
Planificación de la Docencia Universitaria
Grado en Diseño Multimedia y Gráfico

Guía Docente

Curso Académico 2021/22

Packaging

Datos de Identificación de la Asignatura

Título

Grado en Diseño Multimedia y Gráfico

Tipo de asignatura

Obligatoria

Materia

Diseño

Créditos ECTS

3

Denominación de la asignatura

Packaging

Modalidad de enseñanza

Presencial

Código

69457

Profesorado

D. David Pérez Medina

Curso

Cuarto

Lengua vehicular

Español

Semestre

Segundo

Profesorado de la Asignatura

Profesorado

D. David Pérez Medina

Contacto

david.perez@esne.es

Tutorías académicas

Para todas las consultas relativas a la materia, los alumnos pueden contactar con el profesorado a través de correo electrónico en las horas de tutorías. Las horas de tutoría se harán públicas en el portal del alumno.

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 ballance.

Sentido y aportaciones de la Asignatura al Plan de Estudios

Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura

Esta asignatura pertenece a Materia 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 básicas

CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Competencias generales

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 preparar las 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, el estudiante será capaz de:

- Adquirir una base teórica sólida en la disciplina del packaging y del branding.
- Saber cómo se crea y cómo se desarrolla un producto desde el punto de vista del marketing.
- Aprender a plantear, analizar, diseñar y ejecutar un proyecto de packaging.
- Detectar las necesidades del cliente en el momento de desarrollar un diseño de packaging.
- Conocer las líneas seguidas por product managers y diseñadores para conseguir un producto de éxito.

Contenidos / Temario / Unidades Didácticas

Breve descripción de los contenidos

Aprendizaje de los aspectos técnicos y teóricos de proyectos de packaging, envases y soportes desde su proceso creativo hasta su proceso productivo. Aspectos teóricos del packaging:

- Diferencia entre packaging y envase.
- Tipos de envase (packaging, envase secundario, embalaje o envase terciario).
- Packaging y comunicación.
- El packaging como herramienta de marketing.
- Acciones de packaging: (nuevo, rediseño, extensión de línea, complementarios, diversificación de nuevas oportunidades).
- Problemas de comprensión del producto.
- Innovaciones y estrategia de marca.
- Briefing.
- Testear el producto.
- El diseño del packaging. Formas, color.
- Información en el packaging y aspectos medioambientales.

Temario desarrollado

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 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.

TEMA 4. NUEVO PACKAGING SOSTENIBLE.

Economía lineal vs. circular
Estrategias y nuevos modelos de negocio
Protocolos, herramientas y evaluación.

TEMA 5. PERSPECTIVA CIRCULAR DEL PACKAGING.

Ciclo de vida del packaging.
Product Packaging Combination.
Rethink, reuse, recycle y renew.

TEMA 6. PRODUCCIÓN.

Materiales renovables y no renovables.
Técnicas de impresión.

TEMA 7. PRESENTACIÓN.

Realización de prototipos.
Presentación de propuestas.

Cronograma

Unidades didácticas / Temas	Periodo temporal
TEMA 1. Introducción al Packaging	1
TEMA 2. Branding y Naming	2-3
TEMA 3. Diseño de packaging	4-5
TEMA 4. Nuevo packaging sostenible	6-9
TEMA 5. Perspectiva circular del packaging	10-12
TEMA 6. Producción	13-14
TEMA 7. Presentación	15

Modalidades Organizativas y Métodos de Enseñanza

El desarrollo del programa y la consecución de los objetivos de aprendizaje establecidos requieren de un trabajo continuado del alumno a lo largo de todo el año alrededor de las siguientes actividades:

- Asistencia a clases.
- Consulta y estudio del material bibliográfico.
- Realización de trabajos prácticos que a lo largo del curso se propongan. Presentaciones públicas de los trabajos.
- Discusiones y debates sobre temas afines con la materia.

Modalidad organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas		
			Presencial	Trabajo autónomo	Total
Clases teóricas	Exposición de los temas. Explicar planificación de la asignatura: programa, apuntes y bibliografía. Repasos al inicio de clase. Resolución de dudas: temas y lecturas. Pruebas de evaluación.	CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG0, CG3, CG4, CG12, CE4, CE7, CE14	20	-	20
Clases prácticas	Resolución de ejercicios. Debate sobre temas, ejercicios y lecturas. Presentaciones. Pruebas de evaluación.	CB2, CB4, CB5, CG0, CG3, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10, CE14	10	10	20

<p>Tutorías</p>	<p>Preparación mediante clase mediante lectura de los temas.</p> <p>Planificación de debates y comentarios mediante la preparación de lecturas.</p> <p>Resolución de ejercicios.</p> <p>Comentarios y resolución de dudas presencialmente o por correo electrónico.</p>	<p>CB1, CG4, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE10</p>	<p>5</p>	<p>-</p>	<p>5</p>
<p>Trabajo personal del estudiante</p>	<p>Lecturas: preparación y búsqueda de información complementaria.</p> <p>Estudio y trabajo personal.</p> <p>Preparación de ejercicios, comentarios y debates.</p> <p>Tutorías libres y voluntarias.</p>	<p>CB1, CB2, CB3, CB4, CB5, CG3, CG5, CG9, CG12, CE4, CE5, CE7, CE8, CE10</p>	<p>-</p>	<p>30</p>	<p>30</p>

Sistema de Evaluación

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Valoración respecto a la calificación final
<p>Ejercicios prácticos, entregas y presentaciones públicas</p>	<p>Se valorará:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Investigación. • Innovación. • Creatividad. • Presentaciones claras, argumentadas, coherentes, atractivas. 	<p>70%</p>
<p>Pruebas y exámenes</p>	<p>Prueba escrita final</p>	<p>20%</p>
<p>Asistencia participativa</p>	<p>Actitud en clase y valores particulares. Diálogo teórico y crítico, relación con el grupo, interés e implicación. Autoevaluación.</p>	<p>10%</p>

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.

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, 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.

Entrega de trabajos

Todos los trabajos deberán estar entregados a través del campus virtual del alumno, ya sea los originales o digitalizados, en los formatos requeridos por el profesor, en el control correspondiente para poder ser evaluado, y siempre en los plazos establecidos por el profesorado de la asignatura. En caso contrario, constará como trabajo no entregado.

Los trabajos deben entregarse en las fechas que solicite el profesor, no admitiéndose entregas posteriores. Si excepcionalmente se aceptase un trabajo fuera de plazo, tendrán una penalización del 20%. La no entrega de un trabajo supondrá suspender la asignatura.

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.

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.

Evaluación en convocatoria ordinaria

En convocatoria ordinaria, los alumnos deben presentar 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, no admitiéndose entregas posteriores. Si excepcionalmente se aceptase un trabajo fuera de plazo, el profesor aplicará una penalización en su calificación.

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

Evaluación en convocatoria extraordinaria

En la evaluación extraordinaria, los alumnos deben volver a presentar los trabajos que no hayan sido aprobados en convocatoria ordinaria. Además, el profesorado 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.

Bibliografía / Webgrafía

Bibliografía básica

¿Qué es el packaging? Giles Calver. Gustavo Gili.

Claves del diseño Packaging. Capsule. Gustavo Gili.

Cradle to Cradle (Remaking the Way We Make Things). Michael Braungart y William McDonough

Design structure and pack. Jackson, Paul.

Designing sustainable packaging. Boylston.

El mundo del envase. Manual para el diseño y producción de envases y embalajes. Vidales, M^a Dolores. Gustavo Gili.

Envases y embalajes. Cervera.

How to fold. Van Roojen, P. (2005). Amsterdam: Agile Rabbit (The Pepin Press).

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.

Packaging de la marca. Ambose, Gavin y Harris, Paul. Parramón

Packaging y plegado. Ejemplos de ingeniería del papel listos para usar. Herriott, Luke. Ed. Gustavo Gili.

Packaging. Manual de diseño y producción Stewart, Bill. Gustavo Gili.

Prototipos de packaging. Denison, Edward. Ed. Gustavo Gili.

Sostenible. Un manual de materiales y aplicaciones prácticas para los diseñadores Sherin.

Structural Package Designs I. A Peppin press book.

Structural packaging. Garrofé, Josep Maria. Index Book

The package design book. Jacques, J y Evrard, B. (2010). Taschen.

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

Bibliografía complementaria

Fundamentos del branding. Davis, M. Parramón. Cómo funcionan las marcas. Cheverton, P. Gedisa

Fundamentos del diseño gráfico. Ambrose, G. y Harris, P. Parramón

Impresión y Acabados. Ambrose y Harris. Parramón.

Las 22 leyes inmutables de la marca. Ries, A. y L. (2000). McGraw Hill.

Lovebrands. El futuro más allá de las marcas. Robert, K. Empresa Activa.

Marks of excellence. The history and taxonomy of trademarks. Mollerup, P. (1997). Londres: Phaidon.

Pack your life. Varios Autores. Editorial: Azur

Paper folding for pop up. Miyuki Yoshida. Pie books.

Revistas y otras publicaciones

Revista Experimenta.

Revista EYE.

Revista Graffica.

Webgrafía

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

<http://packagingspain.com/>

<http://pinterest.com/>

<http://popsop.com/>

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

<http://www.thedieline.com>

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 9,0. 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.

Los estudiantes matriculados en esta asignatura dispondrán únicamente de un total de 6 convocatorias para aprobarla. Cuando en el acta de la asignatura el estudiante sea calificado como “Suspenso” o “No presentado”, se habrá consumido una convocatoria.