Máster Título Propio
Diseño de Producto



tech universidad tecnológica



tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Diseño de Producto

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**
Acceso web: **www.techtitute.com/diseno/master/master-diseno-producto**

Índice

01 Presentación — pág. 4

02 Objetivos — pág. 8

03 Competencias — pág. 14

04 Estructura y contenido — pág. 18

05 Metodología — pág. 30

06 Titulación — pág. 38

01

Presentación

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 programa, 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, permitiéndole escoger el momento y el lugar para estudiar.





Este programa te preparará para responder a los retos actuales y futuros del Diseño de Producto, a partir de una metodología 100% online que se adaptará por completo a tus circunstancias profesionales y personales"

Detrás de las herramientas y dispositivos que millones de personas usan a diario hay una labor exhaustiva de planificación y diseño. Cada aspecto de los elementos físicos y tangibles empleados en cualquier faceta de la vida, desde vehículos hasta los muebles del hogar y el mobiliario urbano, pasando por bolígrafos, smartphones y, en definitiva, cualquier objeto de uso cotidiano, ha sido cuidadosamente elaborado.

Esa atención al detalle responde a varios argumentos de peso: con un diseño adecuado, se pueden abaratar costes, se puede producir de forma más eficiente y el resultado será más atractivo desde un punto de vista comercial. Por esa razón, esta área profesional tiene una importancia creciente y es fundamental para numerosas empresas, tanto del ámbito industrial como textil y otros sectores relacionados.

Así, en la actualidad los diseñadores que estén enfocados hacia este campo pueden aspirar a disfrutar de grandes oportunidades laborales, pero para conseguirlo necesitan los mejores conocimientos y habilidades de esta disciplina. Este Máster Título Propio en Diseño de Producto se las proporciona, al integrar a lo largo de 10 módulos especializados las más recientes novedades en esta materia y al profundizar en cuestiones relevantes como la Tecnología Digital, los Fundamentos del Marketing, el Diseño para la Fabricación o el Diseño Sostenible.

Todo ello, mediante un sistema de enseñanza en línea especialmente creado para los profesionales en activo, puesto que se adapta a ellos, permitiéndoles estudiar desde donde quieran y cuando quieran, sin incómodos desplazamientos ni rígidos horarios.

Este **Máster Título Propio en Diseño de Producto** contiene el programa educativo 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 está concebido 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

Podrás profundizar, gracias a este Máster Título Propio, en las claves del Diseño Sostenible, optimizando las labores de producción de tus creaciones"

Este programa dispone de los mejores recursos didácticos: actividades teórico-prácticas, vídeos, resúmenes interactivos, clases magistrales, etc. Todo lo necesario para que te conviertas en un gran experto en Diseño de Producto"

Conocerás los materiales más punteros para el diseño y sus posibles aplicaciones, mejorando así tus perspectivas profesionales de forma inmediata.

El sistema de aprendizaje en línea de TECH te permitirá estudiar cuando, como y donde lo desees, sin someterte a rígidos horarios ni a incómodos desplazamientos.

El programa incluye, en su cuadro docente, a profesionales del sector que vierten en esta capacitación 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 una capacitación inmersiva programada para entrenarse ante situaciones reales.

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



02

Objetivos

Este programa tiene como objetivo principal convertir al alumno en un profesional altamente solicitado por las grandes empresas de diseño y por las compañías industriales más destacadas. Así, el Máster Título Propio en Diseño de Producto dispone de los contenidos más completos y profundos en esta área y le proporcionará al alumno todas las herramientas que necesita para destacar en el ámbito laboral.





Alcanza, gracias a este programa, un gran progreso profesional en el ámbito del Diseño de Producto"

Objetivos generales

- Comprender el proceso creativo, de análisis y de estudio para realizar cualquier obra
- Ahondar en las técnicas de análisis de mercado y aplicarlas a los procesos de comunicación y marketing en el desarrollo de proyectos
- Comprender los conceptos básicos que forman parte de la política de comunicación de una organización: su identidad, su cultura, cómo comunica, cuál es su imagen, su marca, su reputación y la responsabilidad social
- Conocer las bases del diseño, así como a los referentes, estilos y movimientos que le han dado forma desde sus inicios hasta la actualidad





Objetivos específicos

Módulo 1. Fundamentos del Diseño

- Conectar y correlacionar las distintas áreas del diseño, campos de aplicación y ramas profesionales
- Conocer los procesos de ideación, creatividad y experimentación y saber aplicarlos a proyectos
- Integrar el lenguaje y la semántica en los procesos de ideación de un proyecto, relacionándolos con sus objetivos y valores de uso

Módulo 2. Fundamentos de la Creatividad

- Saber sintetizar los intereses propios, mediante la observación y el pensamiento crítico, plasmándolos en Creaciones Artísticas
- Perder el miedo al bloqueo artístico y utilizar técnicas para combatirlo
- Indagar en uno mismo, en el propio espacio emocional y en lo que está alrededor, de tal forma que se realice un análisis de estos elementos para usarlos a favor de la propia creatividad

Módulo 3. Tecnología Digital

- Dominar el vocabulario, metodologías y contenido teórico-práctico sobre la Imagen Digital
- Dominar el vocabulario, metodologías y contenido teórico-práctico sobre la Imagen Vectorial

Módulo 4. Fundamentos del Marketing

- Entender el papel central de la comunicación en un tiempo histórico definido por los paradigmas de la sociedad de la información y el conocimiento
- Conocer los procesos de comunicación en todas sus manifestaciones sociales (interpersonal, grupal y mediática)
- Analizar los diferentes enfoques y planteamientos disciplinares y teóricos acerca de la comunicación
- Desarrollar la comprensión de un vocabulario adaptado al lenguaje básico del marketing y la comunicación
- Conocer las características de los medios sociales y su diferencia con los *Mass Media,* así como, sus implicaciones y los cambios que han generado en la Comercialización y Gestión del Diseño

Módulo 5. Imagen Corporativa

- Entender cuáles son las áreas estratégicas que un responsable gráfico debe gestionar en el proceso comunicativo de la Identidad Gráfica y Visual de Marcas

Módulo 6. Diseño para la Fabricación

- Alcanzar un nivel suficiente de conocimientos relacionados con los objetivos y técnicas específicas relacionadas con el área de producción
- Analizar la producción desde una perspectiva estratégica

Módulo 7. Materiales

- Analizar y evaluar los materiales utilizados en ingeniería con base en sus propiedades
- Conocer, analizar y evaluar los procesos de corrosión y degradación de materiales
- Evaluar y analizar las diferentes técnicas de ensayos no destructivos en materiales

Módulo 8. Diseño Sostenible

- Reconocer el entorno de la sostenibilidad y el contexto ambiental
- Conocer los principales instrumentos de análisis de impacto ambiental
- Reconocer la importancia de la Sostenibilidad en el Diseño
- Conocer las normativas medioambientales relevantes a la hora de diseñar
- Ser capaz de elaborar una estrategia de Diseño Sostenible de Producto

Módulo 9. Materiales para el diseño

- Trabajar con los materiales más adecuados en cada caso, en el ámbito del Diseño de Producto
- Explicar y describir las principales familias de materiales: su fabricación, tipologías, propiedades, etc.
- Tener el criterio necesario para poder identificar y seleccionar, en función de un *Briefing*, las diferentes gamas de materiales

Módulo 10. Diseño de *packaging*

- Promover en el alumnado la visión global del diseño de envases, embalajes y etiquetas, entendiéndolo como una actividad en la que deben tener muchos factores en cuenta, desde el producto al qué acompaña hasta su contexto físico y socioeconómico
- Capacitar el alumnado, a través de la práctica, en la competencia para el desarrollo profesional de proyectos de diseño de envases, embalajes y etiquetas



TECH te acompañará en tu camino hacia el éxito profesional”

03

Competencias

Este Máster Título Propio le permitirá al alumno desarrollar toda una serie de competencias profesionales orientadas hacia este ámbito del diseño. Así, este programa ha sido elaborado para convertir al estudiante en un gran experto en Diseño de Producto, puesto que le proporciona conocimientos y habilidades de áreas como los materiales, el Diseño Sostenible, el Marketing o el Diseño del *Packaging*.





Incorporarás a tu práctica profesional las mejores habilidades en Diseño de Packaging y Diseño Sostenible gracias a este Máster Título Propio"

Competencias generales

- Planificar, desarrollar y presentar convenientemente producciones artísticas, empleando estrategias de elaboración eficaces y con aportaciones creativas propias
- Dominar el software de retoque y manipulación de la imagen y desarrollar las competencias que requiere su utilización
- Conocer las herramientas y estrategias teórico-prácticas que faciliten la gestión de la comunicación corporativa e institucional en organizaciones de toda índole
- Saber seleccionar correctamente un método de organización de información y comunicación para el buen uso de una marca
- Investigar e identificar los elementos más significativos de la empresa-cliente, así como sus necesidades para la creación de estrategias y mensajes comunicativos
- Identificar las etapas y fases productivas de un proyecto
- Conocer los principios de nanomateriales
- Obtener el conocimiento y dominio de las técnicas, las formas, los procesos y las tendencias del diseño de envases, embalajes y etiquetas y de sus aplicaciones industriales





Competencias específicas

- Manejar el software de dibujo vectorial y desarrollar las competencias que requiere su utilización
- Emplear el software de diseño editorial y desarrollar las competencias para crear un arte final propio
- Dominar las estrategias de coordinación entre los aspectos de creación de un producto, su producción y las funciones de comercialización, Marketing y comunicación
- Analizar y evaluar materiales metálicos, tanto férricos como no férricos
- Analizar y evaluar materiales poliméricos, cerámicos y compuestos
- Analizar y evaluar los materiales utilizados en fabricación aditiva
- Desarrollar un sistema reglado de normas gráficas básicas basado en elementos de la identidad visual/marca
- Elegir acertadamente, entre un amplio espectro, a la hora de desarrollar una propuesta de diseño para fabricación en serie
- Decidir los más materiales adecuados para la realización de maquetas o prototipos

Este programa te ofrece las mejores técnicas de Diseño de Producto, atendiendo a las necesidades actuales del mercado profesional"

04

Estructura y contenido

Este Máster Título Propio en Diseño de Producto ha sido estructurado en 10 módulos especializados, a través de los cuales el profesional podrá conocer los últimos avances en los Fundamentos del Diseño, los Materiales de Diseño, el Diseño Sostenible, los Fundamentos del Marketing y de la Imagen Corporativa, para obtener una visión más global del Producto y el Diseño de la Fabricación, con la que el alumno dispondrá de una perspectiva más industrial para llevar a cabo sus proyectos.





Los contenidos más actualizados en Diseño de Producto están ahora a tu alcance. Matricúlate ya y obtén una mejora profesional de forma inmediata"

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. Introducción Creativa
- 2.1.1. El Estilo en el Arte
- 2.1.2. Educa tu mirada
- 2.1.3. ¿Cualquiera puede ser Creativo?
- 2.1.4. Los Lenguajes Pictóricos
- 2.1.5. ¿Qué necesito? Materiales

2.2. La percepción como primer acto creativo
- 2.2.1. ¿Qué ves? ¿Qué oyes? ¿Qué sientes?
- 2.2.2. Percibe, observa y examina atentamente
- 2.2.3. El retrato y el autorretrato: Cristina Núñez
- 2.2.4. Caso práctico: Fotodiálogo. Buceando en uno mismo

2.3. Enfrentarse al papel en blanco
- 2.3.1. Dibujar sin miedo
- 2.3.2. El cuaderno como herramienta
- 2.3.3. El Libro de Artista, ¿qué es?
- 2.3.4. Referentes

2.4. Creando nuestro Libro de Artista
- 2.4.1. Análisis y juego: lápices y rotuladores
- 2.4.2. Trucos para soltar la mano
- 2.4.3. Primeras líneas
- 2.4.4. La plumilla

2.5. Creando nuestro Libro de Artista II
- 2.5.1. La mancha
- 2.5.2. Las ceras. Experimentación
- 2.5.3. Pigmentos naturales

2.6. Creando nuestro Libro de Artista III
- 2.6.1. Collage y fotomontaje
- 2.6.2. Herramientas tradicionales
- 2.6.3. Herramientas online: *Pinterest*
- 2.6.4. Experimentación con la composición de imágenes

2.7. Hacer sin pensar
- 2.7.1. ¿Qué conseguimos al hacer sin pensar?
- 2.7.2. Improvisar: Henri Michaux
- 2.7.3. *Action Painting*

2.8. El crítico como Artista
- 2.8.1. La crítica constructiva
- 2.8.2. Manifiesto sobre una crítica creativa

2.9. El bloqueo creativo
- 2.9.1. ¿Qué es el bloqueo?
- 2.9.2. Amplía tus límites
- 2.9.3. Caso práctico: Mancharse las manos

2.10. Estudio de nuestro Libro de Artista
- 2.10.1. Las emociones y su gestión en el ámbito creativo
- 2.10.2. Tu propio mundo en un cuaderno
- 2.10.3. ¿Qué he sentido? Autoanálisis
- 2.10.4. Caso práctico: crítica a mí mismo

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. Macro-Entorno
- 4.3.4. Micro-Entorno
- 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 intervienen
- 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 identidad
5.1.1. Idea de identidad
5.1.2. ¿Por qué se busca la identidad?
5.1.3. Tipos de identidad
5.1.4. La identidad digital
5.2. La identidad corporativa
5.2.1. Definición. ¿Por qué tener una Identidad Corporativa?
5.2.2. Factores que influyen en la Identidad Corporativa
5.2.3. Componentes de la Identidad Corporativa
5.2.4. Comunicación de la Identidad
5.2.5. Identidad Corporativa, *Branding* e Imagen corporativa
5.3. La Imagen Corporativa
5.3.1. Característica de la Imagen Corporativa
5.3.2. ¿Para qué sirve la Imagen Corporativa?
5.3.3. Tipos de Imagen Corporativa
5.3.4. Ejemplos
5.4. Los signos identificadores básicos
5.4.1. El nombre o *Naming*
5.4.2. Los Logotipos
5.4.3. Los Monogramas
5.4.4. Los Imagotipos
5.5. Factores de Memorización de la Identidad
5.5.1. La originalidad
5.5.2. El valor simbólico
5.5.3. La pregnancia
5.5.4. La repetición
5.6. Metodología para el proceso de creación de una Marca
5.6.1. Estudio del sector y de la competencia
5.6.2. *Briefing*, plantilla
5.6.3. Definir estrategia y personalidad de Marca. Los valores
5.6.4. Público Objetivo
5.7. El Cliente
5.7.1. Intuir cómo es el Cliente
5.7.2. Tipologías de Clientes
5.7.3. El proceso de reunión
5.7.4. La importancia de conocer al Cliente
5.7.5. Establecer Presupuesto
5.8. Manual de Identidad Corporativa
5.8.1. Normas de construcción y aplicación de la Marca
5.8.2. La Tipografía Corporativa
5.8.3. Colores Corporativos
5.8.4. Otros elementos gráficos
5.8.5. Ejemplos de Manuales Corporativos

5.9. Rediseño de identidades
- 5.9.1. Razones para optar por el rediseño de una identidad
- 5.9.2. Gestión de un cambio en la Identidad Corporativa
- 5.9.3. Buena praxis. Referentes visuales
- 5.9.4. Mala praxis. Referentes visuales

5.10. Proyecto de Identidad de Marca
- 5.10.1. Presentación y explicación del proyecto. Referentes
- 5.10.2. *Brainstorming*. Análisis del Mercado
- 5.10.3. Público Objetivo, valor de Marca
- 5.10.4. Primeras ideas y bocetos. Técnicas creativas
- 5.10.5. Establecimiento del proyecto. Tipografías y colores
- 5.10.6. Entrega y corrección de proyectos

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 Foucault (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

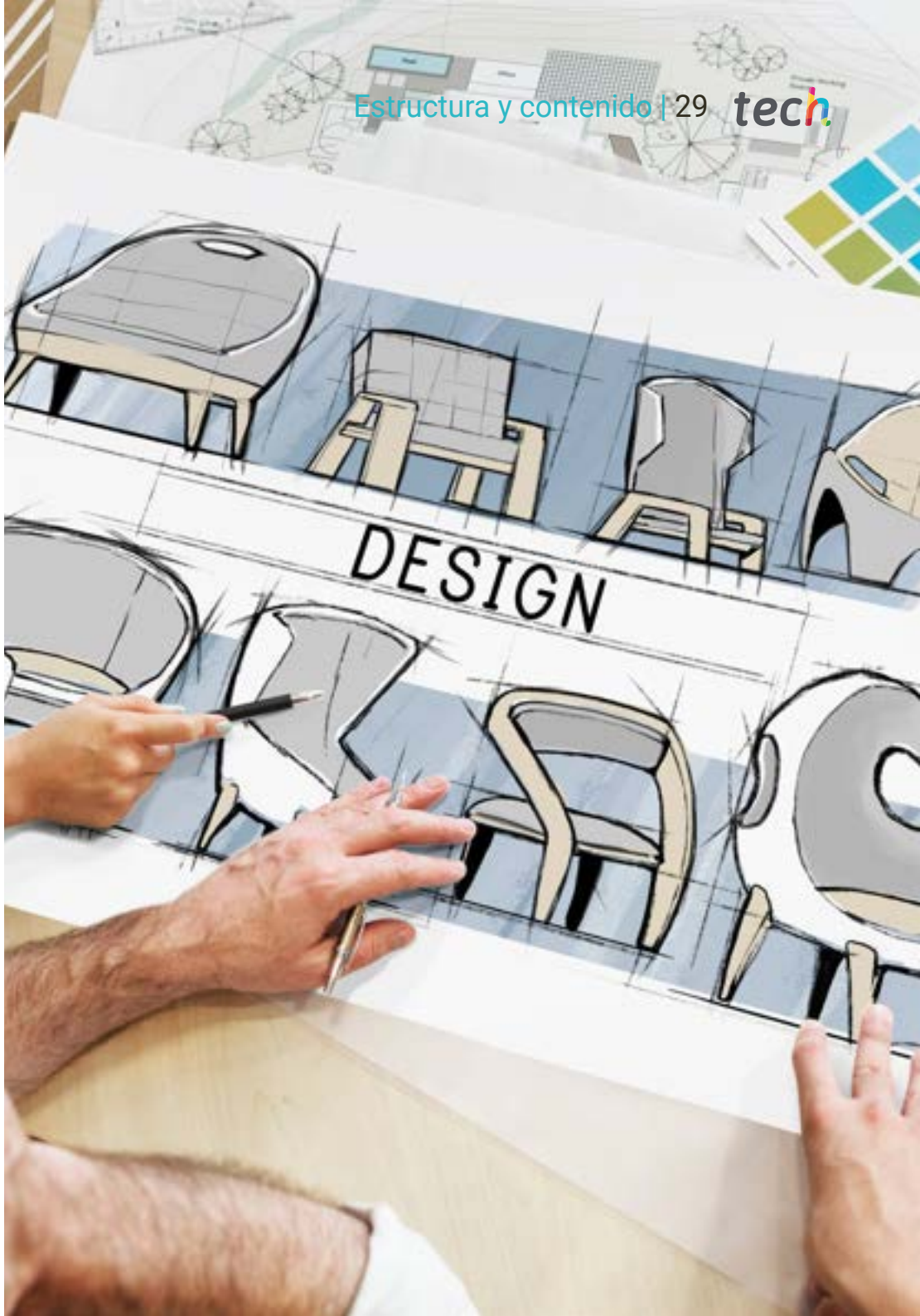
10.7. Sostenibilidad aplicada al P*ackaging*
- 10.7.1. Estrategias de Ecodiseño
- 10.7.2. Análisis del ciclo de vida
- 10.7.3. El *Pack* como residuo

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 *packagin*
- 10.9.1. Diferenciación con el *Packaging*
- 10.9.2. Últimas tendencias
- 10.9.3. *Design For All*

10.10. Proyectos de *Packagin*
- 10.10.1. Casos de estudio
- 10.10.2. Estrategia de *Packaging*
- 10.10.3. Ejercicio práctico

Al innovador sistema de enseñanza de TECH se le une un temario completo y actualizado, conformando la mejor opción educativa para el profesional que quiera orientar su carrera hacia el Diseño de Producto"



05

Metodología

Este programa de capacitación ofrece una forma diferente de aprender. Nuestra metodología se desarrolla a través de un modo de aprendizaje de forma cíclica: ***el Relearning***.

Este sistema de enseñanza es utilizado, por ejemplo, en las facultades de medicina más prestigiosas del mundo y se ha considerado uno de los más eficaces por publicaciones de gran relevancia como el ***New England Journal of Medicine.***





Descubre el Relearning, un sistema que abandona el aprendizaje lineal convencional para llevarte a través de sistemas cíclicos de enseñanza: una forma de aprender que ha demostrado su enorme eficacia, especialmente en las materias que requieren memorización"

En TECH empleamos el Método del Caso

Nuestro programa ofrece un método revolucionario de desarrollo de habilidades y conocimientos. Nuestro objetivo es afianzar competencias en un contexto cambiante, competitivo y de alta exigencia.

Con TECH podrás experimentar una forma de aprender que está moviendo los cimientos de las universidades tradicionales de todo el mundo"



Somos la primera universidad online en español que combina los case studies de Harvard Business School con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración.



El alumno aprenderá, mediante actividades colaborativas y casos reales, la resolución de situaciones complejas en entornos empresariales reales.

Un método de aprendizaje innovador y diferente

Este programa intensivo de Diseño de TECH Universidad Tecnológica te preparará para afrontar todos los retos en esta área, tanto en el ámbito nacional como internacional. Tenemos el compromiso de favorecer el crecimiento personal y profesional, la mejor forma de caminar hacia el éxito, por eso, TECH utiliza los *case studies* de Harvard Business School, con la cual tenemos un acuerdo estratégico, que nos permite acercar a nuestros alumnos los materiales de la mejor universidad del mundo.

> *Nuestro programa te prepara para afrontar nuevos retos en entornos inciertos y lograr el éxito en tu carrera"*

El método del caso ha sido el sistema de aprendizaje más utilizado por las mejores facultades del mundo. 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 tomasen decisiones y emitiesen juicios de valor fundamentados sobre cómo resolverlas. En 1924 se estableció como método estándar de enseñanza en Harvard.

Ante una determinada situación, ¿qué debería hacer un profesional? Esta es la pregunta a la que nos enfrentamos en el método del caso, un método de aprendizaje orientado a la acción. A lo largo del programa, los estudiantes se enfrentarán a múltiples casos reales. Deberán integrar todos sus conocimientos, investigar, argumentar y defender sus ideas y decisiones.

Relearning Methodology

Nuestra universidad es la primera en el mundo que combina los *case studies* de Harvard University con un sistema de aprendizaje 100% online basado en la reiteración, que combina 8 elementos didácticos diferentes en cada lección.

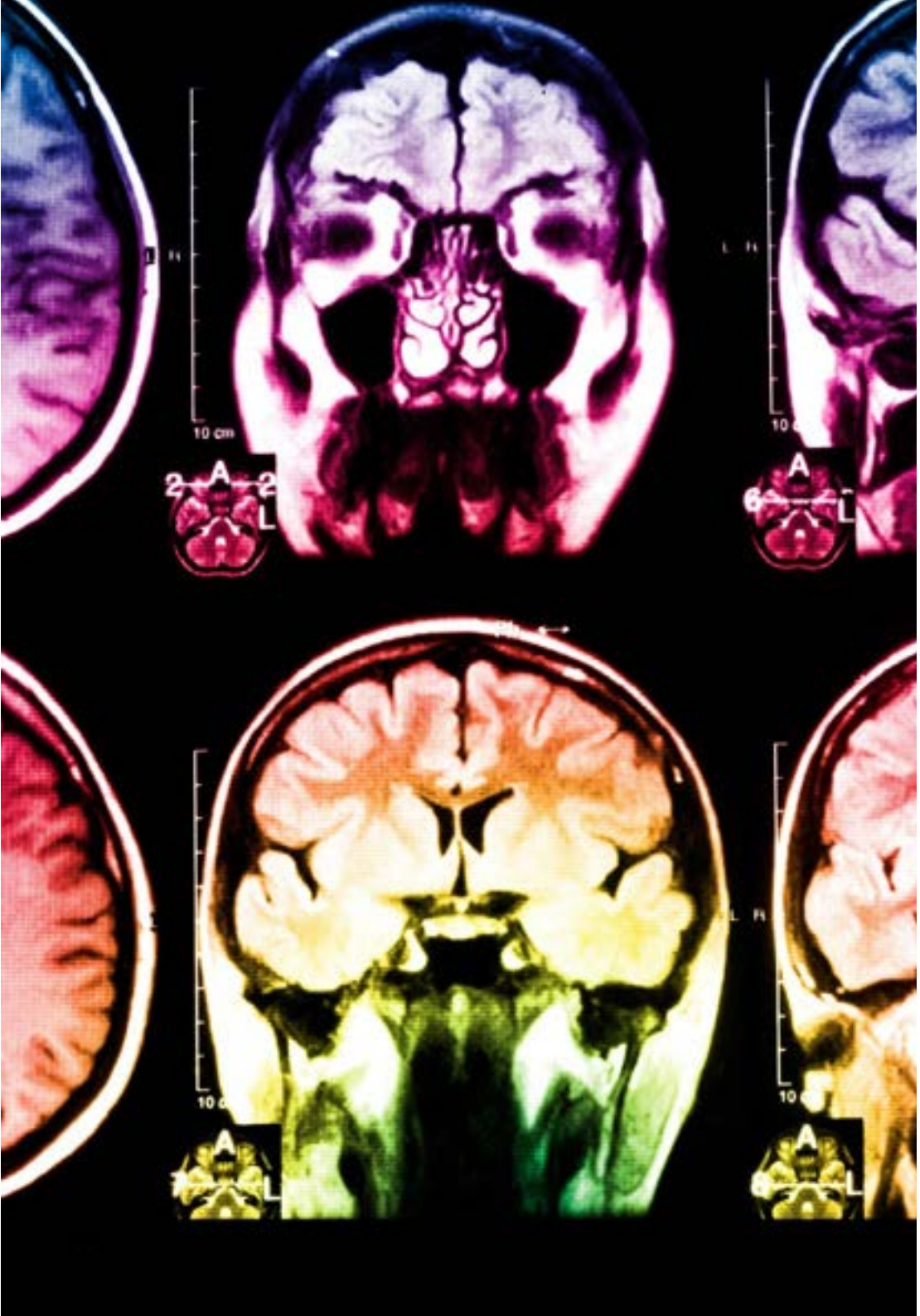
Potenciamos los *case studies* de Harvard con el mejor método de enseñanza 100% online: el Relearning.

En 2019, obtuvimos los mejores resultados de aprendizaje de todas las universidades online en español en el mundo.

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

Nuestra universidad 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 de la mejor universidad online en español.





En nuestro programa, el aprendizaje no es un proceso lineal, sino que sucede en espiral (aprender, desaprender, olvidar y reaprender). Por eso, se combinan cada uno de estos elementos de forma concéntrica. Con esta metodología se han capacitado más de 650.000 graduados universitarios con un éxito sin precedentes en ámbitos tan distintos como la bioquímica, la genética, la cirugía, el derecho internacional, las habilidades directivas, las ciencias del deporte, la filosofía, el derecho, la ingeniería, el periodismo, la historia o los mercados e instrumentos financieros. Todo ello en un entorno de alta exigencia, con un alumnado universitario de un perfil socioeconómico alto y una media de edad de 43,5 años.

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

A partir de la última evidencia científica en el ámbito de la neurociencia, no solo sabemos organizar la información, las ideas, las imágenes y los recuerdos, sino que sabemos que el lugar y el contexto donde hemos aprendido algo es fundamental para que seamos capaces de recordarlo y almacenarlo en el hipocampo, para retenerlo en nuestra memoria a largo plazo.

De esta manera, y en lo que se denomina Neurocognitive context-dependent e-learning, los diferentes elementos de nuestro programa están conectados con el contexto donde el participante desarrolla su práctica profesional.

Este programa ofrece los mejores materiales educativos, preparados a conciencia para los profesionales:

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, para crear el método de trabajo online de TECH. Todo ello, con las técnicas más novedosas que ofrecen piezas de gran calidad en todos y cada uno los materiales que se ponen a disposición del alumno.

Clases magistrales

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

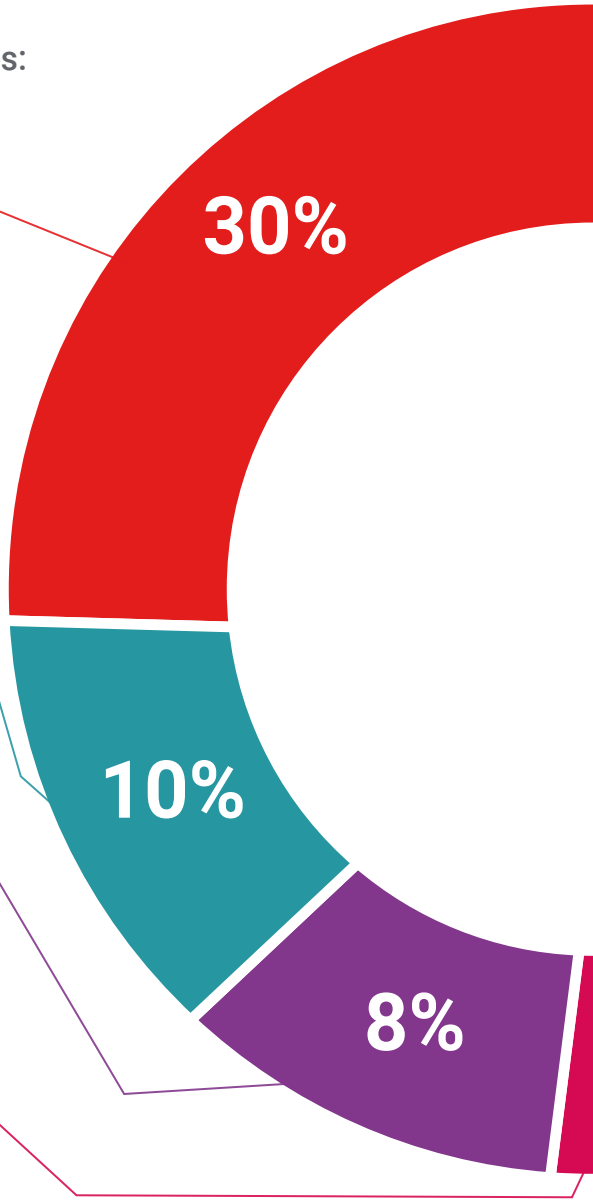
El denominado Learning from an Expert afianza el conocimiento y el recuerdo, y genera seguridad en las futuras decisiones difíciles.

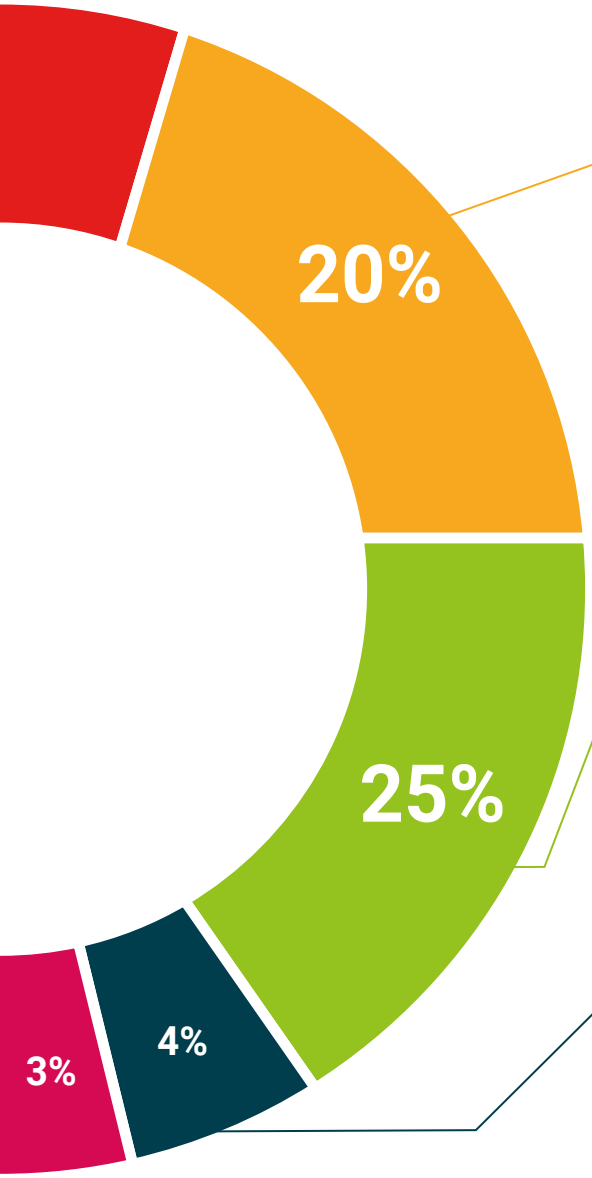
Prácticas de habilidades y competencias

Realizarán 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 y guías internacionales, entre otros. En la biblioteca virtual de TECH el estudiante tendrá acceso a todo lo que necesita para completar su capacitación.





Case studies

Completarán una selección de los mejores cases studies de la materia que se emplean en Harvard. Casos presentados, analizados y tutorizados por los mejores especialistas del panorama internacional.

Resúmenes interactivos

El equipo de TECH presenta los contenidos de manera atractiva y dinámica en píldoras multimedia que incluyen audios, vídeos, imágenes, esquemas y mapas conceptuales con el fin de afianzar el conocimiento.

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

Testing & Retesting

Se evalúan y reevalúan periódicamente los conocimientos del alumno a lo largo del programa, mediante actividades y ejercicios evaluativos y autoevaluativos para que, de esta manera, el estudiante compruebe cómo va consiguiendo sus metas.

06

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 Tecnológica.





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 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 Tecnológica**.

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

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

N.º Horas Oficiales: **1.500 h.**


tech universidad tecnológica

Otorga la presente

CONSTANCIA

a

C. _____, con documento de identificación nº_____

Por haber superado con éxito y acreditado el programa de

MÁSTER TÍTULO PROPIO

en

Diseño de Producto

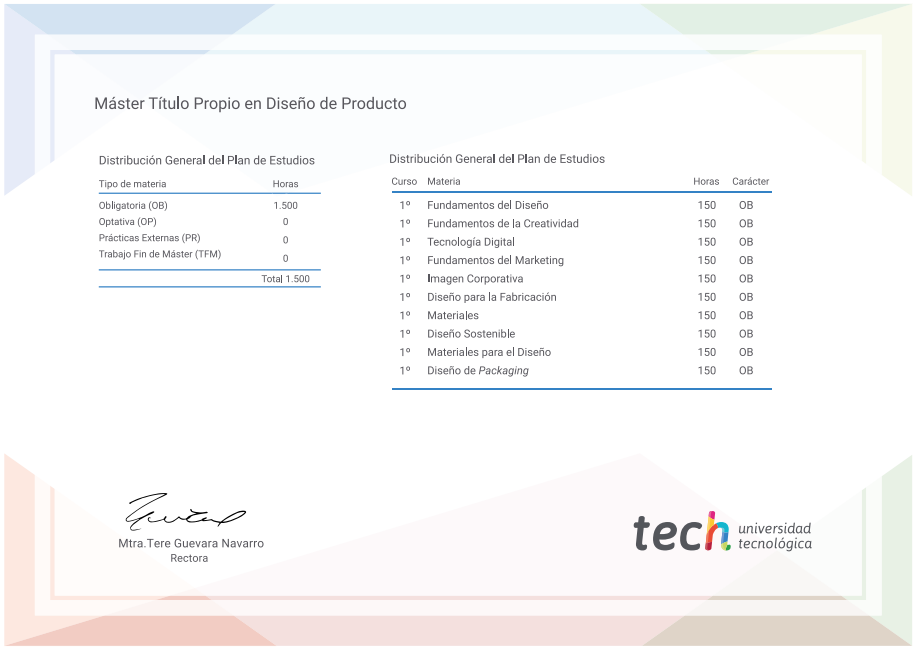
Se trata de un título propio de esta Universidad con una duración de 1.500 horas, con fecha de inicio dd/mm/aaaa y fecha de finalización dd/mm/aaaa.

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

A 17 de junio de 2020

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

Este título propio se deberá acompañar siempre del título universitario habilitante expedido por la autoridad competente para ejercer profesionalmente en cada país. 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

Mtra.Tere Guevara Navarro
Rectora

tech universidad tecnológica

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

tech universidad tecnológica

Máster Título Propio
Diseño de Producto

Modalidad: **Online**
Duración: **12 meses**
Titulación: **TECH Universidad Tecnológica**
Horas lectivas: **1.500 h.**

Máster Título Propio
Diseño de Producto



tech universidad tecnológica