



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Packaging
CÓDIGO	:	DG83
CICLO	:	202102
CUERPO ACADÉMICO	:	Bouroncle Rodriguez, Milagros Escalante Robles, Martin Andre Filomeno Tejada, Carla Tatiana Santaya Zapata, Miguel Arturo
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Diseño Profesional Grafico

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Descripción: El curso de packaging de especialidad, de carácter teórico y práctico, dirigido a los estudiantes de sexto ciclo, diseñado para que tus proyectos sean trabajados en función al consumidor, el producto y el mercado. Aplicando tu capacidad de creación, análisis e innovación en la selección de materiales y procesos para utilizarlos de manera eficiente y responsable. Trabajaremos dos proyectos que nos ayudaran a entender el proceso de desarrollo y creación de packaging.

Propósito: El curso tiene como propósito crear empaques innovadores y eficientes desde el punto de vista comercial y de producción, tomando en cuenta las características del mercado y los diversos procesos para su elaboración.

Así mismo, busca desarrollar las competencias generales de razonamiento cuantitativo (Nivel 2) y la competencia específica de Procesos de diseño (Nivel 2).

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante diseña propuestas de empaques de productos con múltiples componentes que resaltan su valor.

Competencia, Razonamiento Cuantitativo

Nivel de logro, 2

Definición, Capacidad para interpretar, representar, comunicar y utilizar información cuantitativa diversa en situaciones de contexto real. Incluye calcular, razonar, emitir juicios y tomar decisiones con base en esta información cuantitativa.

Competencia, Procesos de Diseño

Nivel de logro, 2

Definición, Capacidad para aplicar metodologías y estrategias que permitan entender todas las variables de un Proyecto y que aseguren el resultado idóneo para el objetivo planteado.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 El propósito del Packaging y evolución

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante identifica los códigos que definen la personalidad y el posicionamiento de una marca aplicados a un empaque.

TEMARIO

Packaging, inicios y evolución.

- Inicios del packaging.
- Evolución de marcas y diferenciación.

Marketing y la relación producto / consumidor

- El packaging como gancho de venta.

Tendencias en packaging.

- Posicionamiento / Insight del consumidor.

Actividades de aprendizaje

1. Trabajo investigación de sobre la creación de una marca y familia de productos de Biocomercio para mercado local y venta digital

2. Análisis grupal de formas y estructuras

Exposición sobre códigos estéticos aplicados al mercado.

Bibliografía

-BURKE WillPietruszynski, James y BAER, Lisa (2011)

The big book of packaging.

New York : Harper Design.

-Sarah. Roncarelli Candace Ellicott, (2010)

Packaging essentials 100 design principles for creating packages.

Mass. : Rockport Publishers

-Grip (Firm : Chicago, Ill.), (2013)

Best practices for graphic designers : packaging : an essential guide for implementing effective package design solutions.

Beverly, Massachusetts : Rockport Publishers

HORA(S) / SEMANA(S)

1,2,3

UNIDAD N°: 2 Proceso Creativo del Packaging

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante aplica herramientas y conceptos que permitan diseñar empaques enfocados en las necesidades del consumidor, del producto y del mercado.

TEMARIO

Checklist del packaging.

- Lo que debes saber del producto/marca antes de diseñar.
- Todo comunica.
- Analisis de la Competencia y el mercado.
- Análisis Visual.

Investigación y Descubrimiento

- El Brief.(estructura de un brief).
- La investigación como base del diseño.
- Diseño efectivo ¿Qué busca el consumidor?

Selección del concepto

- Brainstorming.
- Moodboards.
- Mensaje, comunicación e interpretación visual.
- Posicionamiento de Marca.
- Elementos de la comunicación, jerarquía, composición y pesos.

Actividades de aprendizaje

PPT de sustento

1. Investigación, análisis y estrategia.
2. Concepto de marca
3. Unidades mínimas de identidad de la marca
4. Brainstorming, Moodboards, Mensaje, comunicación e interpretación visual, Posicionamiento de Marca.

Bibliografía

-Andrew. Gibbs, (2010)

Box Bottle Bag The World's Best Package Designs from the Editors of TheDieline.com

F+W Media

-Dupuis, Steven, Silva, John (2011)

Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging

Rockport Publishers

-Jackson, Paul (2012)

Structural Packaging

Laurence King

HORA(S) / SEMANA(S)

4, 5, 6, 7.8

UNIDAD N°: 3 Proceso de producción y desarrollo del Packaging**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante analiza las etapas del proceso de producción de un producto.

TEMARIO

Análisis de Producción y eficiencia logística

- La cadena logística.
- Definición del ciclo de distribución, almacenaje y transporte.

Materiales, formas

- Terminología.
- Tipos de empaques o envases.
- Materiales y acabados

La línea de producción y acabados

- La planta de envasado y acondicionamiento
- Tipos de impresión (serigrafía, offset, flexografía, hotstamping, vítrea, huecogrado).

Desarrollo y Producción

- Artes Finales, planos mecánicos y corrección de color

Actividades de aprendizaje

1. Arquitectura del empaque,
2. Planos mecánicos de la estructura (70x100cm).
3. Arte final de la gráfica:

Planos mecánicos con medidas, indicación de colores, acabados y materiales de cada

Bibliografía

-Jackson, Paul (2012)

Structural Packaging

Laurence King

-Muthu, Subramanian Senthilkannan (2016)

Environmental Footprints of Packaging

Springer, Singapore, Singapore

HORA(S) / SEMANA(S)

9,10,11,12,13

UNIDAD N°: 4 Packaging y el medio ambiente

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante combina los materiales para la creación de un empaque de manera eficiente y responsable.

TEMARIO

Entorno-Producto-Envase

- Funciones Globales de los empaques.
- Diseño para el reuso y el reciclaje
- Ecodiseño

Actividades de aprendizaje

PPT de sustento de Proyecto de Biocomercio

1. Investigación, análisis y estrategia.
2. Arquitectura del empaque,

3. Planos mecánicos de la estructura (70x100cm).

4. Arte final de la gráfica:

Planos mecánicos con medidas, indicación de colores, acabados y materiales de cada componente.

5. Mockups y/o Fotos del prototipo.

Bibliografía

-Dupuis, Steven, Silva, John (2011)

Package Design Workbook:

The Art and Science of Successful Packaging

Rockport Publishers

-Muthu, Subramanian Senthilkannan (2016)

Environmental Footprints of Packaging

HORA(S) / SEMANA(S)

14, 15

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

Curso mixto, 30% teórico y 70% práctico, donde el docente presentará elementos y conceptos que servirán de base para la investigación, exploración, creación y sustento de los ejercicios y proyectos que el estudiante realizará a lo largo del curso.

Se trabajarán dos proyectos que nos permitirán alcanzar los logros que nos hemos planteado como meta. Replanteamiento de empaques de un producto de exportación, que cumpla con todos los requerimientos técnicos, estéticos y de comunicación para competir en el mercado local como en el extranjero.

Creación de una marca y familia de productos de consumo masivo para mercado local y de venta virtual.

Definición de la identidad y concepto de la marca.

Elección de materiales y acabados que se aplicarán en la presentación de la familia de productos.

Los proyectos serán presentados en formato digital y deben ser colocados en la actividad que se les asigne en el Blackboard, durante en la semana de evaluación parcial y final respectivamente. (incluye conclusiones de la investigación, objetivo, propuesta estratégica, concepto, fotografías o mockups del empaque trabajado, planos y artes finales)

En la presentación del proyecto final, contaremos con la participación de un invitado o jurado para su evaluación.

El estudiante evidenciará el desarrollo de las competencias señalada en el sílabo por medio de tres proyectos

individuales calificados. Los proyectos están divididos en tres etapas: 1. Investigación y análisis, 2. Concepto y proceso creativo, 3. Ejecución de maquetas y sustento.

Al término de cada unidad rendirán/presentarán un trabajo calificado. En el TB1 se evaluarán las unidades 1 y 2. En el Trabajo Parcial se evaluará la unidad 3. En el trabajo 2 y trabajo final se evaluará la unidad 4.

La descripción de todas las evaluaciones antes mencionadas se detallan en las pautas y rúbricas que serán publicadas oportunamente en el Aula Virtual. El estudiante deberá dedicar al menos tres horas para las lecturas y análisis asignados fuera del horario de clases.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

$$15\% (TB1) + 30\% (TP1) + 15\% (TB2) + 40\% (TF1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	15
TP - TRABAJO PARCIAL	30
TB - TRABAJO	15
TF - TRABAJO FINAL	40

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 4	Evidencia de aprendizaje: Análisis y replanteamiento) Competencia evaluada: Razonamiento Cuantitativo Trabajo Grupal.	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8	Presentación de investigación de sobre la creación de una marca y familia de productos de Biocomercio para mercado local. Trabajo Individual.	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 12	Evidencia de aprendizaje: Avances de la Presentación del PPT Proyecto Individual Final Piezas desarrolladas, especificaciones técnicas del proyecto (recursos), Competencia evaluada: Razonamiento Cuantitativo Trabajo Individual.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Evidencia de aprendizaje: presentación Final Piezas desarrolladas, especificaciones técnicas del proyecto (recursos), y cuadro de planificación Estructura de costos. Competencia evaluada: Razonamiento Cuantitativo, Gestión del Diseño Trabajo Individual.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/6503762940003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL