

Planificación de la Docencia Universitaria
Grado en Diseño Multimedia y Gráfico

Guía Docente

Curso Académico 2019/2020

Packaging

Datos de Identificación de la asignatura

Título

Grado en Diseño Multimedia y gráfico

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Módulo

Módulo de Diseño

Créditos ECTS

3

Denominación de la Asignatura

Packaging

Modalidad/es de enseñanza

Presencial

Código

39035

Profesor

David Pérez Medina

Curso

Cuarto

Lengua vehicular

Español

Semestre

Segundo

Profesorado de la Asignatura

Profesor

David Pérez Medina

Tutorías Académicas

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con el/los profesores a través del e-mail y en el despacho a las horas de tutoría que se harán públicas, en el portal del alumno. Horario tutorías: M 16,45 a 17.45h.

Datos de Contacto

david.perez@esne.es

Requisitos Previos

Esenciales

El alumno debe manejar los programas InDesign, Photoshop e Illustrator y programas de diseño 3D y renderización.

Aconsejables

Estar interesado en el diseño de packaging y en branding y sentir, en general, curiosidad por las marcas, los productos y el consumo. Tener inquietud social y medioambiental e interés por la economía circular y la economía triple balance.

Sentido y Aportaciones de la asignatura al Plan de Estudios

Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura

Esta asignatura pertenece al módulo de Diseño

Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum

La asignatura de packaging es fundamental para la puesta en práctica de la materia impartida específicamente en la asignatura de Taller de Proyecto I: Identidad Corporativa, Señalética y Packaging, anteriormente cursada en el segundo curso y se complementa también con todas aquellas asignaturas del programa que puedan influir positivamente en su desarrollo tales como la teoría y práctica del color, la tipografía la ilustración y la fotografía, la legislación aplicada, la delineación de productos, el manejo de programas de 3D avanzado, etc.

Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

Con esta asignatura, el alumno desarrollará su capacidad creativa mediante su inmersión en el proceso de organización y creación de proyectos, tanto a nivel individual como en grupo, desde su gestación en el departamento de marketing del cliente, pasando por su desarrollo creativo en todas sus facetas y finalizando con la puesta en el mercado del producto objeto del proyecto. Para este fin es imprescindible tanto el correcto manejo de las herramientas informáticas disponibles como demostrar una Buena capacidad en la creación de ideas y conceptos y en su posterior desarrollo.

Resultados de aprendizaje en relación con las competencias que desarrolla la materia

Competencias genéricas

CG0 - Hablar bien en público.

CG3 - Desarrollará la comprensión del lenguaje visual y evaluará y adaptará la gráfica para su desarrollo posterior.

CG4 - El estudiante aprenderá a usar una gama de técnicas y generación de ideas creativamente.

CG5 - Originar ideas complejas y elaborar los objetivos de comunicación gráfica.

CG9 - Trabajar con un equipo humano de forma efectiva en la generación y desarrollo de ideas. Y planificar y diseñar presentaciones y comunicaciones de ideas de forma efectiva.

CG12 - Habrá desarrollado un aprendizaje específico de los procesos básicos del diseño, como un método de creación y de fabricación, de elementos de aplicación en el Diseño Multimedia y Gráfico; podrá aplicar métodos para la elaboración de proyectos completos; habrá adquirido conocimientos legales que le permitan en el futuro ejercer una actividad dentro del marco normativo, y, finalmente, podrá desarrollar el programa requerido por un Proyecto de Diseño Multimedia y Gráfico, donde se trabajen aspectos conceptuales, formales y técnicos, desarrollando la documentación específica necesaria.

Competencias específicas

CE4 - Aplicará estos conocimientos en la creación de elementos formales para provocar una respuesta personal/emocional.

CE5 - El estudiante debe demostrar que entiende las técnicas gráficas y creativas, y que las usa para generar ideas propias. Ha de ser capaz de producir ideas originales para satisfacer objetivos de comunicación gráfica específicos y producir ideas complejas que se rodeen de múltiples influencias.

CE7 - El estudiante deberá interpretar independiente e imaginativamente los briefs de diseño para hallar las intenciones de los objetivos comunicativos gráficos y complejos e interpretar estos briefs para cumplir tareas de comunicación gráfica compleja de forma efectiva e imaginativa. Deberá adaptar las ideas para cubrir una amplia variedad de aplicaciones.

CE8 - Actuar de forma efectiva como miembro de un equipo creativo. Aclarar y cumplir el alcance y objetivos de tareas complejas. Generar y desarrollar una amplia variedad de ideas. Seleccionar formatos de presentación apropiados para las ideas y el público objetivos y prepararlas ideas para una presentación imaginativa en un Standard profesional.

CE10 - Sabrá traducir una idea desde su concepción inicial a través de los dibujos preparatorios para diseños gráficos y hará uso de herramientas, filtros y efectos en la producción de originales gráficos.

CE14 - Se situará al estudiante dentro del marco legal de la posible actuación como diseñador. Y se le orientará en el desarrollo del plan personal de su propio negocio.

Resultados de aprendizaje relacionados con la asignatura

Al finalizar la asignatura

- Adquirir una base teórica sólida en la disciplina del packaging y del branding.

- Planificar una estrategia de diseño y proyecto acordes a la realidad del mercado, aplicando en todo momento DCU (diseño centrado en el Usuario).
 - Saber cómo se crea y cómo se desarrolla un producto desde el punto de vista del marketing.
 - Saber cómo se crea y cómo se desarrolla un producto comprometido social y medioambientalmente.
 - Aprender a plantear, analizar, diseñar y ejecutar un proyecto de packaging.
 - Detectar las necesidades del diente en el momento de desarrollar un diseño de packaging.
 - Conocer las líneas seguidas por product managers y diseñadores para conseguir un producto de éxito.
 - Entender los procesos productivos de la mayoría de familias de packs.
-

Contenidos / Temario / Unidades Didácticas

Breve descripción de los contenidos

La asignatura de packaging es fundamental para la puesta en práctica de la materia impartida específicamente en la asignatura de Taller de Proyecto I: Identidad Corporativa, Señalética y Packaging, anteriormente cursada en el segundo curso y se complementa también con todas aquellas asignaturas del programa que puedan influir positivamente en su desarrollo tales como la teoría y práctica del color, la tipografía la ilustración y la fotografía, la legislación aplicada, la delineación de productos, el manejo de programas de 3D avanzado, etc.

Con esta asignatura, el alumno desarrollará su capacidad creativa mediante su inmersión en el proceso de organización y creación de proyectos, tanto a nivel individual como en grupo, desde su gestación en el departamento de marketing del cliente, pasando por su desarrollo creativo en todas sus facetas y finalizando con puesta en el mercado del producto objeto del proyecto.

Para este fin es imprescindible tanto el correcto manejo de las herramientas informáticas disponibles como demostrar una buena capacidad en la creación de ideas y conceptos y en su posterior desarrollo.

Temario desarrollado

El contenido de la asignatura desarrolla siete unidades teóricas apoyadas por cinco proyectos. Las dos primeras son dos prácticas breves por equipos para fijar los conocimientos inicialmente impartidos. El tercero es un proyecto de packaging industrial asociado a la participación en un concurso convocado por el Clúster del Envase. El cuarto proyecto es individual y aborda en profundidad el desarrollo de packaging estructural. El quinto proyecto es individual y aborda el desarrollo de prototipos y el etiquetado de envases.

Prácticas

1. Menú para llevar

(Grupo)

2. Naming

(Grupo)

3. Proyecto Anfaco / Fundación Banco Sabadell

Concurso “cata la lata”

Práctica campaña de comunicación asociada a packaging

(Individual)

4. Proyecto Clúster Envase

Premios Nacionales de Diseño y Sostenibilidad

Práctica de packaging industrial con briefing real

(Grupo)

5. Práctica

Práctica de economía circular I.

6. Práctica

Práctica de economía circular II.

7. Proyecto final

Práctica de packaging estructural en papel.

(Individual)

Contenidos teóricos

1. Introducción al Packaging

Introducción al packaging a través de la evolución de los usos y la incorporación de materiales a lo largo de la historia.

Introducción a los aspectos sociales y medioambientales del packaging

1 SESIÓN

2. Branding y Naming

Repaso de los antecedentes del branding en relación con el packaging .

Repaso de la importancia del naming referido a las marcas y los productos.

2 SESIONES

3. Diseño de packaging

Condicionantes de los proyectos de packaging

Briefing del proyecto

Fases de diseño, tiempos y coordinación de los proyectos.

Investigación.

Hábitos de consumo.

Mapas de usuario.

Estrategia y vías del diseño.

Tendencias.

2 SESIONES

4. Nuevo packaging sostenible

Economía lineal vs. circular

Estrategias y nuevos modelos de negocio

Protocolos, herramientas y evaluación.

4 SESIONES

5. Perspectiva circular del packaging

Ciclo de vida del packaging.

Product Packaging Combination

Rethink, reuse, recycle y renew.

3 SESIONES

6. Producción

Materiales renovables y no renovables.

Técnicas de impresión
2 SESIONES

5. Presentación

Realización de prototipos.
Presentación de propuestas.

3 SESIONES

Cronograma

Unidades Didácticas / Temas	Periodo Temporal
1. Introducción al Packaging	1 - 2
2. Branding y Naming	2 - 4
3. Diseño de packaging	4 - 6
4. Nuevo packaging sostenible	6 - 10
5. Perspectiva circular del packaging	10 - 13
6. Producción	13 - 15
7. Presentación	15 - 18

Modalidades Organizativas y Métodos de Enseñanza

Modalidad organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas		
			Presencial	Trabajo autónomo	Total
<p>Lección Magistral. Actividad formativa en el aula que, utilizando la metodología expositiva, prioriza la acción docente del profesor.</p> <p>Seminario. Actividad formativa en el aula-seminario que, bajo la guía del profesor, fomenta el aprendizaje cooperativo entre los alumnos y se ordena al estudio de casos o de la cuestión a estudiar.</p>	<p>Método expositivo. Metodología que prioriza la acción docente del profesor, exigiéndose del alumno la preparación previa y el estudio posterior.</p>	CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14	50	-	50
<p>Taller. Actividad formativa en el aula-taller que, bajo la guía del profesor, se ordena a la resolución individual o cooperativa de ejercicios y problemas o a la ejecución de trabajos técnicos o artísticos.</p>	<p>Discusión de casos reales. Utilización de casos de estudio reales que permitan la aplicación práctica de los conocimientos teóricos adquiridos. Además, la realización de un análisis y una discusión común de cada situación.</p>	CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14	10	20	30

<p>Tutoría. Actividad formativa fuera del aula que fomenta el aprendizaje autónomo, con el apoyo de la acción de guía y seguimiento por medio de un tutor.</p>	<p>Aprendizaje cooperativo. Los alumnos aprenden a colaborar con otras personas (compañeros y profesores) para resolver de forma creativa, integradora y constructiva los interrogantes y problemas identificados a partir de los casos planteados, utilizando los conocimientos y los recursos materiales disponibles.</p>	<p>CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14</p>	<p>5</p>	<p>10</p>	<p>15</p>
<p>Trabajo autónomo. Actividad formativa fuera del aula que, sin una guía directa del profesor o tutor, fomenta el aprendizaje autónomo del alumno.</p>	<p>Metodología que prioriza la acción autónoma el alumno más allá de la acción docente del profesor, ya sea anterior o posterior a ésta.</p>	<p>CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14</p>	<p>-</p>	<p>45</p>	<p>45</p>

Sistema de Evaluación

Actividades de Evaluación	Criterios de Evaluación	Valoración respecto a la Calificación Final
---------------------------	-------------------------	---

Ejercicios prácticos, entregas y presentaciones públicas. (Incluye correcciones obligatorias)	<ul style="list-style-type: none">- Investigación- Innovación- Creatividad- Presentaciones claras, argumentadas, coherentes, atractivas	70%
Pruebas y exámenes	Prueba escrita final	20%
Actitud y participación	Asistencia activa y puntual. Actitud constructiva y proactiva en clase. Diálogo teórico y crítico, relación con el grupo, aporte, interés e implicación. Demostración de participación y coordinación con compañeros en trabajos en equipo.	10%

Consideraciones generales acerca de la evaluación

Se reservará un porcentaje de la nota para valorar la presencia participativa del alumno en clase. Otro porcentaje que se determinará previamente corresponderá a la resolución de prácticas o pruebas intermedias. Se destinará finalmente, el resto de la nota, a una prueba definitiva. Cuando sea posible la presentación de prácticas del alumno será digital vía campus.

Asistencia a Clase

La asistencia a clase es obligatoria. Sin una asistencia demostrada de al menos un 80%, el alumno no podrá presentarse a examen debiendo acudir a la siguiente convocatoria. No es necesario justificar las faltas, y por tanto no se admitirán justificantes de las mismas, por lo que superado

el 20% de faltas de asistencia, el alumno deberá presentarse en convocatoria extraordinaria.

La Dirección/Coordinación de la Titulación podrá considerar situaciones excepcionales, previo informe documental, debiendo ser aprobadas por la Dirección Académica de ESNE.

Se exigirá puntualidad al alumno en el comienzo de las clases. Una vez transcurridos cinco minutos de cortesía, el profesor podrá denegar la entrada en el aula.

Entregas de Trabajos

En convocatoria ordinaria, los alumnos deben presentar y aprobar todas las entregas que se les soliciten. La no entrega de un trabajo supondrá suspender la asignatura.

Los trabajos deben entregarse en las fechas que solicite el profesor y siempre mediante la plataforma campus virtual. Si se aceptarán excepcionalmente trabajos fuera de plazo, pero se penalizará de manera sustancial y progresiva en la nota. Toda entrega fuera de plazo, sin excepciones, tendrá misma consideración. No se admitirán entregas posteriores a una semana antes de la celebración de la prueba escrita.

En los trabajos en grupo, la calificación será individual por cada alumno, atendiendo a criterios de conocimiento de la materia, esfuerzo, presentación, asistencia a tutorías, etc. Por tanto, miembros de un mismo grupo pueden tener calificaciones diferentes. Los trabajos, una vez calificados, deben ser retirados por los alumnos en el tiempo que se determine. Pasado este plazo, los trabajos podrán ser destruidos.

Evaluación en convocatoria Ordinaria

En ambas convocatorias, la calificación mínima para aprobar la asignatura es de 5 (cinco).

El alumno aprobará la asignatura en convocatoria ordinaria por la evaluación de los trabajos realizados en clase y fuera de clase con un 65% de la nota, teniéndose en cuenta la asistencia, la participación y el interés en el aula con un 15% de la nota y una prueba escrita que

supondrá el 20% de la nota.

El trabajo realizado por el alumno durante el curso deberá alcanzar el nivel mínimo exigible para satisfacer los objetivos que marca la asignatura.

Evaluación extraordinaria

- En la evaluación extraordinaria, los alumnos deben volver a presentar los trabajos que no hayan sido aprobados en convocatoria ordinaria. Además, el profesor de la asignatura podrá solicitar la realización de un trabajo extra en la evaluación extraordinaria.
- Si en la convocatoria ordinaria el alumno aprueba las entregas solicitadas y suspende el examen, será potestad del profesor solicitar la realización de nuevos trabajos en la convocatoria extraordinaria.
- El alumno/a de convocatoria extraordinaria solo tendrá que repetir la prueba escrita si la hubiera suspendido

En convocatoria extraordinaria el o los trabajos colectivos suspensos se tendrán que presentar públicamente al profesor.

La nota nunca podrá ser un 10 ya que no computarán para nota el esfuerzo que supone asistir a clase e involucrarse como el resto de sus compañeros.

Bibliografía / Webgrafía

Bibliografía básica

- The world's first book about packaging communication. Lars G Valantine.

- Claves del diseño Packaging. Capsule. Gustavo Gili.
- ¿Que es el packaging?. Giles Calver. Gustavo Gili.
- Structural Package Designs I. A Peppin press book.
- Structural Package Designs I. A Peppin press book.
- Packaging de la marca. Ambose, Gavin y Harris, Paul. Parramón
- Structural packaging. Garrofé, Josep Maria. Index Book
- Packaging. Manual de diseño y producción Stewart, Bill. Gustavo Gili.
- Cradle to Cradle (Remaking the Way We Make Things). Michael Braungart y William McDonough
- Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging. DuPuis, S. y Sila, J. (2011). Rockport Publishers.
- Packaging de la marca: La relación entre el diseño de packaging y la identidad de la marca. Ambrose, G. y Harris, P. (2012). Parramón.
- Envases y embalajes. Cervera.
- Sostenible. Un manual de materiales y aplicaciones prácticas para los diseñadores Sherin.
- Designing sustainable packaging. Boylston.
- Design structure and pack. Jackson, Paul.
- The package design book. Jacques, J y Evrard, B. (2010) . Taschen.
- El mundo del envase. Manual para el diseño y producción de envases y embalajes. Vidales, M^a Dolores. Gustavo Gili.
- How to fold. Van Roojen, P. (2005). Amsterdam: Agile Rabbit (The Pepin Press).
- Packaging y plegado. Ejemplos de ingeniería del papel listos para usar. Herriott, Luke. Ed. Gustavo Gili.
- Prototipos de packaging. Denison, Edward. Ed. Gustavo Gili

Bibliografía complementaria

- Paper folding for pop up. Miyuki Yoshida. Pie books.
- Pack your life. Varios Autores. Editorial: Azur
- Las 22 leyes inmutables de la marca. Ries, A. y L. (2000). McGraw Hill.
- Marks of excellence. The history and taxonomy of trademarks. Mollerup, P. (1997). Londres: Phaidon.
- Fundamentos del diseño gráfico. Ambrose, G. y Harris, P. Parramón
- Fundamentos del branding. Davis, M. Parramón

- Cómo funcionan las marcas. Cheverton, P. Gedisa
- Lovebrands. El futuro más allá de las marcas. Robert, K. Empresa Activa

Revistas y Otras Publicaciones

- Revista EYE.
- Revista Graffica
- Revista Experimenta

Webgrafía

<http://pinterest.com/>

<http://packagingspain.com/>

<http://www.lacia.com/>

<http://www.cbagraell.com/es/>

<http://www.lewisoberly.com/gotFlash.htm#english>

http://www.primoangelidesigninternational.com/brands_dyn.asp

<http://www.packagedesignawards.com/>

<http://www.thedieline.com>

<http://www.meadwestvaco.com/Packaging/index.htm>

<http://www.littlebigbrands.com/>

<http://popsop.com/>

<http://www.packagingdigest.com/>

<http://www.mclean-design.com/>

<http://www.itene.com/>

<http://www.aimplas.es/>

<http://www.clusterenvase.com/>

<http://newpackaging.net/es/index.htm>

Observaciones

El plagio evidenciado en los trabajos o exámenes será calificado con nota “0”, y la pérdida de esa convocatoria, para el estudiante o estudiantes responsables.

El alumno deberá respetar en todo momento la propiedad intelectual de otros autores no haciendo uso del trabajo de otros sin aclarar este punto y sin citar las fuentes originales.

Para la ejecución de los exámenes el alumno no podrá hacer uso de material no autorizado. Esto será motivo de calificación “0” y pérdida de esa convocatoria.

ESNE fija para sus titulaciones un sistema de calificaciones que se corresponde con lo regulado por los artículos 5.4 y 6 del Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre (por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones universitarias de carácter oficial y validez en todo el territorio nacional). En dichos artículos, que la universidad aplica, se regula lo siguiente: “Los resultados obtenidos por el estudiante en cada una de las materias del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que podrá añadirse su correspondiente calificación cualitativa... La mención de «Matrícula de Honor» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,5. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

Escala numérica	Calificación cualitativa
De 0,0 a 4,99	Suspenso (SS)
De 5 a 6,99	Aprobado (AP)
De 7 a 8,99	Notable (NT)
De 9 a 10	Sobresaliente (SB)

Las calificaciones de los estudiantes son fruto de un sistema de evaluación continua, que permite valorar de forma constante su trabajo, actitud, participación y asimilación del conocimiento. La asistencia y la participación del estudiante en las sesiones docentes, por lo tanto, son esenciales para el desarrollo del sistema, y, como tal, evaluables y calificables.