

CENTRO UNIVERSITARIO DE TECNOLOGÍA Y ARTE DIGITAL



**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA
UNIVERSITARIA
GUÍA DOCENTE**

DISEÑO DE PACKAGING

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Diseño Digital
Facultad:	Centro Universitario de Tecnología y Arte Digital (U-TAD)
Materia:	Optatividad
Denominación de la asignatura:	Diseño de packaging
Curso:	Cuarto
Semestre:	Segundo
Carácter:	Optativa
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Profesor/a:	Héctor Orruño
E-mail:	Hector.orrुño@u-tad.com
Teléfono:	916402811

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA.

Descripción de la materia

La materia Optatividad proporciona una formación complementaria, en la que el alumno podrá elegir libremente en función de su interés profesional. Una vez adquirido el núcleo de conocimientos básicos y fundamentales para el desarrollo profesional de un diseñador digital en el resto de materias del grado. Cada asignatura optativa se encuentra ligada a las distintas materias del plan de estudios con la función de completar los perfiles profesionales definidos y completar el perfil del estudiante, permitiendo adquirir nociones en áreas concretas del Diseño, en Entorno 3D o la creación y edición audiovisual.

Descripción de la asignatura

La asignatura Diseño de packaging propone una visión genérica de diferentes soluciones creativas y técnicas sobre el envase de productos en las distintas variables y parámetros que se habrán de tener en cuenta: Condicionantes específicas de la ideación y diseño mediante herramientas digitales del packaging de producto, condicionantes de la solución técnica de producto, escenario del producto y usuario final, el proceso de fabricación, almacenamiento y distribución, su precio, su obsolescencia. De manera clave y principal, se tendrá en cuenta la comunicación gráfica que repercutirá en su posicionamiento y visualización por parte del público o audiencia y será clave principal del éxito o fracaso de un producto independientemente de su calidad.

La asignatura tiene la finalidad de dotar al estudiante de los conocimientos y herramientas necesarios para la realización de proyectos completos de diseño de envases y embalajes eficaces a la hora de ser percibidos y valorados por el consumidor en un entorno altamente competitivo.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

3.1 Competencias (genéricas, específicas y transversales)

G2 Conocer e interpretar los procesos simbólicos y de significación propios del lenguaje visual.

G4 Expresar ideas y conceptos mediante la aplicación de los fundamentos estéticos y de percepción de la imagen en cuanto a estructura, forma, color y espacio para la creación de contenidos digitales.

G5 Analizar de forma general un contexto, y en base a los datos recogidos, tomar decisiones sobre el proyecto digital asociado, de acuerdo con el público objetivo del mismo y el modelo de negocio establecido.

G7 Aplicar los fundamentos creativos de generación de ideas en los proyectos audiovisuales para entornos digitales.

G9 Optimizar el trabajo de acuerdo a los recursos tecnológicos relacionados con los procesos y herramientas del proyecto a desarrollar.

G10 Utilizar las técnicas y las herramientas artísticas asociadas a la generación de contenidos digitales.

E1 Ejecutar el dibujo con técnicas tradicionales y digitales de creación artística tanto para la ideación como para la representación de imágenes.

E5 Conocer y aplicar las clasificaciones tipográficas, la anatomía y las características de los tipos, así como su utilidad en cualquier medio audiovisual. E7 Definir e implementar el estilo visual adecuado para un proyecto.

E8 Valorar e implementar los aspectos formales, semánticos, funcionales y ergonómicos del diseño.

E9 Conocer e implementar las técnicas, herramientas y mecanismos necesarios para hacer efectiva la comunicación publicitaria de una marca.

EO3 Aplicar los principios del diseño y la composición gráfica al diseño de packaging.

3.2 Resultados de aprendizaje

Comprender la gramática y los significados del lenguaje visual.

Reconocer el lenguaje visual y compositivo de una obra artística.

Aplicar correctamente los elementos básicos de la imagen y los recursos estéticos para transmitir ideas y conceptos a través del diseño.

Emplear el color con intención, fundamento y conocimiento de sus principios físicos y de transformación y creación de la imagen.

Adaptar la idea y el estilo de un proyecto al briefing del cliente.

Adecuar el planteamiento de un proyecto al estudio de mercado y público objetivo al que va dirigido.

Identificar los cambios producidos en la sociedad debido a la inclusión de los nuevos medios digitales

Implementar recursos, ideas y métodos novedosos sirviéndose de la creatividad y la innovación.

Experimentar técnicas diversas de creatividad para la producción de obras artísticas.

Planificar eficazmente el trabajo, eligiendo los recursos y procesos adecuados al proyecto a desarrollar.

Emplear diversas técnicas de expresión artística para la generación de contenidos digitales.

Emplear distintas técnicas de dibujo tanto tradicionales como digitales.

Representar figuras naturales y el entorno físico a través del dibujo.

Adquirir las habilidades básicas de observación, interpretación y representación del entorno físico.

Comprender la forma, diseño y estructura que caracteriza una tipografía y sus connotaciones psicológicas para su aplicación en una obra artística.

Elegir la tipografía adecuada al proyecto y sus contextos comercial y artístico.

Desarrollar una biblia visual o guía de estilo del proyecto de diseño.

Conocer las nuevas tendencias creativas y estilos visuales demandados por la industria digital actual.

Crear diseños que reflejen los fundamentos y las características esenciales del mismo dependiendo del público al que vaya dirigido.

Comprender los procesos de creación de la imagen de una marca asociados a una campaña publicitaria.

Diseñar elementos de packaging empleando los recursos del diseño adecuadamente.

Conocer las diferentes soluciones creativas y técnicas existentes sobre el envase de productos.

Entender los condicionantes de la solución técnica de un producto, el proceso de fabricación, almacenamiento y distribución, que repercutirá en su posicionamiento y visualización por parte del público o audiencia al que esté dirigido.

4. CONTENIDOS

- El proyecto /briefings.
- Diseño de piezas de packaging según tipos de productos y entornos.
- Técnicas de dirección de arte/ Posicionamiento.
- Materiales.
- Aspectos, acabados y tratamientos.
- Tipos de cierres y adecuación para cada producto.
- Ciclo completo de industrialización de un producto.
- Ciclo de vida del producto y resolución del mismo

5. ACTIVIDADES FORMATIVAS Y MODALIDADES DE ENSEÑANZAS

5.1 Modalidades de enseñanza

La asignatura se desarrollará a través de los siguientes métodos y técnicas generales, que se aplicarán diferencialmente según las características propias de la asignatura:

- **Método expositivo/Lección magistral:** el profesor desarrollará, mediante clases magistrales y dinámicas los contenidos recogidos en el temario.
- **Estudio de casos:** análisis de casos reales relacionados con la asignatura.
- **Resolución de ejercicios y problemas:** los estudiantes desarrollarán las soluciones adecuadas aplicando procedimientos de transformación de la información disponible y la interpretación de los resultados.
- **Aprendizaje basado en problemas:** utilización de problemas como punto de partida para la adquisición de conocimientos nuevos.
- **Aprendizaje orientado a proyectos:** se pide a los alumnos que, en pequeños grupos, planifiquen, creen y evalúen un proyecto que responda a las necesidades planteadas en una determinada situación.
- **Aprendizaje cooperativo:** Los estudiantes trabajan en grupo para realizar las tareas de manera colectiva.

5.2 Actividades formativas

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
AF1 Clases teóricas / Expositivas	22	100%
AF2 Clases Prácticas	34	100%
AF3 Tutorías	4	50%
AF4 Estudio independiente y trabajo autónomo del alumno	34	0%
AF5 Elaboración de trabajos (en grupo o individuales)	52	0%
AF6: Actividades de Evaluación	4	100%

6. SISTEMA DE EVALUACIÓN

ACTIVIDAD DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN MÍNIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)	VALORACIÓN MÁXIMA RESPECTO A LA CALIFICACIÓN FINAL (%)
SE1 Evaluación de la participación en clase, en prácticas o en proyectos de la asignatura	10%	20%
SE2 Evaluación de trabajos, proyectos, informes, memorias	40%	80%
SE3 Prueba Objetiva	10%	50%

7. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

Bibliografía básica

Jackson P. Estructuras de packaging. Promopress, Barcelona, 2012.

Ambrose G, Harris P. Packaging de la marca. Parramón. 2011.

Wucius, Wong, Fundamentos del diseño, Barcelona, Colección GG Diseño, GG, 2012

Bibliografía recomendada

Calver G (2004) ¿Qué es el packaging?. Gustavo Gili: Barcelona.

Abellán. (2017) *Green packaging solutions*. Instituto Monsa.

Mason D, Giménez I. Materiales y procesos de impresión. Gustavo Gili, Barcelona, 2007.

Baines P.Y Haslam A. (2005). *Tipografía: Forma, función y diseño*. Gustavo Gili: Barcelona.

Bilz, S. ,Mischler, M. y Klanten, R. (2008). *El pequeño sabelotodo, sentido común para diseñadores*. IndexBook.

Glaser, J y Knight, C. (2011) *Ejercicios de diseño gráfico. Cuaderno práctico*. Barcelona: Gustavo Gili

Lidwell, W. Holden,K. y Butler, J. (2005). *Principios Universales del diseño*. Barcelona: Blume

Mono. (2007). *Identidad corporativa. Del brief a la solución final*. Barcelona: Gustavo Gili.

Samara, T. (2008) *El diseñador como chef. Ingredientes visuales y técnicas compositivas para la elaboración de grandes recetas de diseño gráfico*.