Máster Título Propio

Diseño de Producto

Aval/Membresía

the Design Society
a worldwide community

tech universidad

tech universidad

Máster Título Propio
Diseño de Producto

- Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/master/master-diseno-producto**

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. 30

06 Licencias de software incluidas — pág. 34

07 Metodología de estudio — pág. 38

08 Titulación — pág. 48

01

Presentación del programa

El Diseño de un Producto es la clave para su comercialización y funcionalidad. Sin un Diseño adecuado, su apariencia, usabilidad e incluso su elaboración pueden verse afectadas, provocando pérdidas y retrasos en la compañía productora. Por esa razón, el perfil del profesional especializado en este ámbito está cada vez más solicitado, y las grandes empresas industriales buscan expertos que puedan responder a los retos contemporáneos de la disciplina. Con este innovador programa universitario de TECH, el diseñador podrá conocer todos los avances en esta área, preparándose para cumplir con las expectativas del exigente mercado laboral actual. Y lo hará a partir de la mejor metodología de aprendizaje online que se adaptará a sus circunstancias personales.

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

En un tejido empresarial cada vez más competitivo, el Diseño de Producto se ha convertido en un factor estratégico clave para la diferenciación y el éxito de las marcas. Más allá de la estética, esta disciplina implica una combinación equilibrada de funcionalidad, ergonomía, sostenibilidad y experiencia del usuario. Por este motivo, es fundamental que los profesionales dispongan de un conocimiento holístico sobre la creación de soluciones innovadoras y centradas en las personas. Solamente así, los expertos serán capaces de concebir proyectos que no solo respondan a las necesidades funcionales del mercado, sino que generen valor emocional, fidelicen al usuario y se adapten a los desafíos tecnológicos contemporáneos.

Bajo esta premisa, TECH lanza un revolucionario Máster Título Propio en Diseño de Producto. El itinerario académico profundizará en cuestiones que abarcan desde las sus principales corrientes estéticas o funcionales hasta el análisis de los grandes referentes del sector. En sintonía con esto, el temario ahondará en el manejo de herramientas tecnológicas de última generación para la creación de experiencias de usuario accesibles, escalables y funcionales. Asimismo, los materiales didácticos analizarán los fundamentos de la creatividad incorporando criterios éticos, normativos e incluso sostenibles. Gracias a esto, los egresados obtendrán competencias avanzadas para liderar proyectos de Diseño de Producto con una visión altamente estratégica.

Por otro lado, TECH ofrece un flexible entorno académico online que brinda libertad al alumnado para establecer sus horarios. Tan solo necesitarán un dispositivo electrónico con conexión a internet para adentrarse al Campus Virtual. Además, la disruptiva metodología *Relearning* garantizará una asimilación de conceptos natural.

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 Producto** 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 Producto
- 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

Sumérgete en los fundamentos del Diseño contemporáneo a través del legado de la Bauhaus y su impacto en la estética funcional"

El sistema Relearning te permitirá aprender con menos esfuerzo y más rendimiento, implicándote más en tu especialización profesional como diseñador”

Profundizarás en la aplicación de criterios técnicos, ergonómicos y sostenibles en cada etapa del Diseño de Producto.

Adquirirás un enfoque estratégico y ético del Diseño como una disciplina proyectual que incide en el entorno social.

Incluye en su cuadro docente a profesionales pertenecientes al ámbito del Diseño de Producto, 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.

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 conforman este Máster Título Propio han sido elaborados por un grupo de expertos en Diseño de Producto Gracias a ello, el plan de estudios abarcará desde los fundamentos históricos y metodológicos del Diseño de bienes hasta su aplicación en proyectos reales de *packaging*. Al mismo tiempo, el temario ofrecerá las claves para el empleo de herramientas tecnológicas de última generación para mejorar la experiencia de los usuarios. También, los materiales didácticos proporcionarán al alumnado diversas estrategias de marketing para posicionar las iniciativas en el mercado, comunicar su valor diferencial y conectar emocionalmente con el público.

Ahondarás en las técnicas de marketing más innovadoras para conectar emocionalmente con diferentes públicos y posicionar los productos en el mercado a largo plazo"

Módulo 1. Fundamentos del Diseño

1.1. Historia del Diseño
- 1.1.1. La Revolución Industrial
- 1.1.2. Las etapas del Diseño
- 1.1.3. La arquitectura
- 1.1.4. La escuela de Chicago

1.2. Estilos y movimientos del Diseño
- 1.2.1. Diseño decorativo
- 1.2.2. Movimiento modernista
- 1.2.3. Art Decó
- 1.2.4. Diseño industrial
- 1.2.5. La Bauhaus
- 1.2.6. II Guerra Mundial
- 1.2.7. Transvanguardias
- 1.2.8. Diseño contemporáneo

1.3. Diseñadores y tendencias
- 1.3.1. Diseñadores de interior
- 1.3.2. Diseñadores gráficos
- 1.3.3. Diseñadores industriales o de Producto
- 1.3.4. Diseñadores de moda

1.4. Metodología proyectual de Diseño
- 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 Cháves

1.5. El lenguaje en Diseño
- 1.5.1. Los objetos y el sujeto
- 1.5.2. Semiótica de los objetos
- 1.5.3. La disposición objetual y su connotación
- 1.5.4. La Globalización de los signos
- 1.5.5. Propuesta

1.6. El Diseño y su dimensión estético-formal
- 1.6.1. Elementos visuales
  - 1.6.1.1. La forma
  - 1.6.1.2. La medida
  - 1.6.1.3. El color
  - 1.6.1.4. La textura
- 1.6.2. Elementos de relación
  - 1.6.2.1. Dirección
  - 1.6.2.2. Posición
  - 1.6.2.3. Espacio
  - 1.6.2.4. Gravedad
- 1.6.3. Elementos prácticos
  - 1.6.3.1. Representación
  - 1.6.3.2. Significado
  - 1.6.3.3. Función
- 1.6.4. Marco de referencia

1.7. Métodos analíticos del Diseño
- 1.7.1. El Diseño pragmático
- 1.7.2. Diseño analógico
- 1.7.3. Diseño icónico
- 1.7.4. Diseño canónico
- 1.7.5. Principales autores y su metodología

1.8. Diseño y semántica
- 1.8.1. La semántica
- 1.8.2. La significación
- 1.8.3. Significado denotativo y significado connotativo
- 1.8.4. El léxico
- 1.8.5. Campo léxico y familia léxica
- 1.8.6. Las relaciones semánticas
- 1.8.7. El cambio semántico
- 1.8.8. Causas de los cambios semánticos

1.9. Diseño y pragmática
- 1.9.1. Consecuencias prácticas, abducción y semiótica
- 1.9.2. Mediación, cuerpo y emociones
- 1.9.3. Aprendizaje, vivencia y cierre
- 1.9.4. Identidad, relaciones sociales y objetos

1.10. Contexto actual del Diseño
- 1.10.1. Problemas actuales del Diseño
- 1.10.2. Los temas actuales del Diseño
- 1.10.3. Aportes sobre metodología

Módulo 2. Fundamentos de la creatividad

2.1. Crear es pensar
- 2.1.1. El arte de pensar
- 2.1.2. Pensamiento creador y creatividad
- 2.1.3. Pensamiento y cerebro
- 2.1.4. Las líneas de investigación de la creatividad: sistematización

2.2. Naturaleza del proceso creativo
- 2.2.1. Naturaleza de la creatividad
- 2.2.2. La noción de creatividad: creación y creatividad
- 2.2.3. La creación de ideas al servicio de una comunicación persuasiva
- 2.2.4. Naturaleza del proceso creativo en publicidad

2.3. La invención
- 2.3.1. Evolución y análisis histórico del proceso de creación
- 2.3.2. Naturaleza del canon clásico de la invención
- 2.3.3. La visión clásica de la inspiración en el origen de las ideas
- 2.3.4. Invención, inspiración, persuasión

2.4. Retórica y comunicación persuasiva
- 2.4.1. Retórica y publicidad
- 2.4.2. Las partes retóricas de la comunicación persuasiva
- 2.4.3. Figuras retóricas.
- 2.4.4. Leyes y funciones retóricas del lenguaje publicitario

2.5. Comportamiento y personalidad creativa
- 2.5.1. La creatividad como característica personal, como Producto y como proceso
- 2.5.2. Comportamiento creativo y motivación
- 2.5.3. Percepción y pensamiento creador
- 2.5.4. Elementos de la creatividad

2.6. Aptitudes y capacidades creativas
- 2.6.1. Sistemas de pensamiento y modelos de inteligencia creativa
- 2.6.2. Modelo tridimensional de estructura del intelecto según Guilford
- 2.6.3. Interacción entre factores y capacidades del intelecto
- 2.6.4. Aptitudes para la creación
- 2.6.5. Capacidades creativas

2.7. Las fases del proceso creativo
- 2.7.1. La creatividad como proceso
- 2.7.2. Las fases del proceso creativo
- 2.7.3. Las fases del proceso creativo en publicidad

2.8. La solución de problemas
- 2.8.1. La creatividad y la solución de problemas
- 2.8.2. Bloqueos perceptivos y bloqueos emocionales
- 2.8.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

2.9. Los métodos del pensamiento creador
- 2.9.1. La lluvia de ideas como modelo de creación de ideas
- 2.9.2. Pensamiento vertical y pensamiento lateral
- 2.9.3. Metodología de la invención: programas y métodos creativos

2.10. Creatividad y comunicación publicitaria
- 2.10.1. El proceso de creación como Producto específico de la comunicación publicitaria
- 2.10.2. Naturaleza del proceso creativo en publicidad: creatividad y proceso de creación publicitaria
- 2.10.3. Principios metodológicos y efectos de la creación publicitaria
- 2.10.4. La creación publicitaria: del problema a la solución
- 2.10.5. Creatividad y comunicación persuasiva

Módulo 3. Tecnología digital

3.1. Introducción a la imagen digital
- 3.1.1. Las TIC
- 3.1.2. Descripción de las tecnologías
- 3.1.3. Comandos

3.2. Imagen vectorial. Trabajar con objetos
- 3.2.1. Herramientas de selección
- 3.2.2. Agrupamiento
- 3.2.3. Alinear y distribuir
- 3.2.4. Guías inteligentes
- 3.2.5. Símbolos
- 3.2.6. Transformar
- 3.2.7. Distorsión
- 3.2.8. Envolventes
- 3.2.9. Buscatrazos
- 3.2.10. Formas compuestas
- 3.2.11. Trazados compuestos
- 3.2.12. Cortar, dividir y separar

3.3. Imagen vectorial. Color
- 3.3.1. Modos de color
- 3.3.2. Herramienta cuentagotas
- 3.3.3. Muestras
- 3.3.4. Degradados
- 3.3.5. Relleno de motivo
- 3.3.6. Panel apariencia
- 3.3.7. Atributos

3.4. Imagen vectorial. Edición avanzada
- 3.4.1. Malla de degradado
- 3.4.2. Panel de transparencia
- 3.4.3. Modos de fusión
- 3.4.4. Calco interactivo
- 3.4.5. Máscaras de recorte
- 3.4.6. Texto

3.5. Imagen mapa de bits. Las capas
- 3.5.1. Creación
- 3.5.2. Enlace
- 3.5.3. Transformación
- 3.5.4. Agrupamiento
- 3.5.5. Capas de ajuste

3.6. Imagen mapa de bits. Selecciones, máscaras y canales
- 3.6.1. Herramienta selección marco
- 3.6.2. Herramienta selección lazo
- 3.6.3. Herramienta varita mágica
- 3.6.4. Menú selecciones. Gama de colores
- 3.6.5. Canales
- 3.6.6. Retoque de máscaras
- 3.6.7. Máscaras de recorte
- 3.6.8. Máscaras vectoriales

3.7. Imagen mapa de bits. Modos de fusión y estilo de capas
- 3.7.1. Estilos de capa
- 3.7.2. Opacidad
- 3.7.3. Opciones de estilos de capa
- 3.7.4. Modos de fusión
- 3.7.5. Ejemplos de modos de fusión

3.8. El proyecto editorial. Tipos y formas
- 3.8.1. El proyecto editorial
- 3.8.2. Tipologías del proyecto editorial
- 3.8.3. Creación y configuración del documento

3.9. Elementos compositivos del proyecto editorial
- 3.9.1. Páginas maestras
- 3.9.2. Reticulación
- 3.9.3. Integración y composición del texto
- 3.9.4. Integración de imágenes

3.10. Maquetación, exportación e impresión
- 3.10.1. Maquetación
  - 3.10.1.1. Selección y edición fotográfica
  - 3.10.1.2. Comprobación preliminar
  - 3.10.1.3. Empaquetar
- 3.10.2. Exportación
  - 3.10.2.1. Exportación para el medio digital
  - 3.10.2.2. Exportación para el medio físico
- 3.10.3. Impresión
  - 3.10.3.1. La imprenta tradicional
    - 3.10.3.1.1. Encuadernación
  - 3.10.3.2. La imprenta digital

Módulo 4. Fundamentos del marketing

4.1. Introducción a la mercadotecnia
- 4.1.1. Concepto de mercadotecnia
  - 4.1.1.1. Definición de mercadotecnia
  - 4.1.1.2. Evolución y actualidad de la mercadotecnia
- 4.1.2. Diferentes enfoques de la mercadotecnia

4.2. Mercadotecnia en la empresa: estratégica y operativa. El plan de mercadotecnia
- 4.2.1. La dirección comercial
- 4.2.2. Importancia de la dirección comercial
- 4.2.3. Diversidad de formas de dirección
- 4.2.4. La mercadotecnia estratégica
- 4.2.5. La estrategia comercial
- 4.2.6. Ámbitos de aplicación

4.2.7. La planificación comercial
4.2.8. El plan de mercadotecnia
4.2.9. Concepto y definiciones
4.2.10. Etapas del plan de mercadotecnia
4.2.11. Tipos de plan de mercadotecnia

4.3. El entorno empresarial y el mercado de las organizaciones
4.3.1. El entorno
4.3.2. Conceptos y límites del entorno
4.3.3. Macroentorno
4.3.4. Microentorno
4.3.5. El mercado
4.3.6. Conceptos y límites del mercado
4.3.7. Evolución de los mercados
4.3.8. Tipos de mercados
4.3.9. La importancia de la competencia

4.4. El comportamiento del consumidor
4.4.1. La importancia del comportamiento en la estrategia
4.4.2. Factores influyentes
4.4.3. Beneficios para la empresa
4.4.4. Beneficios para el consumidor
4.4.5. Enfoques del comportamiento del consumidor
4.4.6. Características y complejidad
4.4.7. Variables que interviene
4.4.8. Diferentes tipos de enfoques

4.5. Etapas en el proceso de compra del consumidor
4.5.1. Enfoque
4.5.2. Enfoque según diferentes autores
4.5.3. La evolución del proceso en la historia
4.5.4. Etapas
4.5.5. Reconocimiento del problema
4.5.6. Búsqueda de información
4.5.7. Evaluación de alternativas
4.5.8. Decisión de compra
4.5.9. Postcompra
4.5.10. Modelos en la toma de decisiones
4.5.11. Modelo económico
4.5.12. Modelo psicológico
4.5.13. Modelos de comportamientos mixtos
4.5.14. La segmentación del mercado en la estrategia de las organizaciones
4.5.15. La segmentación del mercado
4.5.16. Concepto
4.5.17. Tipos de segmentación
4.5.18. La influencia de la segmentación en las estrategias
4.5.19. Importancia de la segmentación en la empresa
4.5.20. Planificación de estrategias en base a la segmentación

4.6. Los criterios de segmentación de mercados de consumo e industriales

4.7. Procedimiento para la segmentación
4.7.1. Delimitación del segmento
4.7.2. Identificación de perfiles
4.7.3. Evaluación del procedimiento

4.8. Criterios para la segmentación
4.8.1. Características geográficas
4.8.2. Características sociales y económicas
4.8.3. Otros criterios
4.8.4. Respuesta del consumidor a la segmentación

4.9. Mercado de la oferta-demanda. Evaluación de la segmentación
4.9.1. Análisis de oferta
4.9.1.1. Clasificaciones de la oferta
4.9.1.2. Determinación de la oferta
4.9.1.3. Factores que afectan a la oferta
4.9.2. Análisis de la demanda
4.9.2.1. Clasificaciones de la demanda
4.9.2.2. Áreas de mercado
4.9.2.3. Estimación de la demanda
4.9.3. Evaluación de la segmentación
4.9.3.1. Sistemas de evaluación
4.9.3.2. Métodos de seguimiento
4.9.3.3. Retroalimentación

4.10. La mercadotecnia mix
- 4.10.1. Definición de mercadotecnia mix
  - 4.10.1.1. Concepto y definición
  - 4.10.1.2. Historia y evolución
- 4.10.2. Elementos de mercadotecnia mix
  - 4.10.2.1. Producto
  - 4.10.2.2. Precio
  - 4.10.2.3. Distribución
  - 4.10.2.4. Promoción
- 4.10.3. Las nuevas 4p de mercadotecnia
  - 4.10.3.1. Personalización
  - 4.10.3.2. Participación
  - 4.10.3.3. *Peer to peer*
  - 4.10.3.4. Predicciones modeladas
- 4.10.4. Estrategias de gestión actual de la cartera de productos. Crecimiento y estrategias competitivas de mercadotecnia
- 4.10.5. Estrategias de cartera
  - 4.10.5.1. La matriz BCG
  - 4.10.5.2. La matriz de Ansoff
  - 4.10.5.3. La matriz de posición competitiva
- 4.10.6. Estrategias
  - 4.10.6.1. Estrategia de segmentación
  - 4.10.6.2. Estrategia de posicionamiento
  - 4.10.6.3. Estrategia de fidelización
  - 4.10.6.4. Estrategia funcional

Módulo 5. Imagen corporativa

5.1. La importancia de la imagen en las empresas
- 5.1.1. ¿Qué es la imagen corporativa?
- 5.1.2. Diferencias entre identidad e imagen corporativa
- 5.1.3. ¿Dónde se puede manifestar la imagen corporativa?
- 5.1.4. Situaciones de cambio de la imagen corporativas ¿Por qué conseguir una buena imagen corporativa?

5.2. Las técnicas de investigación en imagen corporativa
- 5.2.1. Introducción
- 5.2.2. El estudio de la imagen de la empresa
- 5.2.3. Técnicas de investigación de la imagen corporativa
- 5.2.4. Las técnicas cualitativas de estudio de la imagen
- 5.2.5. Tipos de técnicas cuantitativas

5.3. Auditoría y estrategia de imagen
- 5.3.1. Qué es la auditoría de imagen
- 5.3.2. Pautas
- 5.3.3. Metodología de la auditoría
- 5.3.4. Planificación estratégica

5.4. Cultura corporativa
- 5.4.1. ¿Qué es la cultura corporativa?
- 5.4.2. Factores que intervienen en la cultura corporativa
- 5.4.3. Funciones de la cultura corporativa
- 5.4.4. Tipos de cultura corporativa

5.5. Responsabilidad social corporativa y reputación corporativa
- 5.5.1. RSC: concepto y aplicación de la empresa
- 5.5.2. Directrices para integrar la RSC en las empresas
- 5.5.3. La comunicación de la RSC
- 5.5.4. Reputación corporativa

5.6. La identidad visual corporativa y el nombramiento (*naming*)
- 5.6.1. Estrategias de identidad visual corporativa
- 5.6.2. Elementos básicos
- 5.6.3. Principios básicos
- 5.6.4. Elaboración del manual
- 5.6.5. El nombramiento

5.7. Imagen y posicionamiento de marcas
- 5.7.1. Los orígenes de las marcas
- 5.7.2. ¿Qué es una marca?
- 5.7.3. La necesidad de construir una marca
- 5.7.4. Imagen y posicionamiento de las marcas
- 5.7.5. El valor de las marcas

5.8. Gestión de la imagen a través de la comunicación de crisis
- 5.8.1. Plan estratégico de comunicación
- 5.8.2. Cuando todo sale mal: comunicación de crisis
- 5.8.3. Casos

5.9. La influencia de las promociones en la imagen corporativa
- 5.9.1. El nuevo panorama del sector publicitario
- 5.9.2. La mercadotecnia promocional
- 5.9.3. Características
- 5.9.4. Peligros
- 5.9.5. Tipos y técnicas promocionales

5.10. La distribución y la imagen del punto de venta
- 5.10.1. Los principales protagonistas de la distribución comercial
- 5.10.2. La imagen de las empresas de distribución comercial a través del posicionamiento
- 5.10.3. A través de su nombre y logotipo

Módulo 6. Diseño para la fabricación

6.1. Diseño para la fabricación y ensamblaje

6.2. Conformación por moldeo
- 6.2.1. Fundición
- 6.2.2. Inyección

6.3. Conformación por deformación
- 6.3.1. Deformación plástica
- 6.3.2. Estampado
- 6.3.3. Forja
- 6.3.4. Extrusión

6.4. Conformación por pérdida de material
- 6.4.1. Por abrasión
- 6.4.2. Por arranque de viruta

6.5. Tratamientos térmicos
- 6.5.1. Templado
- 6.5.2. Revenido
- 6.5.3. Recocido
- 6.5.4. Normalizado
- 6.5.5. Tratamientos termoquímicos

6.6. Aplicación de pinturas y recubrimientos
- 6.6.1. Tratamientos electroquímicos
- 6.6.2. Tratamientos electrolíticos
- 6.6.3. Pinturas, lacas y barnices

6.7. Conformado de polímeros y de materiales cerámicos

6.8. Fabricación de piezas de materiales compuestos

6.9. Fabricación aditiva
- 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. Ingeniería robusta
- 6.10.1. Método Taguchi
- 6.10.2. Diseño de experimentos
- 6.10.3. Control estadístico de procesos

Módulo 7. Materiales

7.1. Propiedades de los materiales
- 7.1.1. Propiedades mecánicas
- 7.1.2. Propiedades eléctricas
- 7.1.3. Propiedades ópticas
- 7.1.4. Propiedades magnéticas

7.2. Materiales metálicos I. Férricos

7.3. Materiales metálicos II. No férricos

7.4. Materiales poliméricos
- 7.4.1. Termoplásticos
- 7.4.2. Plásticos termoestables

7.5. Materiales cerámicos

7.6. Materiales compuestos

7.7. Biomateriales

7.8. Nanomateriales

7.9. Corrosión y degradación de materiales
- 7.9.1. Tipos de corrosión
- 7.9.2. Oxidación de metales
- 7.9.3. Control de la corrosión

7.10. Ensayos no destructivos
- 7.10.1. Inspecciones visuales y endoscopias
- 7.10.2. Ultrasonidos
- 7.10.3. Radiografías
- 7.10.4. Corrientes parásitas de Foucolt (Eddy)
- 7.10.5. Partículas magnéticas
- 7.10.6. Líquidos penetrantes
- 7.10.7. Termografía infrarroja

Módulo 8. Diseño sostenible

8.1. Estado ambiental
- 8.1.1. Contexto ambiental
- 8.1.2. Percepción ambiental
- 8.1.3. Consumo y consumismo

8.2. Producción sostenible
- 8.2.1. Huella ecológica
- 8.2.2. Biocapacidad
- 8.2.3. Déficit ecológico

8.3. Sustentabilidad e innovación
- 8.3.1. Procesos productivos
- 8.3.2. Gestión de los procesos
- 8.3.3. Puesta en marcha de la producción
- 8.3.4. Productividad mediante el Diseño

8.4. Introducción. Ecodiseño
- 8.4.1. Desarrollo sostenible
- 8.4.2. Ecología industrial
- 8.4.3. Ecoeficiencia
- 8.4.4. Introducción al concepto de ecodiseño

8.5. Metodologías del ecodiseño
- 8.5.1. Propuestas metodológicas para la implementación del ecodiseño
- 8.5.2. Preparación del proyecto (fuerzas motrices, legislación)
- 8.5.3. Aspectos ambientales

8.6. Análisis del ciclo de vida (ACV)
- 8.6.1. Unidad funcional
- 8.6.2. Inventariado
- 8.6.3. Relación de impactos
- 8.6.4. Generación de conclusiones y estrategia

8.7. Ideas de mejora (estrategias de ecodiseño)
- 8.7.1. Reducir impacto
- 8.7.2. Aumentar unidad funcional
- 8.7.3. Impacto positivo

8.8. Economía circular
- 8.8.1. Definición
- 8.8.2. Evolución
- 8.8.3. Casos de éxito

8.9. *Cradle to cradle*
- 8.9.1. Definición
- 8.9.2. Evolución
- 8.9.3. Casos de éxito

8.10. Normativa medioambiental
- 8.10.1. ¿Por qué necesitamos una normativa?
- 8.10.2. ¿Quién hace las normativas?
- 8.10.3. Marco ambiental de la Unión Europea
- 8.10.4. La normativa en el proceso de desarrollo

Módulo 9. Materiales para el Diseño

9.1. El material como inspiración
- 9.1.1. Búsqueda de materiales
- 9.1.2. Clasificación
- 9.1.3. El material y su contexto

9.2. Materiales para el Diseño
- 9.2.1. Usos comunes
- 9.2.2. Contraindicaciones
- 9.2.3. Combinación de materiales

9.3. Arte + innovación
- 9.3.1. Materiales en el arte
- 9.3.2. Nuevos materiales
- 9.3.3. Materiales compuestos

9.4. Física
- 9.4.1. Conceptos básicos
- 9.4.2. Composición de los materiales
- 9.4.3. Ensayos mecánicos

9.5. Tecnología
- 9.5.1. Materiales inteligentes
- 9.5.2. Materiales dinámicos
- 9.5.3. El futuro en los materiales

9.6. Sostenibilidad
- 9.6.1. Obtención
- 9.6.2. Uso
- 9.6.3. Gestión final

9.7. Biomimetismo
- 9.7.1. Reflexión
- 9.7.2. Transparencia
- 9.7.3. Otras técnicas

9.8. Innovación
- 9.8.1. Casos de éxito
- 9.8.2. Investigación en materiales
- 9.8.3. Fuentes de investigación

9.9. Prevención de riesgos
- 9.9.1. Factor de seguridad
- 9.9.2. Fuego
- 9.9.3. Rotura
- 9.9.4. Otros riesgos

9.10. Normativa y legislación
- 9.10.1. Normativas según aplicación
- 9.10.2. Normativa según sector
- 9.10.3. Normativa según ubicación

Módulo 10. Diseño de *packaging*

10.1. Introducción al *packaging*
- 10.1.1. Perspectiva histórica
- 10.1.2. Características funcionales
- 10.1.3. Descripción del sistema-Producto y del ciclo de vida

10.2. Investigación en el *packaging*
- 10.2.1. Fuentes de información
- 10.2.2. Trabajo de campo
- 10.2.3. Comparativas y estrategias

10.3. *Packaging* estructural
- 10.3.1. Análisis de las necesidades específicas
- 10.3.2. Forma, color, olor, volumen y texturas
- 10.3.3. Ergonomía del envase

10.4. Marketing del *packaging*
- 10.4.1. Relación del pack con la marca y el Producto
- 10.4.2. Aplicación de imagen de marca
- 10.4.3. Ejemplos

10.5. Comunicación en el *packaging*
- 10.5.1. Relación del *pack* con el Producto, el cliente y el usuario
- 10.5.2. Diseño de sentidos
- 10.5.3. Diseño de experiencia

10.6. Materiales y procesos de producción
- 10.6.1. Vidrio
- 10.6.2. Papel y cartón
- 10.6.3. Metal
- 10.6.4. Plásticos
- 10.6.5. Materiales compuestos de materiales naturales

10.7. Sostenibilidad aplicada al *packaging*
- 10.7.1. Estrategias de ecodiseño
- 10.7.2. Análisis del ciclo de vida
- 10.7.3. El pack como residuo

10.8. Legislación
- 10.8.1. Normativa específica: identificación y codificación
- 10.8.2. Normativa de plásticos
- 10.8.3. Tendencias en la normativa

10.9. Innovación en *packaging*
- 10.9.1. Diferenciación con el *Packaging*
- 10.9.2. Últimas tendencias
- 10.9.3. *Design for all*

10.10. Proyectos de *packaging*
- 1.10.1. Casos de estudio
- 1.10.2. Estrategia de *packaging*
- 1.10.3. Ejercicio práctico

Realizarás investigaciones de usuario y análisis de mercado exhaustivos, para garantizar que los productos diseñados respondan a las necesidades reales de los consumidores"

04

Objetivos docentes

Este programa de TECH está diseñado para proporcionar al profesional las herramientas más innovadoras para liderar iniciativas de productos vanguardistas. A este respecto, los alumnos desarrollarán competencias avanzadas para manejar con precisión herramientas tecnológicas de última generación enfocadas en la experiencia del usuario. De este modo, los expertos serán capaces de concebir, desarrollar y optimizar proyectos que respondan a las necesidades reales del usuario. Además, durante todo este proceso aplicarán criterios de usabilidad, accesibilidad y sostenibilidad.

Dominarás los fundamentos históricos, estéticos y metodológicos del Diseño de Producto para brindar soluciones de primera calidad”

Objetivos generales

- Proporcionar una base sólida sobre los fundamentos históricos, estéticos, semióticos y proyectuales del Diseño de Producto
- Capacitar en el uso avanzado de herramientas tecnológicas aplicadas al modelado, prototipado, visualización e incluso documentación técnica de productos
- Ahondar en la aplicación de metodologías de Diseño centrado en el usuario, promoviendo la accesibilidad como pilares en la creación de experiencias digitales significativas
- Desarrollar competencias para liderar proyectos de Diseño en entornos multidisciplinares
- Impulsar la innovación y la sostenibilidad como ejes fundamentales del proceso creativo, impulsando el uso de materiales responsables
- Facilitar el desarrollo de un portafolio profesional sólido, que refleje la capacidad para resolver retos complejos de diseño y comunicar eficazmente propuestas

Las lecturas especializadas te permitirán extender aún más la rigurosa información facilitada en esta opción académica"

Objetivos específicos

Módulo 1. Fundamentos del Diseño

- Comprender la evolución histórica del Diseño de Producto, así como sus principales corrientes estéticas y funcionales
- Reconocer el papel de los grandes referentes del Diseño en la configuración de prácticas actuales
- Analizar las metodologías proyectuales clásicas y contemporáneas aplicadas al Diseño industrial

Módulo 2. Fundamentos de la creatividad

- Identificar los procesos cognitivos y emocionales implicados en la generación de ideas innovadoras
- Aplicar técnicas creativas como el pensamiento lateral y la lluvia de ideas al desarrollo de productos
- Fomentar la creatividad como competencia transversal en la resolución de problemas de Diseño

Módulo 3. Tecnología digital

- Dominar herramientas digitales modernas de modelado y edición de imagen aplicadas al Diseño de Producto
- Concebir proyectos editoriales y visuales mediante *software* especializado de Diseño
- Integrar recursos tecnológicos en el proceso de prototipado y documentación del Producto

Módulo 4. Fundamentos del marketing

- Ahondar en el papel del marketing estratégico en el posicionamiento de bienes
- Profundizar en el comportamiento del consumidor como base para el Diseño orientado al mercado
- Manejar los principios del marketing mix en la planificación y comunicación de propuestas de Diseño

Módulo 5. Imagen corporativa

- Entender la relación entre Diseño de Producto, identidad visual e imagen de marca
- Crear estrategias de construcción y mantenimiento de imagen corporativa sofisticadas
- Aplicar conceptos de cultura, reputación y responsabilidad social en proyectos de Diseño

Módulo 6. Diseño para la fabricación

- Abordar los principales procesos industriales de fabricación y ensamblaje aplicables al Diseño de Producto
- Integrar criterios técnicos, funcionales y productivos desde la fase conceptual del proyecto
- Optimizar diseños para su fabricación eficiente, rentable y sostenible

Módulo 7. Materiales

- Analizar las propiedades mecánicas, térmicas y funcionales de los materiales empleados en el Diseño de Producto
- Seleccionar materiales adecuados según requerimientos técnicos, estéticos y de sostenibilidad
- Evaluar el comportamiento de los materiales en condiciones de uso, fabricación y degradación

Módulo 8. Diseño sostenible

- Aplicar principios de ecodiseño en cada fase del ciclo de vida del Producto
- Utilizar criterios de economía circular en la toma de decisiones proyectuales
- Medir el impacto ambiental de productos mediante metodologías como el análisis de ciclo de vida

Módulo 9. Materiales para el Diseño

- Explorar nuevas posibilidades expresivas, tecnológicas y funcionales a partir del estudio avanzado de materiales
- Investigar el vínculo entre materialidad, innovación y valor agregado en el Diseño de Producto

Módulo 10. Diseño de *packaging*

- Diseñar soluciones de *packaging* que integren estética, funcionalidad, ergonomía y sostenibilidad
- Usar estrategias de marketing y comunicación visual en el desarrollo de envases
- Ahondar en procesos de producción, normativas y tendencias en el Diseño estructural

05

Salidas profesionales

Este completísimo programa universitario de TECH representa una oportunidad única para todos los profesionales que deseen adquirir competencias de vanguardia en el ámbito del Diseño de Producto. De este modo, el egresado podrá dominar herramientas innovadoras para optimizar cada fase del proceso de diseño, desde la conceptualización hasta la fabricación y la puesta en el mercado. Asimismo, integrará criterios estéticos, funcionales, tecnológicos y sostenibles. Esto les permitirá generar propuestas alineadas con las necesidades del usuario y las exigencias de la industria contemporánea. Gracias a esto, los alumnos ampliarán significativamente sus horizontes profesionales.

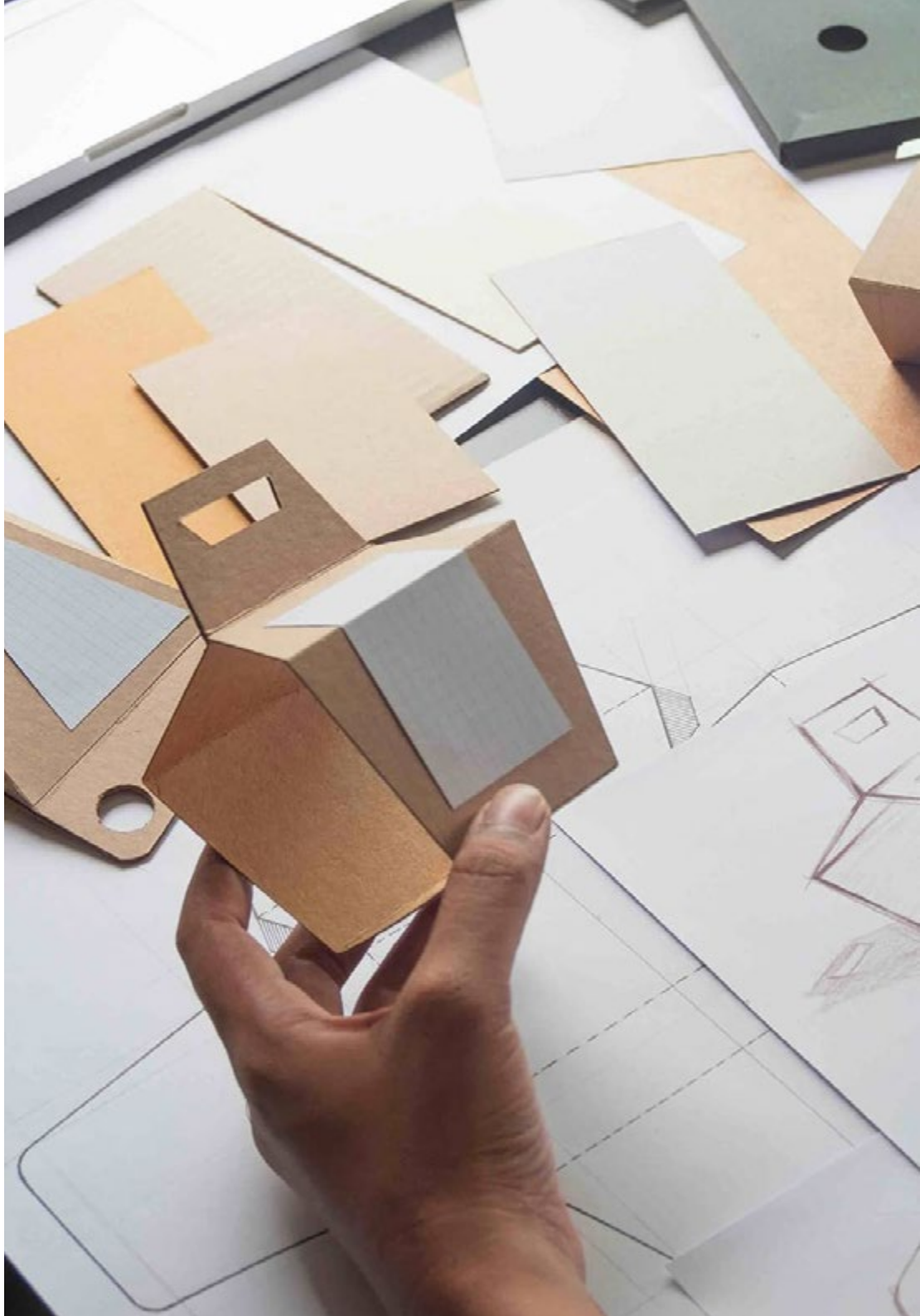
¿Buscas dominar las herramientas tecnológicas más modernas para el modelado de productos digitales? Esta titulación te otorgará las claves para lograrlo en solo meses”

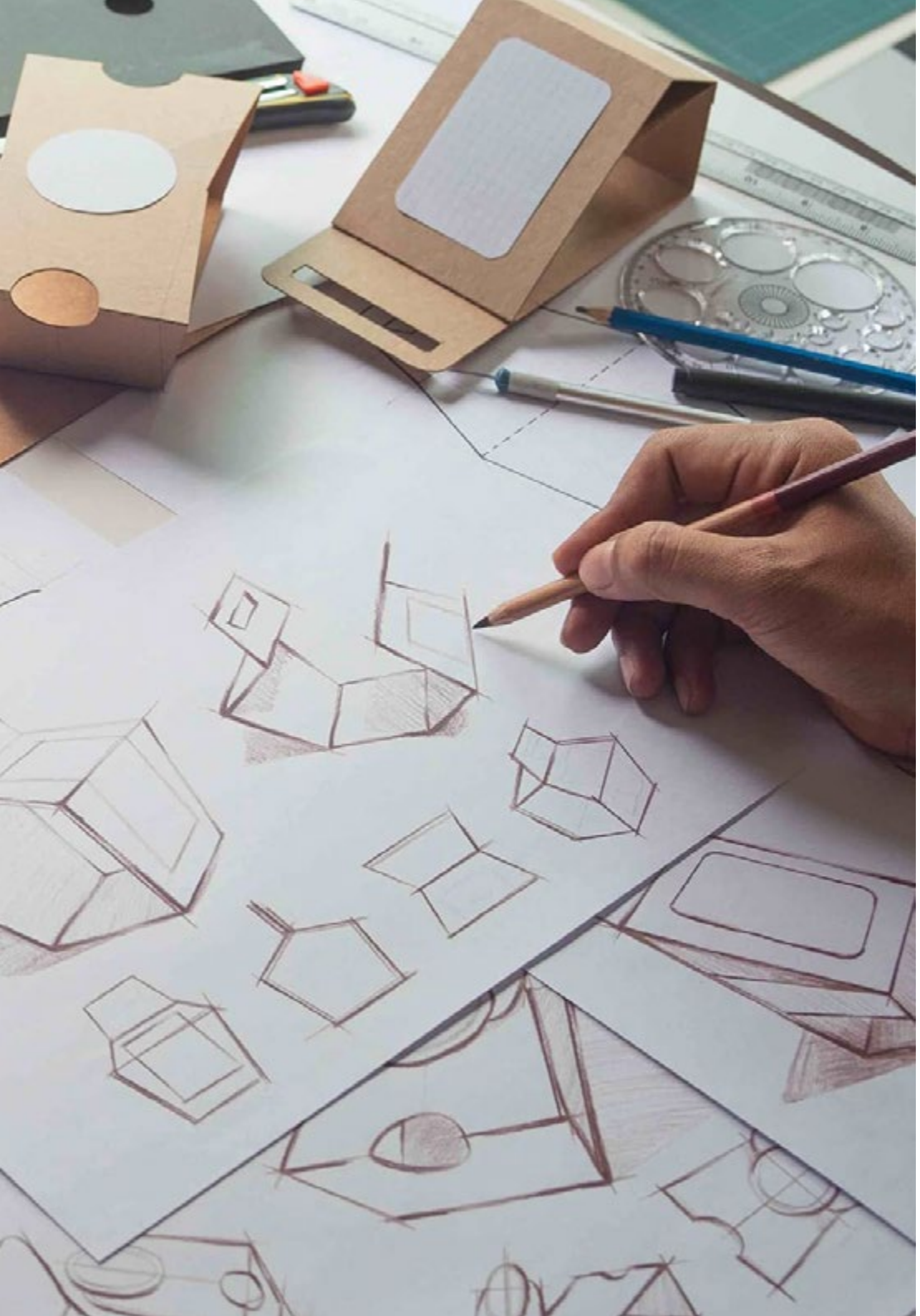
Perfil del egresado

El egresado de este Máster Título Propio será un profesional capacitado para abordar integralmente proyectos de Diseño de Producto, desde la fase conceptual hasta su fabricación y comercialización. Gracias a los conocimientos adquiridos, podrá seleccionar los materiales más idóneos, aplicar principios de sostenibilidad e incluso gestionar la imagen de las empresas. En esta línea, estará preparado para integrar el Diseño como un valor estratégico dentro de las organizaciones e integrarse a equipos multidisciplinares exitosamente. Así pues, aportará soluciones en aspectos como la fabricación de envases o procesos para mejorar la experiencia del usuario y reforzar la identidad visual de las marcas.

> *Integrarás el Diseño como un valor estratégico en las organizaciones, favoreciendo la diferenciación, innovación y sostenibilidad.*

- **Dominio de Herramientas Digitales Avanzadas:** Manejo experto de *software* de Diseño vectorial, editorial y prototipado para desarrollar propuestas creativas listas para producción
- **Estrategia y Sostenibilidad:** Capacidad para integrar procesos sostenibles en las fases de Diseño y producción, respetando normativas medioambientales
- **Visión de Producto 360°:** Competencia para diseñar productos coherentes desde el concepto hasta su identidad visual, *packaging* y posicionamiento
- **Toma de Decisiones Estratégicas en Materiales:** Destreza que permite hacer una óptima selección de materiales y procesos productivos en función de las necesidades del proyecto





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

1. **Asesor en Diseño Sostenible:** Se enfoca en la implementación de criterios ecológicos y responsables tanto en procesos creativos como productivos.
2. **Consultor en Identidad Visual y *Branding* de Producto:** Especializado en el Diseño estratégico de marcas y productos para maximizar su impacto en el mercado a largo plazo.
3. **Administrador de Proyectos de Diseño corporativo:** Gestiona iniciativas que integran el Diseño de Producto, la comunicación visual y la experiencia de usuario para asegurar la coherencia de marca.
4. **Técnico en Selección de Materiales y Procesos de Fabricación:** Brinda asesoría a las compañías en aspectos como la elección de materias primas, el prototipado o la producción en serie.

Trabajarás de forma efectiva en entornos multidisciplinares, integrando metodologías ágiles y pensamiento proyectual orientado al usuario"

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 Producto, y además lo podrán hacer de forma completamente gratuita.

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

Altair Inspire™

Inspire

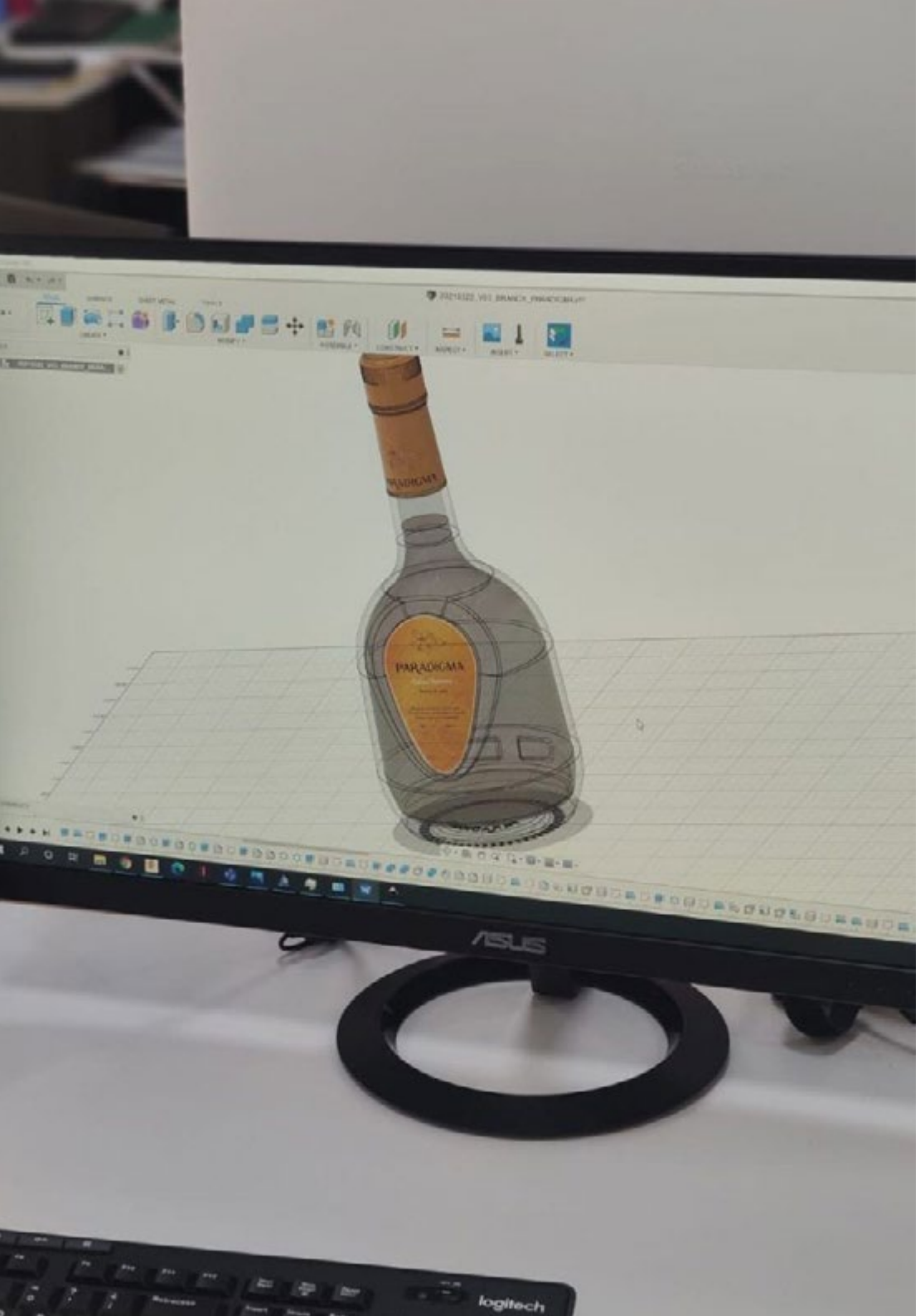
Acceder sin coste a tecnología avanzada de simulación representa una ventaja clave en procesos de desarrollo complejos. **Inspire**, disponible **gratuitamente** durante el programa universitario, es una herramienta esencial para mejorar la eficiencia y viabilidad de los diseños desde etapas iniciales. Todo ello, contribuirá a la obtención de productos con mayor calidad y rendimiento.

Diseñado para facilitar la toma de decisiones técnicas complejas, Inspire ofrece un entorno visual intuitivo y dinámico que potenciará la exploración continua y detallada de ideas innovadoras. Asimismo, su interfaz fluida y amigable permitirá a los usuarios analizar múltiples configuraciones simultáneamente, validar comportamientos mecánicos bajo distintas condiciones y ajustar estructuras con alta precisión.

Funciones destacadas:

- **Optimización estructural:** reduce masa sin comprometer el rendimiento del diseño
- **Simulación en tiempo real:** permite validar conceptos en las primeras fases
- **Exploración de variantes:** analiza múltiples configuraciones sin rehacer modelos
- **Integración con Altair:** conexión fluida con otras herramientas del ecosistema
- **Edición interactiva:** interfaz intuitiva para ajustar y refinar modelos visualmente

En definitiva, TECH potenciará el acceso a herramientas avanzadas de ingeniería, mejorando la calidad y eficiencia en diseño, simulación y desarrollo de productos **sin ningún coste adicional**.



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.

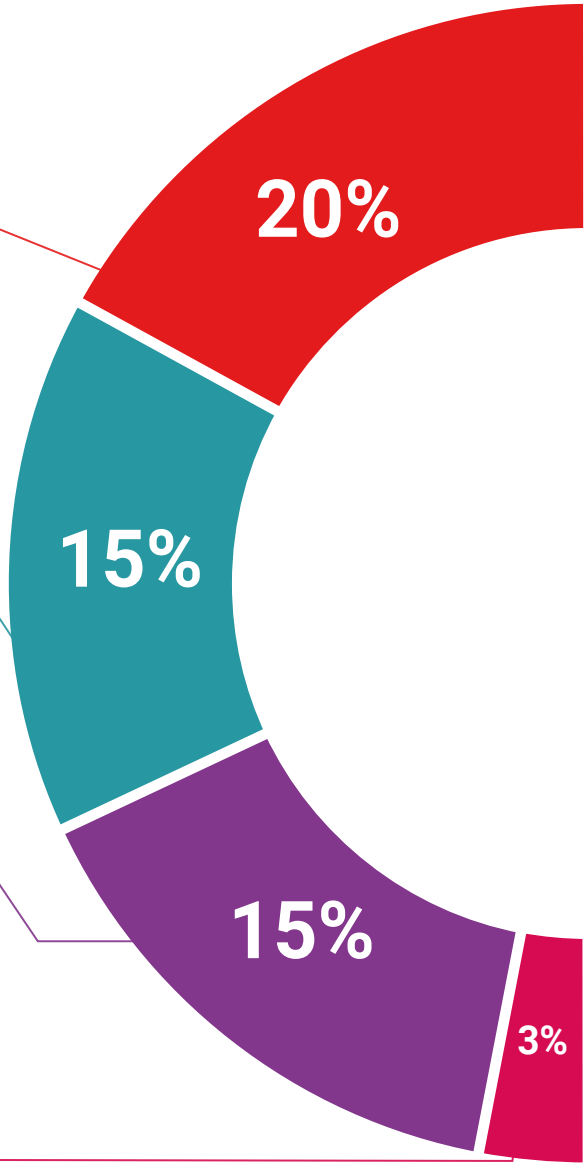
Resúmenes interactivos

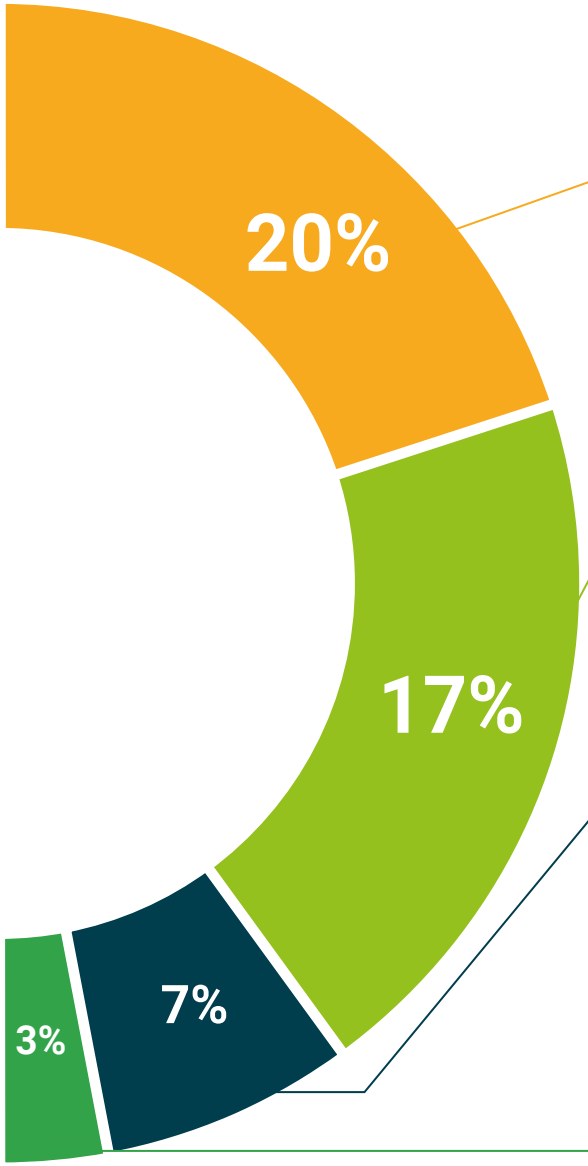
Presentamos los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audio, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Completarás una selección de los mejores *case studies* de la materia. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Testing & Retesting

Evaluamos y reevaluamos periódicamente tu conocimiento a lo largo del programa. Lo hacemos sobre 3 de los 4 niveles de la Pirámide de Miller.

Clases magistrales

Existe evidencia científica sobre la utilidad de la observación de terceros expertos.

El denominado *Learning from an expert* afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en nuestras futuras decisiones difíciles.

Guías rápidas de actuación

TECH ofrece los contenidos más relevantes del curso en forma de fichas o guías rápidas de actuación. Una manera sintética, práctica y eficaz de ayudar al estudiante a progresar en su aprendizaje.

08
Titulación

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

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

Este **Máster Título Propio en Diseño de Producto** contiene el programa universitario más completo y actualizado del mercado.

Tras la superación de la evaluación, el alumno recibirá por correo postal* con acuse de recibo su correspondiente título de **Máster Propio** emitido por **TECH Universidad.**

Este título expedido por **TECH Universidad** expresará la calificación que haya obtenido en el Máster Propio, y reunirá los requisitos comúnmente exigidos por las bolsas de trabajo, oposiciones y comités evaluadores de carreras profesionales.

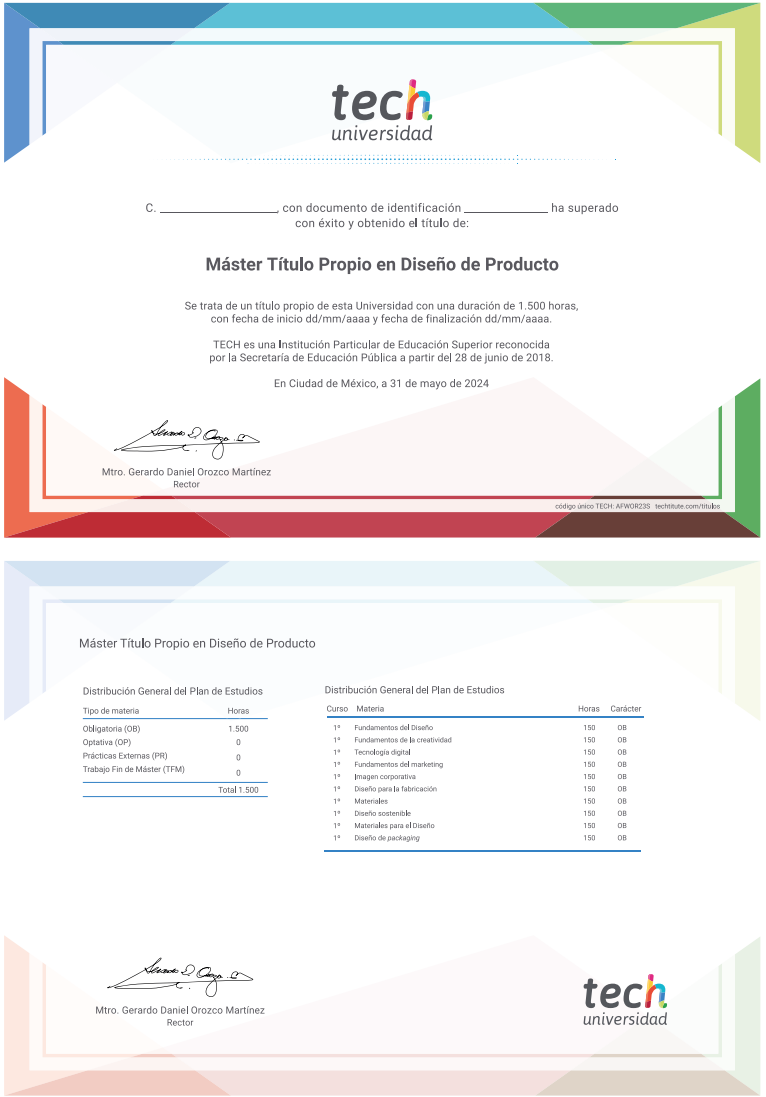
TECH es miembro de **The Design Society (DS)**, la mayor comunidad de expertos destacados en la ciencia del diseño. Esta distinción consolida su presencia en redes internacionales dedicadas a la evolución teórica y práctica del diseño.

Aval/Membresía

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

Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**

Duración: **12 meses**



tech universidad

C. _____, con documento de identificación _____ ha superado con éxito y obtenido el título de:

Máster Título Propio en Diseño de Producto

Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

TECH es una Institución Particular de Educación Superior reconocida por la Secretaría de Educación Pública a partir del 28 de junio de 2018.

En Ciudad de México, a 31 de mayo de 2024

Mtro. Gerardo Daniel Orozco Martínez
Rector

código único TECH: AFWOR23S techtitute.com/titulos

Máster Título Propio en Diseño de Producto

Distribución General del Plan de Estudios

Tipo de materia	Horas
Obligatoria (OB)	1.500
Optativa (OP)	0
Prácticas Externas (PR)	0
Trabajo Fin de Máster (TFM)	0
	Total 1.500

Distribución General del Plan de Estudios

Curso	Materia	Horas	Carácter
1º	Fundamentos del Diseño	150	OB
1º	Fundamentos de la creatividad	150	OB
1º	Tecnología digital	150	OB
1º	Fundamentos del marketing	150	OB
1º	Imagen corporativa	150	OB
1º	Diseño para la fabricación	150	OB
1º	Materiales	150	OB
1º	Diseño sostenible	150	OB
1º	Materiales para el Diseño	150	OB
1º	Diseño de packaging	150	OB

Mtro. Gerardo Daniel Orozco Martínez
Rector

tech universidad

*Apostilla de La Haya. En caso de que el alumno solicite que su título en papel recabe la Apostilla de La Haya, TECH Universidad realizará las gestiones oportunas para su obtención, con un coste adicional.

Máster Título Propio
Diseño de Producto

- Modalidad: **No escolarizada (100% en línea)**
- Duración: **12 meses**
- Titulación: **TECH Universidad**
- Horario: **a tu ritmo**
- Exámenes: **online**

Máster Título Propio

Diseño de Producto

Aval/Membresía

the Design Society
a worldwide community

tech universidad