaje y Diseño en gran consumo

- ♦ Incorporar las técnicas de nanotecnología y *Packaging* interactivo al mercado del gran consumo como parte de una estrategia de innovación constante
- ♦ Profundizar en las necesidades del producto alimenticio y sus condiciones de conservación, transporte y almacenaje

Módulo 8. Marketing & branding para *Packaging*

- ♦ Integrar el uso de los datos en la estrategia creativa del *Packaging*
- ♦ Dominar la comunicación estratégica y de valor para que el *briefing* sobre el Diseño del envase sea exitoso
- ♦ Crear valor a través de la proyección de una identidad de marca que puede cambiar con el tiempo desde la flexibilidad y la versatilidad
- ♦ Añadir la experiencia de usuario en el entorno digital al *Packaging* tradicional de las tiendas físicas

Módulo 9. Dirección creativa

- ♦ Fomentar el desarrollo de las habilidades artísticas entendiendo el uso de los códigos visuales y su mensaje
- ♦ Gestionar el espacio, las estructuras y los volúmenes, así como la gama cromática en múltiples proyectos

Módulo 10. Desarrollo operativo del *Packaging*

- ♦ Identificar el papel del Diseño dentro de la cadena de suministro de la mercancía
- ♦ Gestionar las técnicas de desarrollo, prototipado de producto y testado para aplicarlas correctamente al Diseño de *Packaging*
- ♦ Analizar en las cuestiones legales y regulatorias sobre el funcionamiento de la propiedad intelectual

05

Salidas profesionales

Este programa universitario de TECH es una oportunidad única para todos los profesionales del Diseño que buscan actualizar y perfeccionar sus competencias en el ámbito del *Packaging*. A través de este programa, los alumnos dominarán las herramientas y técnicas más innovadoras en Diseño de empaques, enfocándose en la creatividad, la funcionalidad y la sostenibilidad, aspectos clave en la industria actual. Con estos conocimientos de vanguardia, los egresados podrán destacar en un mercado competitivo, ampliando sus oportunidades laborales y desempeñándose con éxito en un sector en constante expansión.



“

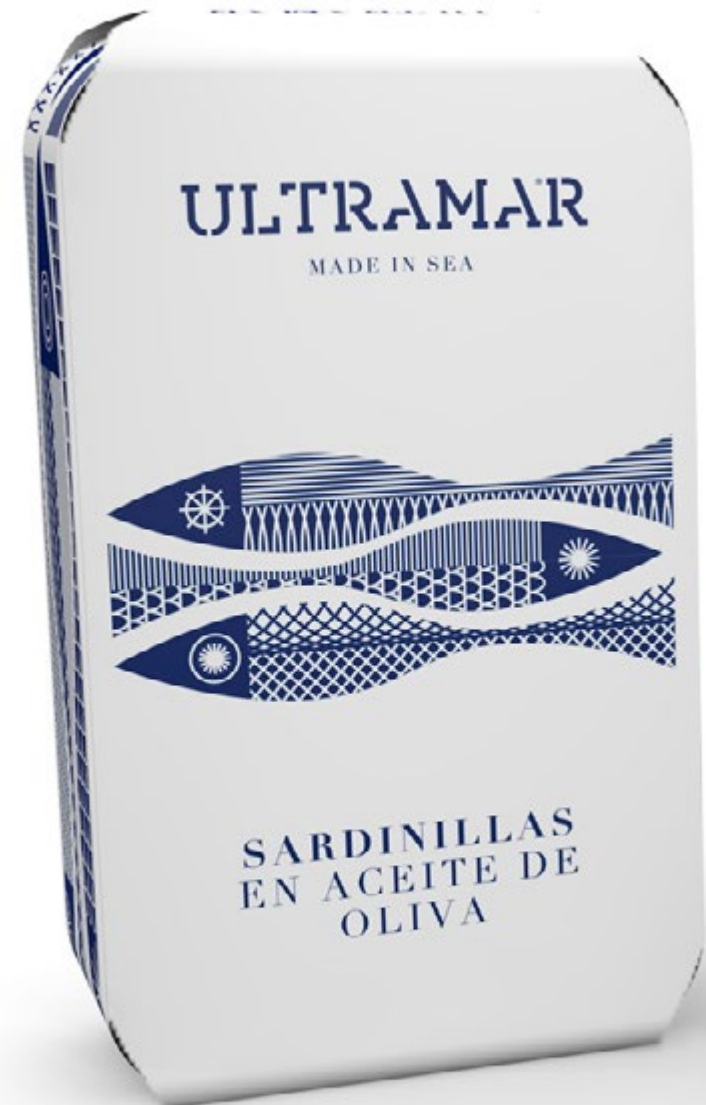
Integrarás principios de identidad visual de la marca en el Diseño de empaques, asegurando que los productos se distingan en el mercado mediante un empaque coherente con la imagen corporativa”

Perfil del egresado

El egresado de este Máster Título Propio será un profesional altamente capacitado para diseñar empaques innovadores que integren estética, funcionalidad y sostenibilidad. Tendrá las habilidades necesarias para crear soluciones de *Packaging* adaptadas a las necesidades del mercado, utilizando las últimas tecnologías y materiales responsables con el medioambiente. Además, estará preparado para abordar los retos del Diseño moderno, garantizando la protección del producto, optimizando la logística y mejorando la experiencia del consumidor. También podrá liderar proyectos de innovación en el sector del *Packaging*, así como promover la educación continua sobre las mejores prácticas y tendencias en Diseño de envases.

Impulsarás soluciones de Packaging responsables, aplicando marcos de ecodiseño, reciclabilidad y eficiencia logística.

- ♦ **Adaptación Tecnológica en el Diseño de *Packaging*:** Habilidad para manejar herramientas tecnológicas punteras en el proceso de Diseño de empaques para mejorar la calidad, funcionalidad y sostenibilidad de los productos
- ♦ **Resolución de Desafíos de Diseño:** Capacidad para aplicar el pensamiento creativo y crítico en la identificación y solución de problemas en el Diseño de empaques, optimizando tanto el impacto visual como logístico y medioambiental de los envases
- ♦ **Compromiso con la Sostenibilidad y Responsabilidad Social:** Responsabilidad en la creación de empaques sostenibles, eligiendo materiales reciclables y aplicando principios éticos para minimizar el impacto ambiental
- ♦ **Colaboración Multidisciplinaria:** Aptitud para comunicarse y trabajar de manera efectiva con otros profesionales, facilitando la creación de empaques que satisfagan tanto los requisitos técnicos como comerciales



Después de realizar el programa universitario, podrás desempeñar tus conocimientos y habilidades en los siguientes cargos:

1. **Técnico de Packaging Sostenible:** Encargado de crear empaques ecológicos y responsables, implementando principios de Diseño sostenible que minimicen el impacto ambiental e impulsen la economía circular.
2. **Consultor en Estrategias de Packaging para Marcas:** Profesional dedicado a desarrollar estrategias de Diseño de empaques para marcas, asegurando que cumplan con los requisitos de marketing, protección del producto y logística.
3. **Administrador de Proyectos de Innovación en Diseño de Packaging:** Lidera proyectos enfocados en la innovación del *Packaging*, buscando nuevas soluciones tecnológicas y materiales innovadores que mejoren la eficiencia del Diseño y la sostenibilidad.
4. **Asesor en Packaging para Empresas:** Consultor especializado en la optimización del Diseño de empaques para ámbitos como el comercio electrónico; garantizando que los productos sean funcionales, eficientes en logística y atractivos para los consumidores.



Comprenderás el papel del Packaging como elemento clave en la estrategia de marca, el posicionamiento comercial y la experiencia del consumidor”



06

Licencias de software incluidas

TECH es referencia en el mundo universitario por combinar la última tecnología con las metodologías docentes para potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Para ello, ha establecido una red de alianzas que le permite tener acceso a las herramientas de software más avanzadas del mundo profesional.



“

Al matricularte recibirás, de forma completamente gratuita, las credenciales de uso académico de las siguientes aplicaciones de software profesional”

TECH ha establecido una red de alianzas profesionales en la que se encuentran los principales proveedores de software aplicado a las diferentes áreas profesionales. Estas alianzas permiten a TECH tener acceso al uso de centenares de aplicaciones informáticas y licencias de software para acercarlas a sus estudiantes.

Las licencias de software para uso académico permitirán a los estudiantes utilizar las aplicaciones informáticas más avanzadas en su área profesional, de modo que podrán conocerlas y aprender su dominio sin tener que incurrir en costes. TECH se hará cargo del procedimiento de contratación para que los alumnos puedan utilizarlas de modo ilimitado durante el tiempo que estén estudiando el programa de Máster Título Propio en Diseño de Packaging, y además lo podrán hacer de forma completamente gratuita.

TECH te dará acceso gratuito al uso de las siguientes aplicaciones de software:



Sketch

Sketch es una solución de diseño profesional orientada a proyectos digitales modernos, ideal para crear interfaces, prototipos y sistemas visuales escalables. Su Licencia, valorada en **120 euros**, está incluida **sin cargo** durante este programa universitario, lo que brinda acceso completo a herramientas utilizadas por diseñadores en todo el mundo.

Esta plataforma agiliza la colaboración remota gracias a su integración en la nube, permitiendo edición simultánea, gestión centralizada de componentes y revisión visual en tiempo real. Su enfoque modular, además, facilita la construcción de flujos de diseño claros, consistentes y fácilmente adaptables a distintas resoluciones o dispositivos.

Funciones destacadas:

- ♦ **Edición vectorial avanzada:** creación de interfaces limpias y precisas
- ♦ **Componentes inteligentes:** reutilización efectiva en sistemas complejos
- ♦ **Prototipos navegables:** interacción sin necesidad de herramientas externas
- ♦ **Trabajo colaborativo en la nube:** edición simultánea y revisiones instantáneas
- ♦ **Plugins personalizables:** integración con otras soluciones del ecosistema digital

En conclusión, **Sketch** ofrece un entorno profesional y adaptable que mejora el desempeño creativo y técnico en proyectos de diseño de alta exigencia.



“

Gracias a TECH podrás utilizar gratuitamente las mejores aplicaciones de software de tu área profesional”

07

Metodología de estudio

TECH es la primera universidad en el mundo que combina la metodología de los **case studies** con el **Relearning**, un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración dirigida.

Esta disruptiva estrategia pedagógica ha sido concebida para ofrecer a los profesionales la oportunidad de actualizar conocimientos y desarrollar competencias de un modo intensivo y riguroso. Un modelo de aprendizaje que coloca al estudiante en el centro del proceso académico y le otorga todo el protagonismo, adaptándose a sus necesidades y dejando de lado las metodologías más convencionales.



“

TECH te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera”

El alumno: la prioridad de todos los programas de TECH

En la metodología de estudios de TECH el alumno es el protagonista absoluto. Las herramientas pedagógicas de cada programa han sido seleccionadas teniendo en cuenta las demandas de tiempo, disponibilidad y rigor académico que, a día de hoy, no solo exigen los estudiantes sino los puestos más competitivos del mercado.

Con el modelo educativo asincrónico de TECH, es el alumno quien elige el tiempo que destina al estudio, cómo decide establecer sus rutinas y todo ello desde la comodidad del dispositivo electrónico de su preferencia. El alumno no tendrá que asistir a clases en vivo, a las que muchas veces no podrá acudir. Las actividades de aprendizaje las realizará cuando le venga bien. Siempre podrá decidir cuándo y desde dónde estudiar.

“

*En TECH NO tendrás clases en directo
(a las que luego nunca puedes asistir)”*



Los planes de estudios más exhaustivos a nivel internacional

TECH se caracteriza por ofrecer los itinerarios académicos más completos del entorno universitario. Esta exhaustividad se logra a través de la creación de temarios que no solo abarcan los conocimientos esenciales, sino también las innovaciones más recientes en cada área.

Al estar en constante actualización, estos programas permiten que los estudiantes se mantengan al día con los cambios del mercado y adquieran las habilidades más valoradas por los empleadores. De esta manera, quienes finalizan sus estudios en TECH reciben una preparación integral que les proporciona una ventaja competitiva notable para avanzar en sus carreras.

Y además, podrán hacerlo desde cualquier dispositivo, pc, tableta o smartphone.

“

El modelo de TECH es asincrónico, de modo que te permite estudiar con tu pc, tableta o tu smartphone donde quieras, cuando quieras y durante el tiempo que quieras”

Case studies o Método del caso

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, su función era también presentarles situaciones complejas reales. Así, podían tomar decisiones y emitir juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Con este modelo de enseñanza es el propio alumno quien va construyendo su competencia profesional a través de estrategias como el *Learning by doing* o el *Design Thinking*, utilizadas por otras instituciones de renombre como Yale o Stanford.

Este método, orientado a la acción, será aplicado a lo largo de todo el itinerario académico que el alumno emprenda junto a TECH. De ese modo se enfrentará a múltiples situaciones reales y deberá integrar conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones. Todo ello con la premisa de responder al cuestionamiento de cómo actuaría al posicionarse frente a eventos específicos de complejidad en su labor cotidiana.



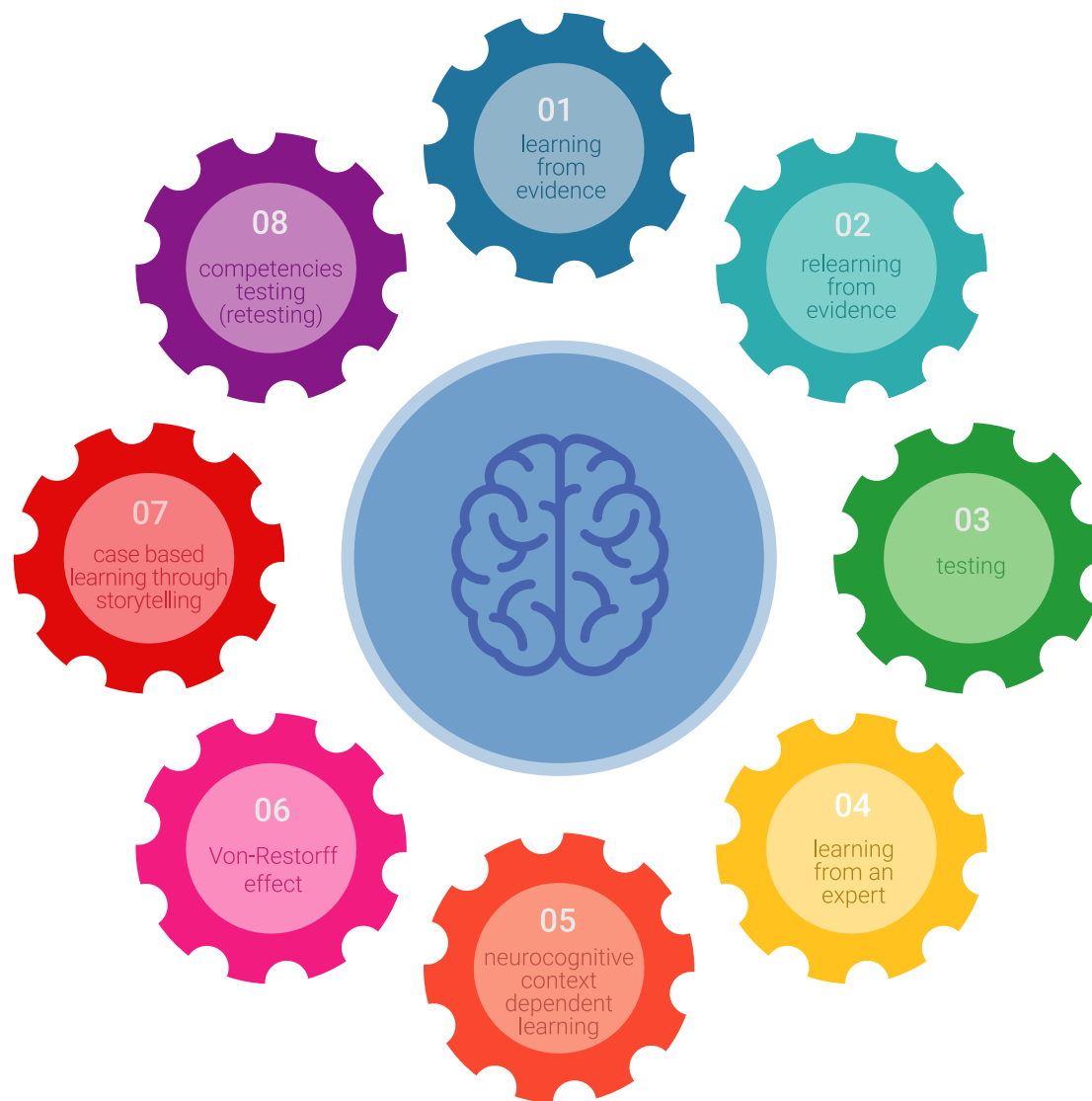
Método Relearning

En TECH los *case studies* son potenciados con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

Este método rompe con las técnicas tradicionales de enseñanza para poner al alumno en el centro de la ecuación, proveyéndole del mejor contenido en diferentes formatos. De esta forma, consigue repasar y reiterar los conceptos clave de cada materia y aprender a aplicarlos en un entorno real.

En esta misma línea, y de acuerdo a múltiples investigaciones científicas, la reiteración es la mejor manera de aprender. Por eso, TECH ofrece entre 8 y 16 repeticiones de cada concepto clave dentro de una misma lección, presentada de una manera diferente, con el objetivo de asegurar que el conocimiento sea completamente afianzado durante el proceso de estudio.

El Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización, desarrollando el espíritu crítico, la defensa de argumentos y el contraste de opiniones: una ecuación directa al éxito.



Un Campus Virtual 100% online con los mejores recursos didácticos

Para aplicar su metodología de forma eficaz, TECH se centra en proveer a los egresados de materiales didácticos en diferentes formatos: textos, vídeos interactivos, ilustraciones y mapas de conocimiento, entre otros. Todos ellos, diseñados por profesores cualificados que centran el trabajo en combinar casos reales con la resolución de situaciones complejas mediante simulación, el estudio de contextos aplicados a cada carrera profesional y el aprendizaje basado en la reiteración, a través de audios, presentaciones, animaciones, imágenes, etc.

Y es que las últimas evidencias científicas en el ámbito de las Neurociencias apuntan a la importancia de tener en cuenta el lugar y el contexto donde se accede a los contenidos antes de iniciar un nuevo aprendizaje. Poder ajustar esas variables de una manera personalizada favorece que las personas puedan recordar y almacenar en el hipocampo los conocimientos para retenerlos a largo plazo. Se trata de un modelo denominado *Neurocognitive context-dependent e-learning* que es aplicado de manera consciente en esta titulación universitaria.

Por otro lado, también en aras de favorecer al máximo el contacto mentor-alumno, se proporciona un amplio abanico de posibilidades de comunicación, tanto en tiempo real como en diferido (mensajería interna, foros de discusión, servicio de atención telefónica, email de contacto con secretaría técnica, chat y videoconferencia).

Asimismo, este completísimo Campus Virtual permitirá que el alumnado de TECH organice sus horarios de estudio de acuerdo con su disponibilidad personal o sus obligaciones laborales. De esa manera tendrá un control global de los contenidos académicos y sus herramientas didácticas, puestas en función de su acelerada actualización profesional.



La modalidad de estudios online de este programa te permitirá organizar tu tiempo y tu ritmo de aprendizaje, adaptándolo a tus horarios"

La eficacia del método se justifica con cuatro logros fundamentales:

1. Los alumnos que siguen este método no solo consiguen la asimilación de conceptos, sino un desarrollo de su capacidad mental, mediante ejercicios de evaluación de situaciones reales y aplicación de conocimientos.
2. El aprendizaje se concreta de una manera sólida en capacidades prácticas que permiten al alumno una mejor integración en el mundo real.
3. Se consigue una asimilación más sencilla y eficiente de las ideas y conceptos, gracias al planteamiento de situaciones que han surgido de la realidad.
4. La sensación de eficiencia del esfuerzo invertido se convierte en un estímulo muy importante para el alumnado, que se traduce en un interés mayor en los aprendizajes y un incremento del tiempo dedicado a trabajar en el curso.

La metodología universitaria mejor valorada por sus alumnos

Los resultados de este innovador modelo académico son constatables en los niveles de satisfacción global de los egresados de TECH.

La valoración de los estudiantes sobre la calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso y sus objetivos es excelente. No en valde, la institución se convirtió en la universidad mejor valorada por sus alumnos según el índice global score, obteniendo un 4,9 de 5.

Accede a los contenidos de estudio desde cualquier dispositivo con conexión a Internet (ordenador, tablet, smartphone) gracias a que TECH está al día de la vanguardia tecnológica y pedagógica.

Podrás aprender con las ventajas del acceso a entornos simulados de aprendizaje y el planteamiento de aprendizaje por observación, esto es, Learning from an expert.



Así, en este programa estarán disponibles los mejores materiales educativos, preparados a conciencia:



Material de estudio

Todos los contenidos didácticos son creados por los especialistas que van a impartir el curso, específicamente para él, de manera que el desarrollo didáctico sea realmente específico y concreto.

Estos contenidos son aplicados después al formato audiovisual que creará nuestra manera de trabajo online, con las técnicas más novedosas que nos permiten ofrecerte una gran calidad, en cada una de las piezas que pondremos a tu servicio.



Prácticas de habilidades y competencias

Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



Resúmenes interactivos

Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

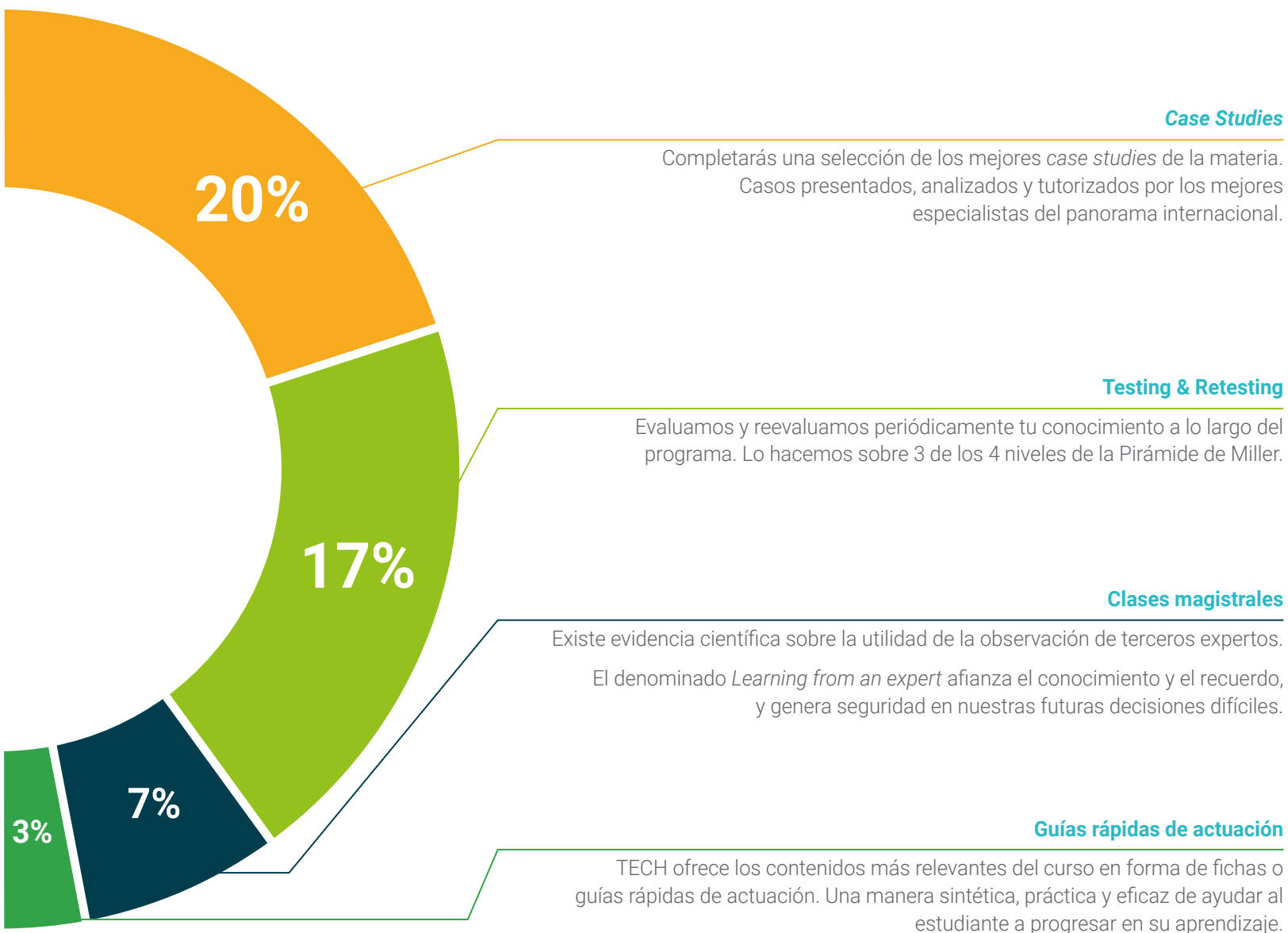
Este sistema exclusivo educativo para la presentación de contenidos multimedia fue premiado por Microsoft como "Caso de éxito en Europa".



Lecturas complementarias

Artículos recientes, documentos de consenso, guías internacionales... En nuestra biblioteca virtual tendrás acceso a todo lo que necesitas para completar tu capacitación.





Case Studies



Testing & Retesting



Clases magistrales



Guías rápidas de actuación



08

Cuadro docente

TECH ha seleccionado un equipo docente de alto nivel compuesto por profesionales altamente especializados en el campo del Diseño de Packing. De este modo, dichos expertos han confeccionado una variedad de contenidos didácticos que sobresalen tanto por su elevada calidad como por adaptarse a las exigencias del sector. Gracias a esto, los alumnos se adentrarán en una experiencia de alta intensidad que les permitirá optimizar significativamente su praxis diseñadora diaria. También, con esta titulación universitaria, incrementarán sus perspectivas laborales para asumir roles más estratégicos.



“

Estarás asesorado en todo momento por el equipo docente, conformado por auténticos expertos en Diseño de Packaging”

Directora Invitada Internacional

Laura Moffitt es una reconocida Diseñadora altamente especializada en **estrategias de empaques y desarrollo de marcas a nivel global**. Con una sólida experiencia en la dirección creativa en el **packaging innovador**, ha trabajado con equipos multifuncionales para dar vida a las marcas a través de una visión creativa y coherente. Su enfoque en las **tendencias de proyectos** y su pasión por la excelencia la han llevado a superar los límites de lo convencional, aportando a la industria una visión innovadora.

A lo largo de su carrera, ha ocupado roles clave en empresas de renombre, entre los que destaca la **Dirección de Diseño de Empaques en *Youth to the People*** en L'Oréal. De esta forma, se ha encargado de liderar la conceptualización y ejecución de diseños de empaques, colaborando con **equipos de Marketing**, desarrollo de productos y proveedores para garantizar una experiencia de **Branding** coherente a la par que eficiente.

Cabe destacar que ha sido reconocida a escala internacional por su capacidad para elevar la presencia de las instituciones con las que ha trabajado. En este sentido, su papel ha sido muy importante en el desarrollo de **estrategias de empaques globales** y en la proposición de **colecciones visualmente atractivas** que conectan con el **consumidor**. Además de su trayectoria en el sector, ha sido galardonada por su enfoque novedoso y ha impulsado numerosas iniciativas de mejora continua que han marcado hitos en la industria.

También, ha contribuido al desarrollo de investigaciones y análisis de **tendencias del mercado**, lo que le ha permitido mantenerse a la **vanguardia de la Industria del Diseño**. Ha desarrollado maquetas de alta fidelidad, **representaciones 3D de empaques** y artículos promocionales, y ha diseñado activos digitales. Su enfoque investigativo le ha permitido colaborar en el lanzamiento de nuevos productos que destacan por su funcionalidad y estética.



Dña. Moffitt, Laura

- Directora de Diseño de Packaging en L'Oréal, Los Ángeles, Estados Unidos
- Diseñador Senior (Juventud para el Pueblo) en L'Oréal
- Diseñadora de Packaging en L'Oréal
- Diseñadora de envases en Youth To The People
- Diseñadora visual senior Beats by Dr. Dre (Apple)
- Diseñadora Gráfico en FAM Brands
- Pasante de Diseño Gráfico en Dibujando de memoria
- Pasante de Marketing en Bonhams
- Especialista en Diseño Gráfico en Instituto Pratt
- Grado en Diseño de Comunicación, con especialidad en Diseño Gráfico por Pratt Institute



*Gracias a TECH podrás
aprender con los mejores
profesionales del mundo"*

Dirección



Dra. García Barriga, María

- Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- Comunicadora en RTVE
- Comunicadora en Telemadrid
- Editora en Jefe de Chroma Press
- Ejecutiva de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- Redactora de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- Doctora en Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- Licenciada en Ciencias de la Información, Comunicaciones, Marketing y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid
- Posgrado en Marketing y Comunicación en Empresas de Moda y Lujo por la Universidad Complutense de Madrid
- MBA *Fashion Business School* en la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Profesores

Dña. Sigüenza, Eva

- ♦ Consultora en Agencias de Comunicación y Relaciones Públicas en *Lifestyle*
- ♦ Coordinadora de Relaciones Públicas en Panerai
- ♦ Consultora de Marketing y Relaciones Públicas en OmnicomPRGroup
- ♦ Directora de Cuentas en Agencia TTPR
- ♦ Ejecutiva de cuentas en Ogilvy Public Relations Worldwide
- ♦ Especialista en Campañas para el sector del lujo y la alta relojería, con clientes como Panerai
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Europea de Madrid
- ♦ Máster en Marketing Digital y Comercio Electrónico por EAE Business School

Dña. Miñana Grau, Mari Carmen

- ♦ Diseñadora Textil en Petite Antoinette
- ♦ Diseñadora en la firma Donzis Estudios
- ♦ Diseñadora en SummonPress
- ♦ Patronista en Valentín Herraiz
- ♦ Graduada en Diseño de Moda por Barreira Arte y Diseño
- ♦ Experta en Diseño Digital con Adobe Illustrator
- ♦ Especialidad en Patronaje, Corte y Confección de Indumentaria Valenciana por Aitex Paterna

Dra. Gárgoles Saes, Paula

- ♦ Doctora, Investigadora y Consultora Especialista en Moda, Comunicación y Sostenibilidad
- ♦ Profesora Investigadora en la Escuela de Comunicación y Jefa de la Academia de Comunicación Corporativa en la Universidad Panamericana, Ciudad de México
- ♦ Consultora de Comunicación y Sostenibilidad en Ethical Fashion Space, Ciudad de México
- ♦ Periodista de Moda en la agencia Europa Press y en la revista digital Asmoda
- ♦ Especialista en Moda en el Fashion Institute of Technology de Nueva York y en el laboratorio de tendencias Future Concept Lab de Milán
- ♦ Título Propio en Comunicación y Gestión de la Moda del Departamento de Comunicación, Centro Universitario Villanueva e ISEM Fashion Business School
- ♦ Doctora *Cum Laude* en Creatividad Aplicada por la Universidad de Navarra, con la tesis *Modelo reputacional para el sector de la moda*
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid
- ♦ *Executive Fashion* MBA por ISEM Fashion Business School

D. Holgueras, Javier

- ♦ Planificador de Gestión de la Cadena de Suministro en Zalando
- ♦ Analista Comercial para Apple en su sede de Irlanda
- ♦ Gerente de Mercados para Kellogg's
- ♦ Planificador de Ingresos por Ventas y Desarrollo en Mondelēz International
- ♦ Administrador de Ejecución para Colgate-Palmolive
- ♦ Máster en *Big Data* y Análisis de Negocios por la Escuela de Organización Industrial de Madrid
- ♦ Máster en Ingeniería Industrial por la Universidad de Valladolid
- ♦ Grado en Economía por la Universidad Nacional de Educación a Distancia

Dra. Macías, Lola

- ◆ Consultora de Internacionalización de Empresas en *Thinking Out*
- ◆ Consultora de Internacionalización homologada en el Instituto Valenciano de Competitividad Empresarial
- ◆ Coordinadora del Observatorio de Mercado Textil en AITEX
- ◆ Profesora de Comercio Internacional y Marketing y Publicidad en la Universidad Europea de Valencia
- ◆ Profesora de Internacionalización y Gestión Estratégica Empresarial en la Universidad CEU Cardenal Herrera
- ◆ Doctora en Marketing por la Universidad de Valencia
- ◆ Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universidad de Valencia
- ◆ Máster en Gestión y Administración de la Empresa Comercial por la Universidad de París
- ◆ Máster Universitario en Formación del Profesorado de Secundaria, Bachillerato y Formación Profesional por la Universidad Católica de Valencia
- ◆ Máster en Moda, Gestión del Diseño y Operaciones por AITEX

Dña. Merinero Gómez, Esther

- ◆ Artista Profesional Independiente
- ◆ Directora de Arte de la Feria Internacional de Arco
- ◆ Dirección Artística en Proyectos como The Koppel Project Gallery y Costa del Sol
- ◆ Graduada en Bellas Artes, Chelsea College of Art and Design
- ◆ *Sculpture MA*, Royal College of Arts de Londres



Dña. Romero Monente, Begoña

- ♦ Directora General de la agencia Young Promotion
- ♦ Mentora personal y Coach para Emprendedores
- ♦ Conferenciante y Docente en diversos cursos de *Retail Management*, Marketing Digital y Gestión de Personas
- ♦ Coordinadora en la Airport Promotion Agencies Association
- ♦ Locutora, Redactora y Responsable de Comunicación en distintos medios *on/off*
- ♦ Licenciada en Periodismo por la Universidad de Málaga
- ♦ Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universitat Oberta de Catalunya
- ♦ Máster en Marketing por la Universitat Oberta de Catalunya
- ♦ MBA en ISEM Fashion Business School de la Universidad de Navarra
- ♦ Coach certificado en la Escuela Europea de Coaching

“

*Una experiencia de capacitación
única, clave y decisiva para
impulsar tu desarrollo profesional”*

09

Titulación

El Máster Título Propio en Diseño Sostenible de Producto garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Propio expedido por TECH Global University.



“

Supera con éxito este programa y recibe tu titulación universitaria sin desplazamientos ni farragosos trámites”

Este programa te permitirá obtener el título propio de **Máster en Diseño de Packaging** avalado por **TECH Global University**, la mayor Universidad digital del mundo.

TECH Global University, es una Universidad Oficial Europea reconocida públicamente por el Gobierno de Andorra ([boletín oficial](#)). Andorra forma parte del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) desde 2003. El EEES es una iniciativa promovida por la Unión Europea que tiene como objetivo organizar el marco formativo internacional y armonizar los sistemas de educación superior de los países miembros de este espacio. El proyecto promueve unos valores comunes, la implementación de herramientas conjuntas y fortaleciendo sus mecanismos de garantía de calidad para potenciar la colaboración y movilidad entre estudiantes, investigadores y académicos.

Este título propio de **TECH Global University**, es un programa europeo de formación continua y actualización profesional que garantiza la adquisición de las competencias en su área de conocimiento, confiriendo un alto valor curricular al estudiante que supere el programa.

TECH es miembro de **The Design Society**, una comunidad de profesionales y catedráticos enfocados en el desarrollo de la ciencia del diseño, la cuál brinda oportunidades de aprendizaje y desarrollo profesional continuo a todos sus miembros, enfocando sus beneficios a la comunidad en un ámbito didáctico, facilitando recursos tecnológicos, herramientas y enseñanza digital a través de foros, congresos, webinars y clases magistrales, recursos a los que el alumno podrá acceder durante su preparación profesional.

TECH es miembro de:



Título: **Máster Título Propio en Diseño de Packaging**

Modalidad: **online**

Duración: **12 meses**

Acreditación: **60 ECTS**

D/Dña _____, con documento de identificación _____, ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio en Diseño de Packaging

Se trata de un título propio de 1.800 horas de duración equivalente a 60 ECTS, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH Global University es una universidad reconocida oficialmente por el Gobierno de Andorra el 31 de enero de 2024, que pertenece al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En Andorra la Vella, a 28 de febrero de 2024

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector

codigo unico TECH: APW0R238 techinstitute.com/titulos

Máster Título Propio en Diseño de Packaging

Distribución General del Plan de Estudios		Distribución General del Plan de Estudios			
Tipo de materia	Créditos ECTS	Curso	Materia	ECTS	Carácter
Obligatoria (OB)	60	1º	Diseño e Ilustración con Adobe Illustrator	6	OB
Optativa (OP)	0	1º	Ilustración vectorial de Packaging en Adobe Illustrator	6	OB
Prácticas Externas (PE)	0	1º	Ecodiseño: Materiales para el Diseño de Packaging	6	OB
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0	1º	La estructura del Packaging	6	OB
	Total 60	1º	Packaging de joyería y cosmética	6	OB
		1º	Packaging gourmet y vinos	6	OB
		1º	Embalaje y Diseño en gran consumo	6	OB
		1º	Marketing & branding para Packaging	6	OB
		1º	Dirección creativa	6	OB
		1º	Desarrollo operativo del Packaging	6	OB

Dr. Pedro Navarro Illana
Rector



Máster Título Propio Diseño de Packaging

- » Modalidad: online
- » Duración: 12 meses
- » Titulación: TECH Global University
- » Acreditación: 60 ECTS
- » Horario: a tu ritmo
- » Exámenes: online

Máster Título Propio

Diseño de Packaging

Aval/Membresía

The background of the slide is a photograph of a design workspace. It shows a wooden desk with a laptop, a keyboard, and several color calibration charts. A hand is visible holding a pen, pointing at one of the charts. The image is partially obscured by a large teal diagonal shape on the left and bottom-left.

tech global
university