

Máster Profesional Diseño de Packaging





tech formación
profesional

Máster Profesional Diseño de Packaging

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Acceso web: www.tech-fp.com/artes-graficas/master-profesional/master-profesional-diseno-packaging

Índice

01

Presentación

pág. 4

02

Requisitos de acceso

pág. 6

03

Salidas profesionales

pág. 8

04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

pág. 10

05

Dirección del curso

pág. 14

06

Plan de formación

pág. 20

07

Metodología

pág. 30

08

Titulación

pág. 34

01

Presentación

A la hora de realizar un regalo a un amigo o un familiar, la amplia mayoría de personas optan por elegir un producto con una apariencia cuidada y armoniosa. Así, una bonita presentación de su empaquetado llamará enormemente la atención del consumidor, que se decantará por adquirirlo incluso por encima de otro que le ofrezca un contenido interior superior. Por ello, las empresas centran sus esfuerzos en contar con profesionales que sepan aplicar los mejores métodos de *packaging*. Esta titulación te permitirá acceder a este mercado laboral gracias al aprendizaje de las novedosas técnicas de ilustración vectorial en Adobe Illustrator o la elección de los materiales más sostenibles en la actualidad. Además, gracias a su metodología de enseñanza 100% *online* aumentarás tus habilidades en esta materia desde casa.

“

En esta titulación conocerás en profundidad el funcionamiento de softwares de creación de diseño digital como el Adobe Illustrator”





A la hora de hacer un regalo, el empaquetado o envoltorio en que el producto es presentado es un elemento esencial para tomar la decisión. En su diseño, intervienen numerosos factores a tener en cuenta como la elección del logo presente en la etiqueta, la tipología de la letra o los elementos de decoro que se van a añadir. Por ello, al ser conscientes de la relevancia que tiene para el cliente, las empresas disponen de profesionales que cuidan al milímetro todos estos detalles.

Con el objetivo de facilitar tu incorporación laboral en este sector, TECH pone en marcha el Máster Profesional en Diseño de Packaging. En esta titulación estudiarás las técnicas más recientes de expresividad y representación visual para impactar en el cliente, así como los distintos estilos de composición más empleados dependiendo del sector en el que se desarrolle la actividad.

La titulación es impartida por expertos que ejercen actualmente en diversos puestos relacionados con el mundo del marketing y el estudio del comportamiento de los clientes. Así, con una metodología 100% *online*, estudiarás los contenidos más recientes y con aplicabilidad laboral sin depender de incómodos horarios.



Con el Máster Profesional en Diseño de Packaging dominarás las técnicas más actuales de expresividad y representación visual para llamar la atención del cliente”

02

Requisitos de acceso

Esta titulación no exige ningún requisito de acceso previo al alumno. Esto quiere decir que, para inscribirse y completar el programa, no es necesario haber realizado ningún estudio de forma previa, ni resulta obligatorio cumplir ninguna otra clase de criterio preliminar. Esto te permitirá matricularte y comenzar a aprender de forma inmediata, y sin los complejos trámites exigidos por otras instituciones académicas.

Gracias a este acceso inmediato conseguirás potenciar y poner al día tus conocimientos de un modo cómodo y práctico. Lo que te posicionará fácilmente en un mercado laboral altamente demandado y sin tener que dedicar cientos de horas a estudiar formación reglada previa.

Por todo ello, este programa se presenta como una gran oportunidad para mejorar tus perspectivas de crecimiento profesional de forma rápida y eficiente. Todo esto, a través de un itinerario académico 100% online y con la garantía de calidad, prestigio y empleabilidad de TECH Formación Profesional.

“

TECH te permite el acceso inmediato a esta titulación, sin requerimientos previos de ingreso ni complejos trámites para matricularte y completar el programa”



Las ventajas de cursar este programa sin necesidad de cumplir requisitos de acceso previo son:

01

Podrás matricularte inmediatamente y comenzar a estudiar cuando quieras. A tu ritmo y sin esperas

02

Tendrás acceso a un programa de alto valor curricular, donde podrás adquirir las habilidades profesionales más demandadas en la actualidad de un modo práctico

03

Mejorarás tus perspectivas laborales en tan solo unas semanas

04

Tendrás acceso a los recursos didácticos multimedia más avanzados del mercado educativo

05

Te prepararás para responder a las necesidades actuales del mercado profesional aprendiendo mediante un formato 100% online

06

Obtendrás una titulación de TECH, una institución académica de referencia a nivel internacional

03

Salidas profesionales

En su búsqueda de la máxima excelencia en todos los campos, las empresas de multitud de sectores apuestan por cuidar la imagen del envoltorio de sus productos. Así, tanto las compañías dedicadas al mundo de la venta de cosméticos como otras con una actividad completamente distinta como la comercialización de aparatos electrónicos optan por impactar a primera vista en el consumidor. Ante esto, se abre un amplio abanico de oportunidades laborales, por lo que esta titulación te preparará para lograr tu puesto de trabajo más deseado.

“

Este programa te capacitará para ocupar un puesto de trabajo como diseñador de packaging en empresas de cuidado estético como L'Oreal”



Esta titulación, en definitiva, te convertirá en un gran especialista preparado para trabajar en alguno de los siguientes puestos:

- ♦ Diseñador de *packaging*
- ♦ Diseñador de envases y embalajes
- ♦ Técnico en gestión de producción gráfica
- ♦ Técnico de oficina técnica en industrias del embalaje
- ♦ Ayudante de producción en industrias del *packaging*
- ♦ Técnico de *packaging* especializado en el sector cosmético
- ♦ Técnico de *packaging* especializado en el sector gastronómico
- ♦ Técnico de marketing y marketing digital
- ♦ Comercial de productos y servicios de empresas de *packaging*



04

¿Qué seré capaz de hacer al finalizar el Máster Profesional?

Una vez finalizada la titulación, serás capaz de aplicar las mejores técnicas existentes en cuanto a diseño de *packaging*, teniendo en cuenta las necesidades del cliente y la compañía para la que trabajas. Entre otras cosas, estarás capacitado para diseñar las etiquetas y tipologías de letra más óptimas en el sector gourmet y de comercialización de vinos.

01

Integrar las herramientas de Adobe Illustrator en el diseño de *packaging* de un producto

02

Incorporar el uso de gráficos vectoriales para el diseño digital con Adobe Illustrator

03

Gestionar las decisiones de diseño orientándose hacia la segunda vida del envase

04

Usar las técnicas de creatividad y de composición estructural basándonos en la cultura del *packaging*





05

Tener en cuenta 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

06

Utilizar las técnicas de nanotecnología y *packaging* interactivo al mercado del Gran Consumo como parte de una estrategia de innovación constante

07

Añadir la experiencia de usuario en el entorno digital al *packaging* tradicional de las tiendas físicas

08

Emplear las técnicas de desarrollo, prototipado de producto y testado para aplicarlas al diseño de *packaging*

09

Aplicar y seleccionar las herramientas necesarias para la producción de un proyecto de packaging

10

Crear fotomontajes que muestren el producto final en 3D y recreen el escenario final

11

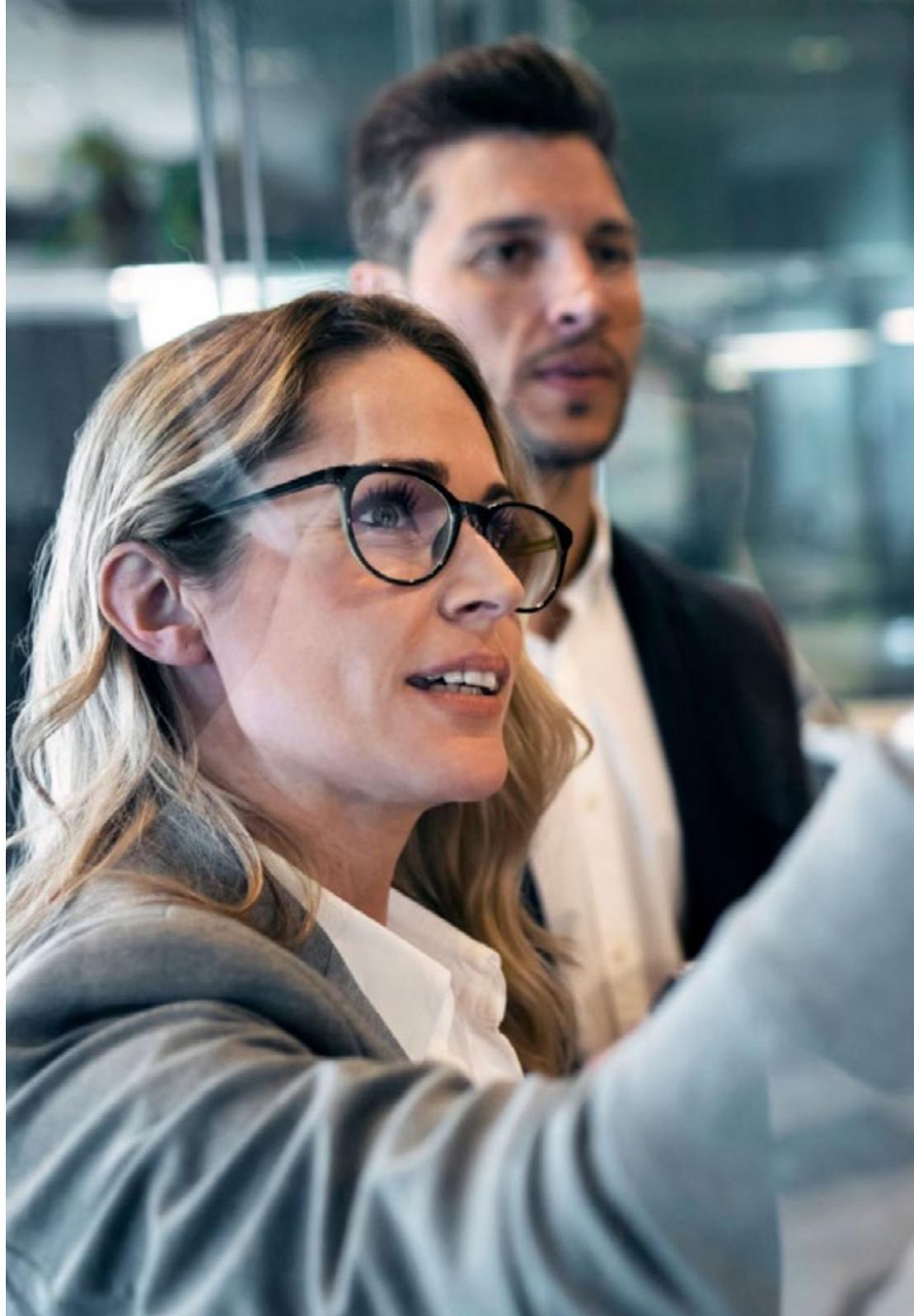
Trabajar en el diseño de packaging en todas sus etapas: desde la creación de un volumen sobre un espacio en blanco hasta su impresión con todas las capas

12

Realizar el proceso de diseño de packaging convirtiéndonos en diseñadores conscientes

13

Ampliar el criterio para la aplicación de estilos en el ámbito cosmético, ya que el diseño de packaging se encuentra muy definido y polarizado





¿Qué seré capaz de hacer al finalizar | 13 **tech** el Máster Profesional?

14

Emprender nuevos diseños en base al diseño de packaging de joyería teniendo en cuenta las líneas primordiales del diseño en el sector del lujo

15

Manejar la casuística y los aspectos técnicos del embalaje de vinos y productos gourmet encontrando un equilibrio entre el diseño funcional y la estética

16

Diseñar la etiqueta respondiendo a una arquitectura de la información que contempla los sellos de calidad y que refleja la personalidad de la marca

17

Aumentar la capacidad de visión del alumno a la hora de diseñar gracias a una perspectiva global del “viaje del paquete”

18

Elaborar un concepto específico que responda a una identidad universal basada en la coherencia con el propósito de la marca

05

Dirección del curso

TECH ha seleccionado al mejor equipo docente especializado en alto rendimiento deportivo, kinesiología, psicología, educación física y otras ciencias del deporte para impartir este Máster Profesional, en su premisa de ofrecer una capacitación de calidad. Expertos del ámbito del acondicionamiento físico y la salud, con un alto nivel de experiencia, apoyados de material didáctico, compartirán sus vivencias y conocimientos de una forma práctica y eficiente.

“

Para convertirte en un profesional de élite debes aprender de los mejores. Este programa es una oportunidad única para compartir experiencias con los mejores del mundo del entrenamiento personal terapéutico”





Dirección del curso

Dña. García Barriga, María

- ♦ Doctora en Diseño y Datos de Marketing
- ♦ Comunicadora en RTVE
- ♦ Comunicadora en Telemadrid
- ♦ Docente Universitaria
- ♦ Autora de *El patrón de la eternidad*: creación de una identidad en espiral para la automatización de tendencias de moda
- ♦ Comunicación, Marketing y Campañas Sociales, Patrimonio de las Artes y Marketing Digital
- ♦ Editor en Jefe de Chroma Press
- ♦ Ejecutivo de Cuentas de Marketing y Redes Sociales en Servicecom
- ♦ Redactor de Contenidos Web en Premium Difusión, Diario Siglo XXI y Managers Magazine
- ♦ Doctorado, Diseño y Datos de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid
- ♦ Licenciado 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
- ♦ Certificada en *Data Analysis & Creativity* con Python en China
- ♦ MBA *Fashion Business School*, la Escuela de Negocios de Moda de la Universidad de Navarra

Cuadro docente

Dña. Merinero Gómez, Esther

- ♦ Artista
- ♦ Directora de arte de la Feria Internacional de Arco
- ♦ Dirección artística en proyectos como The Koppel Project Gallery y en “Costa del Sol”
- ♦ Graduada en Bellas Artes por la Universidad de Chelsea College of Arts
- ♦ MA Sculpture del Royal College of Arts de Londres

Dña. Sigüenza, Eva

- ♦ Consultora en agencias de comunicación y relaciones públicas en el sector lifestyle
- ♦ Coordinadora de Relaciones Públicas en Penair
- ♦ 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

Dra. Gárgoles Saes, Paula

- ♦ Doctora, Investigadora y Consultora Especialista en Moda, Comunicación y Sostenibilidad
- ♦ Profesora Investigadora en la Escuela de Comunicación y Jefa de 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
- ♦ Departamento de Comunicación del Título Propio Comunicación y Gestión de la Moda del Centro Universitario Villanueva y de 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 Zalando
- ◆ Planificador de gestión de la cadena de suministro 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 Internacional
- ◆ Administrador de Ejecución para Colgate-Palmolive
- ◆ Máster en *Big Data* y Análisis de Negocios para Escuela de Organización Industrial
- ◆ Máster en Ingeniería Industrial por la Universidad de Valladolid
- ◆ Grado en Económicas por la Universidad Nacional de Educación a Distancia

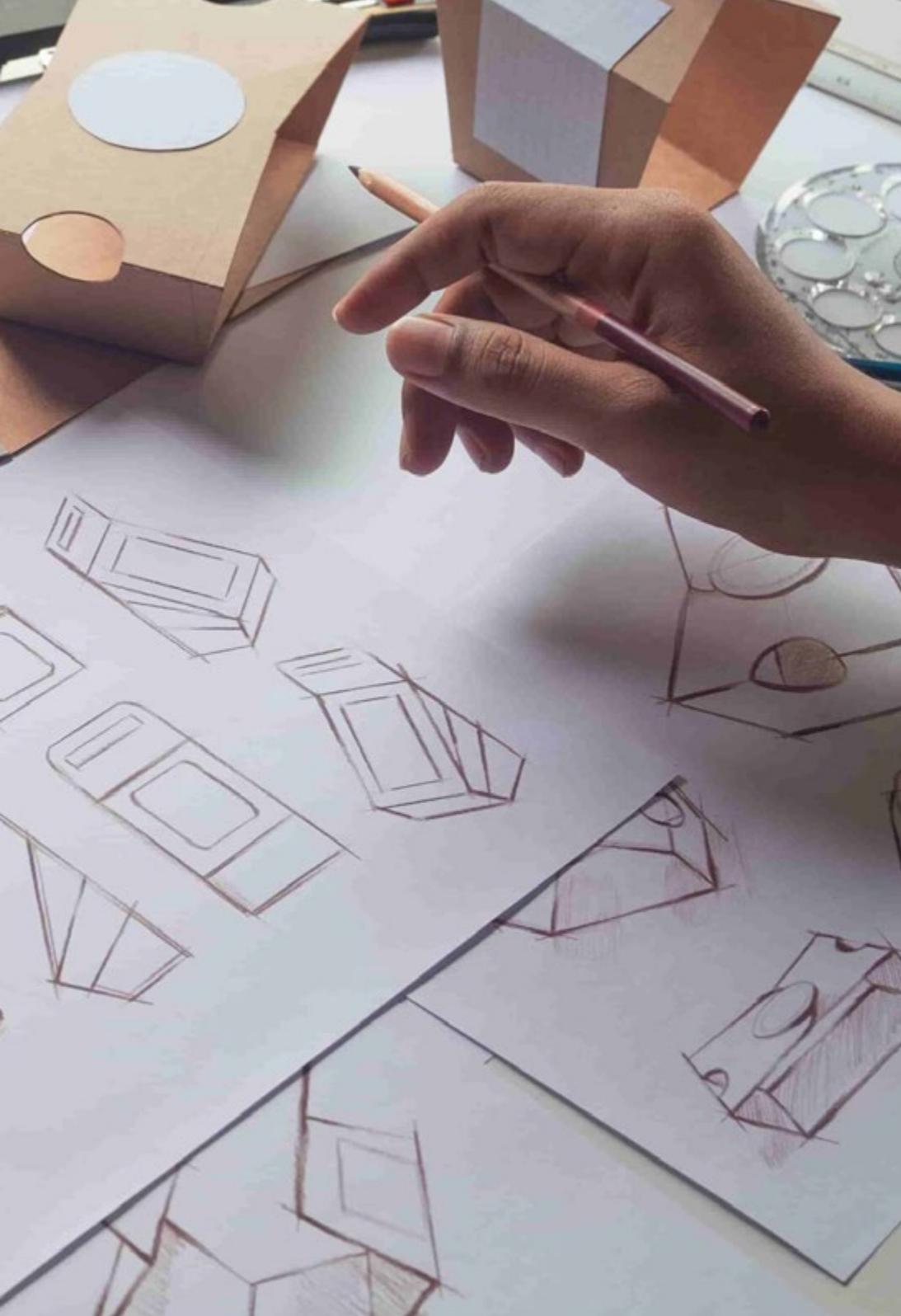
Dña. Miñana Grau, Mari Carmen

- ◆ Diseñadora textil en Petite AntoinetteEntrenador certificado del sistema y herramientas
Training Gym Manager
- ◆ Diseñadora en la firma Donzis Estudios
- ◆ Diseñadora en Summon Press
- ◆ 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

Dña. 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. Romero Monente, Begoña

- ◆ Directora general de la agencia Young Promotion
- ◆ 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* certificada en la Escuela Europea de Coaching

“

Este cuadro docente te transmitirá las últimas novedades en esta disciplina para que te conviertas en un profesional altamente solicitado en este sector”

06

Plan de formación

El Máster Profesional en Diseño de Packaging cuenta con un programa de estudios compuesto por 10 módulos con los que conocerás a la perfección los entresijos de una correcta y armoniosa presentación de un producto. De esta forma, aprenderás a diferenciar el tipo de sector al que te diriges y cómo modificar las técnicas empleadas en base a ello. Además, la titulación posee un material didáctico presente en varios soportes.

“

Con una metodología 100% online, la titulación te ofrece todas las facilidades de estudio para aprender desde casa y sin horarios preestablecidos”



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. Imagotipo
 - 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. News letters
 - 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. Hipérbolos 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
 - 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 gourmets 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 en 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 ecommerce*
 - 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





“

El Máster Profesional en Diseño de Packaging dispone de un amplio material didáctico que puede ser estudiado en formato vídeo o lectura, además de contar con clases magistrales”

07

Metodología

Nuestra institución es la primera en el mundo que combina la metodología de los *case studies* con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina elementos didácticos diferentes en cada lección.

Potenciamos los case studies con el mejor método de enseñanza 100% online: el *Relearning*.

TECH pone a tu disposición un método de aprendizaje que ha revolucionado la Formación Profesional y con el que mejorarás tus perspectivas de futuro de forma inmediata.

En TECH aprenderás con una metodología vanguardista concebida para capacitar a los profesionales del futuro. Este método, a la vanguardia pedagógica mundial, se denomina *Relearning*.

Nuestra institución es la única en habla hispana licenciada para emplear este exitoso método. En 2019 conseguimos mejorar los niveles de satisfacción global de nuestros alumnos (calidad docente, calidad de los materiales, estructura del curso, objetivos...) con respecto a los indicadores del mejor centro educativo online en español.



Esta titulación de TECH es un programa intensivo que te prepara para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer tu crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso en TECH utilizarás los *case studies*, la metodología de enseñanza más avanzada y eficaz del mercado educativo.

“ *Nuestro programa te proporciona las mejores habilidades profesionales, preparándote para afrontar todos los retos actuales y futuros en esta área*”

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores escuelas de negocios del mundo desde que éstas existen. Desarrollado en 1912 para que los estudiantes de Derecho no solo aprendiesen las leyes a base de contenidos teóricos, el método del caso consistió en presentarles situaciones complejas reales para que tomaran decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas.

Ante una determinada situación, ¿qué harías tú? Esta es la pregunta a la que te enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del curso, te enfrentarás a múltiples casos reales. Deberás integrar todos tus conocimientos, investigar, argumentar y defender tus ideas y decisiones.



En este programa tendrás acceso a los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para ti:



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.



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.



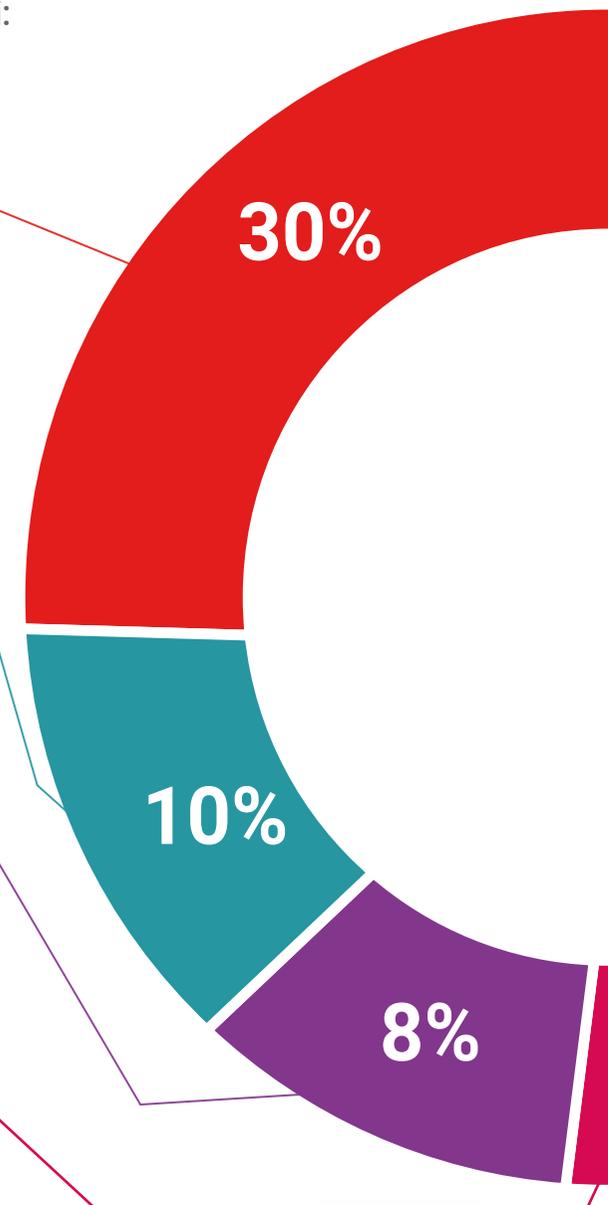
Prácticas de habilidades y competencias

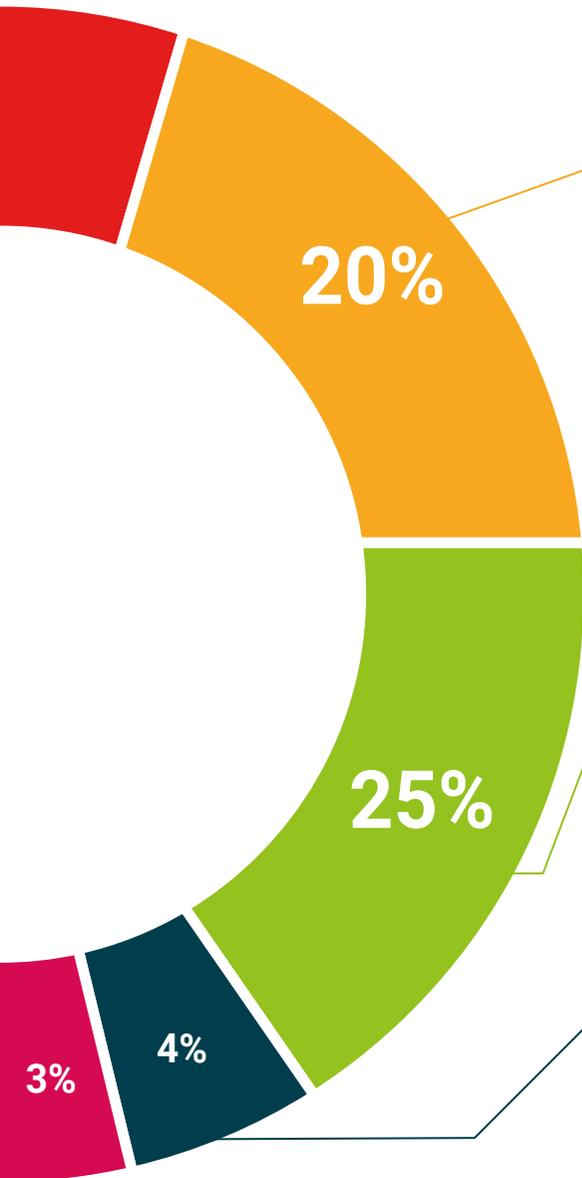
Realizarás actividades de desarrollo de competencias y habilidades específicas en cada área temática. Prácticas y dinámicas para adquirir y desarrollar las destrezas y habilidades que un especialista precisa desarrollar en el marco de la globalización que vivimos.



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.



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".



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.



08

Titulación

El Máster Profesional en Diseño de Packaging garantiza, además de la capacitación más rigurosa y actualizada, el acceso a un título de Máster Profesional expedido por TECH.

Tras la superación de las evaluaciones, el alumno recibirá por correo postal con acuse de recibo su correspondiente Título de Máster Profesional emitido por TECH.

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

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

Modalidad: **Online**

Horas: **1.500**



salud futuro
confianza personas
educación información tutores
garantía acreditación enseñanza
instituciones tecnología aprendizaje
comunidad compromiso
atención personalizada innovación
conocimiento presente
desarrollo web formación
aula virtual idiomas

tech formación profesional

Máster Profesional Diseño de Packaging

Modalidad: Online

Titulación: TECH Formación Profesional

Duración: 12 meses

Horas: 1.500

Máster Profesional Diseño de Packaging

