

**MÁSTER EN ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS EN DISEÑO INTEGRAL DE PACKAGING PARA LA INDUSTRIA
ALIMENTARIA Y VITIVINÍCOLA**

CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TÍTULO

RESPONSABLE DEL TÍTULO

Nombre: Irene

1º apellido: de Juan

2º apellido: González

NIF: 16549245D

Centro, departamento o instituto responsable del título:

Escuela Superior de Diseño de La Rioja.

Consejería de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno de La Rioja.

1. DESCRIPCIÓN DEL TÍTULO

1.1. Denominación del título:

Máster en Enseñanzas Artísticas en diseño integral de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola.

1.2. Universidad Solicitante y Centro:

Escuela Superior de Diseño de La Rioja. CIF Q2668127J

Consejería de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno de La Rioja.

1.3. Tipo de enseñanza: Presencial.

1.4. Número de plazas

1.4.1. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 1º año de implantación: 20

1.4.2. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 2º año de implantación: 20

1.4.3. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 3º año de implantación: 20

1.4.4. Número de plazas de nuevo ingreso ofertadas en el 4º año de implantación: 20

1.5. Número de créditos de matrícula por estudiante y período lectivo y requisitos de matriculación:

Alumno a tiempo completo: 60 créditos

Alumno a tiempo parcial: mínimo de 20 créditos y máximo de 56 créditos

Periodo lectivo: de septiembre a junio distribuido en 2 cuatrimestres

Requisitos de matriculación: Título de grado o equivalente

Requisitos de Matriculación ante la existencia de necesidades educativas especiales: Certificación que acredite un grado de minusvalía igual o superior al 33%.

1.6. Resto de información necesaria para la expedición del Suplemento Europeo al Título de acuerdo con la normativa vigente:

Rama de conocimiento: Artes y humanidades

Orientación: Profesional

Naturaleza de la institución que ha conferido el título: Centros públicos de enseñanza superior

Naturaleza del centro universitario en el que el titulado ha finalizado sus estudios: Centro público

Profesiones **reguladas por ley** para las que capacita el título propuesto: **No procede**

Lengua(s) utilizadas a lo largo del proceso formativo: **Castellano e inglés.**

2. JUSTIFICACIÓN DEL TÍTULO

2.1. INTERÉS ACADÉMICO, CIENTÍFICO O PROFESIONAL DEL TÍTULO PROPUESTO

La presente propuesta de Máster viene justificada por varias razones que la sustentan a nivel académico, científico y profesional que detallamos seguidamente. Además, se han tenido en cuenta la tradición, el contexto sociocultural y la oferta de títulos existente.

Los estudios de postgrado son de nueva implantación en la Escuela Superior de Diseño de La Rioja, por lo tanto, la institución carece de experiencia anterior en la impartición de títulos de Máster. A pesar de ello, la experiencia de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja en Enseñanzas Artísticas Superiores avalan la capacidad del centro para llevar a cabo programas de educación superior.

La presentación del título se justifica a partir de las siguientes razones:

- 1.- Debido a la normativa establecida en la ordenación académica de las enseñanzas artísticas.
- 2.- Porque a pesar de la existencia de otros postgrados dedicados al packaging en España, e incluso en otros países europeos, ninguno está orientado al ámbito alimentario y vitivinícola.
- 3.- Para aportar una aproximación al mundo profesional y a la realidad comercial de nuestra comunidad.

A continuación se detallan y justifican cada una de las anteriores premisas, que dan razón de ser al título.

Justificación académica:

La plena inclusión de las enseñanzas artísticas en el Espacio Europeo de Educación Superior supone la oportunidad de ofertar al alumnado la posibilidad de cursar estudios superiores de diseño en los niveles de grado y postgrado de una manera especializada, profesional y eficiente.

El marco europeo, desde la declaración de Bolonia de 1999, adoptando un modelo de dos niveles de estudios superiores en grado y Máster, con créditos ECTS, que promueve la movilidad, el aprendizaje a lo largo de la vida y la cooperación europea, nos ha proporcionado un sistema centrado en el aprendizaje del alumno y la revalorización de la función docente del profesorado. En los estudios de Máster los objetivos formativos están orientados a la profundización intelectual, posibilitando un desarrollo académico disciplinar e interdisciplinar de especialización científica, de orientación a la investigación o de formación profesional avanzada.

La Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, regula de forma específica en sus artículos 54, 55, 56, 57 y 58 las Enseñanzas Artísticas Superiores indicando como tales los Estudios Superiores de Música y de Danza, las Enseñanzas de Arte Dramático, las Enseñanzas de Conservación y Restauración de bienes culturales y los Estudios Superiores de Diseño y de Artes Plásticas. Así en los puntos 5 y 6 se indica que *las administraciones educativas fomentarán convenios con las universidades para la organización de estudios de doctorado propios de las enseñanzas artísticas; además de fomentar programas de investigación en el ámbito de las disciplinas que les sean propias*. De forma más específica, en el Decreto 11/2012, de 4 de abril¹, se establece el currículo de los Estudios Superiores de Diseño impartidos en los centros de la Comunidad Autónoma de La Rioja. También en el Estatuto de Autonomía de La Rioja, se dispone en su artículo 10.1 *que corresponde a la Comunidad Autónoma la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades*.

Por otro lado, la LOE dispone que los centros superiores de enseñanzas artísticas fomentarán programas de investigación en el ámbito de las disciplinas que les sean propias. Por lo tanto, la implantación de los estudios de Máster en la Escuela Superior de Diseño de La Rioja supondría la oportunidad de ahondar en las posibilidades investigadoras, de profesionalización y de relación con la práctica profesional de varias disciplinas del diseño de una manera integral y multidisciplinar.

Posteriormente, el Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, y estructura las enseñanzas artísticas superiores en Grado y Postgrado, previendo en este último nivel las enseñanzas de Máster y los estudios de doctorado en el ámbito de las disciplinas que les son propias mediante convenios con las universidades. Asimismo, en el Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, se instituye la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la LOE. Y de forma más específica, en el Capítulo II, artículo 7 de este Real Decreto, se permite a los centros de enseñanzas artísticas superiores ofertar enseñanzas de Máster. Según el artículo 9 de dicho decreto, las enseñanzas artísticas de Máster tienen como finalidad la adquisición por el estudiante de una formación avanzada, de carácter especializado o multidisciplinar, orientada a la especialización académica y profesional, o bien a promover la iniciación en tareas investigadoras. El artículo 14 del mismo decreto menciona el proceso del diseño de los planes de estudios del título de Máster, que constaría en lo siguiente:

- Los planes de estudios de los títulos de Máster serán elaborados por las Administraciones educativas a iniciativa propia o a propuesta de los Centros e inscritos en el Registro Central de Títulos de acuerdo con lo establecido en el presente real decreto.
- Dichos planes poseerán entre 60 y 120 créditos, conteniendo toda la formación teórico-práctica que los alumnos deben obtener: materias obligatorias y optativas, seminarios,

¹ Ver anexo 1.

prácticas externas, trabajos dirigidos, trabajo de fin de Máster, actividades de evaluación, y otras imprescindibles según las particulares de cada título.

- Estas enseñanzas finalizarán con la elaboración y defensa pública de un trabajo de interpretación, creación o investigación fin de Máster, el cual contendrá entre 6 y 30 créditos.

Por otro lado, el Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan las enseñanzas artísticas reguladas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, dispone que los estudios de Grado y Máster regulados en el Real Decreto 1614/2009, se podrán ofertar en los centros de enseñanzas artísticas superiores teniendo los centros públicos la denominación genérica de Escuelas Superiores de Diseño.

En el ámbito de la Comunidad Autónoma de La Rioja, mediante el Decreto 26/2011, de 1 de abril², se ha creado la Escuela Superior de Diseño de La Rioja. Además, la Consejería de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno de La Rioja publicó el Decreto 11/2012, de 4 de abril, por el que se regulan las enseñanzas artísticas superiores conducentes a la obtención del Título Superior de Diseño en la Comunidad Autónoma de La Rioja y se establece su plan de estudios.

Asimismo, nos gustaría mencionar la comunicación de la Comisión Europea de Educación sobre la modernización de las instituciones de enseñanza superior en Europa. (*Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions, supporting growth and jobs – an agenda for the modernisation of Europe's higher education systems the potential of European higher education institutions to fulfil their role in society and contribute to Europe's prosperity remains underexploited. Bruselas 20.9.2011*)³. En dicho documento se afirma de manera rotunda el hecho de que Europa necesita una gran variedad de instituciones de enseñanza superior, y cada una debe perseguir la excelencia en línea con su misión y prioridades estratégicas. Dentro de las áreas clave para conseguir dicho objetivo se encuentran las siguientes: aumentar la cantidad de graduados en educación superior a todos los niveles, mejorar la calidad y relevancia del desarrollo del capital humano en la educación superior, crear mecanismos de gobierno y financiación en apoyo de la excelencia, y reforzar el triángulo de conocimiento entre educación, investigación y negocio en la internacionalización de la educación superior, implicando a las empresas e instituciones en el diseño y enseñanza de programas educativos. Todas estas áreas son de plena aplicabilidad en el diseño de esta propuesta de Máster, que por lo tanto se ajusta a los requisitos sobre la calidad y modernización de las enseñanzas superiores en Europa.

En cuanto a la modalidad propuesta para la impartición del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola*, se considera que la modalidad presencial es la más idónea, dado el carácter mayoritariamente práctico y experimental de las competencias y objetivos.

² Ver anexo 1

³ Ver anexo 2

Finalmente, otra justificación académica que debemos mencionar es la gran demanda de títulos de postgrado por parte del alumnado existente y egresados de las enseñanzas artísticas superiores de diseño en sus diferentes modalidades, así como los estudiantes que finalizaron sus estudios superiores de diseño en planes educativos anteriores. De acuerdo con las indicaciones de la comisión europea en educación, un mejor seguimiento de las instituciones de educación en los itinerarios profesionales de sus egresados puede informar del diseño del programa y aumentar su relevancia.

Justificación académica en el marco de otros postgrados de perfil similar:

Actualmente según el marco normativo, sin precedentes en la historia de las disciplinas artísticas, muchos titulados superiores en diseño pueden completar su formación y encontrar distintos postgrados artísticos y programas de investigación impartidos por centros privados de Diseño, los cuales son ajenos a las Universidades⁴.

La tabla comparativa de la oferta de formación Artística Europea que presenta el Libro Blanco de Bellas Artes/Diseño/Restauración (2004), muestra la existencia de postgrado en Máster y Doctorado en el área de Diseño en muchos países Europeos.

Sin embargo, la necesidad de ofrecer un Máster Oficial de Packaging queda justificada, pues a pesar de encontrar distintas ofertas en el ámbito privado (postgrados, Másteres y cursos de verano), y en alguna universidad española, más enfocada a aspectos tecnológicos y de ingeniería, tampoco existen otras alternativas similares. De igual modo, en el espacio europeo hallamos distintos másteres vinculados con los envases y embalajes, pero **ninguno relacionado específicamente con el ámbito alimentario y vitivinícola**.

A continuación mencionamos los centros que imparten másteres nacionales y europeos más relevantes relacionados con packaging:

- BAU, CENTRO UNIVERSITARIO DE DISEÑO DE BARCELONA
- ELISAVA (Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona)
- UNIVERSITAT RAMON LLULL
- INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INGENIERÍA DE ALIMENTOS
- ISTITUTO MARANGONI
- BRUNEL UNIVERSITY WEST LONDON
- LOUGHBOROUGH UNIVERSITY
- INSTITUTO EUROPEO DE DISEÑO

⁴ En este apartado no incluimos otros ciclos formativos, a pesar de la clara vinculación con los contenidos del título, como puede ser el curso de verano: "Diseño en la Gastronomía", ofertado por el IED (Máster Madrid Centro Superior de Diseño).

Los programas impartidos por estas instituciones están detallados en el apartado 2.2.3.

Justificación económica, geográfica y sociocultural:

La elección geográfica para la implantación de este Máster en La Rioja viene motivada no solamente por el tejido industrial de los ámbitos alimentario y vitivinícola, sino también por la industria relacionada con el área de las artes gráficas y de los envases. Además de la red industrial y empresarial en los sectores anteriormente mencionados, consideramos de vital importancia la labor que diversas instituciones vienen desarrollando para promocionar el uso del diseño en las empresas de nuestra comunidad.

Un ejemplo de ello es la ADER, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, que junto con el Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEDIR) impulsan desde hace varios años diferentes iniciativas para la mejora en la calidad de las empresas riojanas a través del diseño. En el XVI boletín informativo del CEDIR Javier Erro Urrutia, Presidente de la ADER señalaba a este respecto:

En una región como La Rioja, donde las empresas agroalimentarias tienen un peso fundamental en la estructura socioeconómica, el packaging se convierte en una herramienta decisiva para la diferenciación de nuestros productos. Pero, no sólo las empresas agroalimentarias necesitan de un buen packaging; sectores como el calzado o el mueble se pueden valer de un buen embalaje para reducir costes de transporte o espacio de almacenamiento.⁵

Entre octubre de 2001 y abril de 2002 se llevó a cabo el proyecto “Diseño aplicado a la estrategia empresarial”, en el que ya estaba muy presente la importancia del diseño de *packaging*, y que consistió en lo siguiente:

Este proyecto fue una iniciativa para promocionar el uso del diseño entre las medianas y pequeñas empresas de La Rioja. Con él se quiso demostrar la eficacia y rentabilidad del diseño como herramienta en la estrategia comercial, ya fuera aplicándolo a la mejora de la comunicación de productos y servicios o la identidad corporativa.

El proyecto contó con el apoyo financiero del Plan de Consolidación y Competitividad de las PYME y la colaboración de diversas instituciones y entidades de la Comunidad Autónoma.

Iniciado el pasado mes de octubre, “Diseño Aplicado a la Estrategia Empresarial” se desarrolló a lo largo de tres fases. En primer lugar, se celebró una jornada de sensibilización y presentación dirigida a las pequeñas y medianas empresas. Una vez explicadas las características del proyecto y las condiciones de participación, se presentaron 34 empresas de las que finalmente fueron seleccionadas 20.

En la siguiente fase, se asignaron a estas 20 empresas los profesionales del diseño más acorde con sus necesidades, cuyo cometido fue efectuar un estudio de la empresa y elaborar propuestas de

⁵ “La diferenciación en el punto de venta”, CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 16, junio 2006, págs. 1-2. Ver anexo 3.

*creación o mejora para la imagen corporativa, catálogo, etiquetas, packaging, web y otros elementos de comunicación comercial.*⁶

También en 2002 se realizó la jornada “Diseño e Internacionalización. Cómo mejorar la exportación a través del diseño”⁷.

En Octubre de 2003 ya se mostraba en el boletín del CEDIR su preocupación por la concienciación de los empresarios sobre la importancia del *packaging*:

*Con el objetivo de concienciar al empresario riojano de la importancia del packaging desde la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, a través del CEDIR y en colaboración con el Club de Marketing de La Rioja estamos trabajando en la elaboración de una jornada que analice y ofrezca soluciones a las empresas riojanas en este sentido.*⁸

En diciembre de 2003 la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja, a través del CEDIR y en colaboración con el Club de Marketing de La Rioja, organizó el seminario “*Packaging en Alimentación, Mejora de Negocio*”⁹ que viene a dar continuidad a otras actuaciones relacionadas con el *packaging*, como las siguientes: Seminario “Gestión estratégica de marcas. Creación, mejora y actualización de productos”. Logroño, 14 de junio de 2002; SALICAL 2003 “V encuentro europeo de D.O.P., I.G.P., E.T.G., seguridad, trazabilidad y calidad alimentaria”. Albelda de Iregua, 28 de marzo de 2003; Ciclo Jueves de Diseño “Caso Vinçon: Cómo mejorar la comunicación comercial a través del diseño”, Pati Núñez. Logroño, 19 de junio de 2003¹⁰.

En 2006 un total de 55 empresas riojanas del sector agroalimentario pudieron beneficiarse del proyecto “Promoción e incorporación del diseño en la estrategia empresarial”¹¹, cuyo objetivo es mejorar la competitividad a través del impulso del diseño como elemento estratégico empresarial. Este proyecto, impulsado por la Asociación para la Investigación de la Industria Cárnica de La Rioja (ASICAR) contó con un presupuesto de 681.200 euros, de los que el 53,5% estaba subvencionado a través del Plan de Consolidación y Competitividad de la Pequeña y Mediana Empresa.

En 2007 se creó “La marca y el *packaging* en el sector agroalimentario”¹², que impulsan la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), el Centro Tecnológico de la Industria Cárnica de La Rioja (CTIC) y el Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEDIR). Se trata de un programa que consiste en mejorar el diseño de las marcas y logotipos, competir con etiquetas más atractivas, actualizar los

⁶ “Diseño aplicado a la estrategia empresarial”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 1, julio 2002, págs. 2-3. Ver anexo 3.

⁷ Actividades Realizadas CEDIR. Diseño e Internacionalización. Cómo mejorar la exportación a través del diseño. 14 de Septiembre de 2002, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 2, noviembre 2002, pág. 5. Ver anexo 3.

⁸ “Calendario CEDIR”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 5, octubre 2003, pág. 8. Ver anexo 3.

⁹ “Jornada “Packaging en Alimentación, Mejora de Negocio”. 16 de diciembre de 2003”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 6, diciembre 2003, pág. 8. Ver anexo 3.

¹⁰ “Packaging en alimentación y gran consumo, envases y embalajes con personalidad vendedora”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 7, marzo 2004, págs. 4-5. Ver anexo 3.

¹¹ Web Gobierno de La Rioja <http://www.larioja.org/npRioja/default/defaultpage.jsp?idtab=502068&IdDoc=604935> 19/10/2006.

¹² “La marca y el *packaging* en el sector agroalimentario”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 18, diciembre 2006, págs. 13-14. Ver anexo 3.

envases y embalajes o estar presente en Internet con una web moderna al alcance de las empresas agroalimentarias con una inversión mínima.

En 2008 la ADER lanza el “Programa de diagnóstico tutelado y apoyo a la incorporación del diseño”¹³. Es la primera línea de ayuda dedicada exclusivamente al diseño en la historia de la ADER. La novedad que presenta es un diagnóstico tutelado que analiza la situación de la empresa en diseño y le ayuda a definir las acciones estratégicas en la materia.

Otra muestra de la preocupación de la ADER y del CEDIR por el diseño en la industria alimentaria y vitivinícola es que aparece en la mayor parte de sus boletines. Además, en los números 27¹⁴ y 28¹⁵ se realizó un especial sobre etiquetas de vino diseñadas por profesionales del diseño y la comunicación de La Rioja.

En el mes de febrero de 2010, la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER) abrió la primera convocatoria de ayudas para el año 2010, y entre las muchas líneas de apoyo a la empresa que se convocaron, destacan aquellas destinadas a potenciar la incorporación del diseño entre el tejido empresarial de la Comunidad. En declaraciones de su presidente Javier Erro Urrutia:

*En tiempos de crisis, somos más conscientes que nunca de la importancia que tiene para las empresas apostar por la diferenciación. La planificación estratégica de la ADER ha contemplado esta necesidad y ha desarrollado líneas específicas de apoyo al diseño, además de otras que tienen el diseño como un pilar fundamental.*¹⁶

En diciembre de 2013 el gerente de la ADER, Javier Ureña, junto con el director general del Club de Marketing, Eladio Aráiz, presentaron un encuentro novedoso sobre diseño centrado en el ámbito del *packaging* para el sector del vino¹⁷ que se celebró en el Espacio Lagares de Logroño y que congregó a destacados profesionales¹⁸ especializados en esta materia como: Xavier Bas, director creativo de Xavier Bas Disseny; Eduard Duch, cofundador del estudio de comunicación gráfica Atipus, y Roberto Quiñones, socio Director de Brand Session Design, estudio de diseño especializado en *branding* para vinos.

Para finalizar este apartado mencionaremos la opinión de la Comisión Europea sobre educación en cuanto el efecto de la enseñanza superior en el contexto en el que se integran:

*Las instituciones de educación superior pueden guiar el desarrollo económico en los territorios donde están situado*¹⁹.

¹³ “Programa de diagnóstico tutelado y apoyo a la incorporación del diseño”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 24, junio 2008, págs. 42-43. Ver anexo 3.

¹⁴ “Etiquetas de vino, vendedoras silenciosas”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 27, julio 2009, págs. 11-18. Ver anexo 3.

¹⁵ “Etiquetas de vino, vendedoras silenciosas”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 28, diciembre 2009, págs. 11-21. Ver anexo 3.

¹⁶ “Nueva convocatoria de ayudas para la incorporación del diseño”, *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 29, marzo 2010, pág. 5. Ver anexo 3.

¹⁷ Web ADER <http://www.ader.es/sala-de-prensa/notas-de-prensa/2013/diciembre/javier-urena-ha-presentado-la-jornada-de-diseno-del-packaging-en-el-sector-del-vino-de-la-rioja-17-12-13/> 17/12/13

¹⁸ Para consultar el programa ver el anexo nº 19. Ver anexo 4.

¹⁹ Ver anexo 2.

Justificación cualitativa:

En este apartado consideramos necesario mencionar las colaboraciones de diseñadores o estudios de diseño de reconocido prestigio en el ámbito del *packaging* con la Escuela Superior de Diseño de La Rioja.

Son numerosas las colaboraciones que la Escuela Superior de Diseño de La Rioja ha establecido con diversos estudios profesionales del ámbito del *packaging* y de la industria alimentaria y vitivinícola, algunos de ellos ubicados en nuestra región y otros en el ámbito nacional. La mayor parte de estos estudios y diseñadores han cosechado multitud de premios de reconocido prestigio a nivel tanto nacional como internacional.

Como primer ejemplo podemos citar que en marzo de 2007 durante las XIII Jornadas de Diseño²⁰ de la ESDIR el diseñador industrial Martín Ruiz de Azua impartió un taller de *Packaging*²¹.

Uno de los ejemplos de colaboración más significativos es el estudio de diseño riojano Moruba²², un colaborador habitual de la ESDIR:

- El 10 de enero de 2013 los alumnos de 3º de Diseño Gráfico visitan a Moruba²³
- Los días 2 y 3 de mayo de 2013 participaron junto a otros diseñadores con estudios ubicados en Logroño en el Design Walk.²⁴
- El 20 de enero de 2014 el estudio impartió un taller que consistía en realizar la línea de *packaging* de tres vinos de la marca ficticia "Sedal" que se vendería en China.²⁵

Moruba ha obtenido prestigiosos premios²⁶ como: Best Pack de plata en Alimentaria 08²⁷, Laus de plata *packaging* 2013, Laus de bronce naming 2013, The Dieline 3rd Place Wine & Champagne 2013, D&AD in book *packaging* 2013, Gold Pentaward 2013, no todos ellos obtenidos en el mundo del vino, ya que en 2000 recibió un Pentawards por la cerveza riojana Mateo & Bernabé²⁸.

En 2011, en el marco de las XVII Jornadas de Diseño de la ESDIR²⁹, tuvimos el placer de contar con los Brosmind, estudio de ilustración de Barcelona fundado por los hermanos Mingarro en 2006. Los Brosmind son especialistas en ilustración y que además realizan trabajos de *packaging*. Uno de los

²⁰ "XIII Jornadas de Diseño Del 12 al 16 de marzo de 2007" *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 19, marzo 2007, págs. 13-21. Ver anexo 3.

²¹ "XIII Jornadas de Diseño" *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 20, julio 2007, pág. 27. Ver anexo 3.

²² "Moruba", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 25, octubre 2008, págs. 30-33. Ver anexo 3.

²³ Web ESDIR: <http://www.esdir.eu/c/616/visita-a-moruba-estudio-de-diseno-grafico>. 11/01/2013

²⁴ Web ESDIR: <http://www.esdir.eu/c/654/design-walk-logrono-2013> 24/04/2013

²⁵ Web ESDIR: <http://www.esdir.eu/c/758/taller-con-moruba> 21/01/2014

²⁶ "Moruba, Gold Pentaward 2013 por Rasurado", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 38, diciembre 2013, pág. 24. Ver anexo 3.

²⁷ "Moruba gana un premio Best Pack de plata en Alimentaria 08", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 23, abril 2008, pág. 27. Ver anexo 3.

²⁸ "Mateo y Bernabé, la primera cerveza artesanal de La Rioja, recibe un Pentawards Silver por el diseño de su *packaging*, obra de Moruba", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 35, diciembre 2012, págs. 56-59. Ver anexo 3.

²⁹ "XVII Jornadas de Diseño", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 32, abril 2011, págs. 16. Ver anexo 3.

ejemplos más conocidos es el que nació de su colaboración con el estudio Moruba:

*La familia de vinos "Spanish White Guerrilla" diseñada por Moruba para la empresa riojana Vintae, ha merecido el reconocimiento del jurado de FAB Awards, galardones que fueron entregados el pasado lunes 23 de mayo en el exclusivo The Hurlingham Club de Londres. En la XIII edición de los FAB Awards, Vintae ha estado a la altura creativa de marcas como Coca Cola, M&M's, Kellogg's, McDonald's, Schweppes, Starbucks o Marks & Spencer, también galardonadas en este certamen. Tanto Moruba como Vintae han sido las únicas empresas españolas premiadas en el prestigioso festival londinense.*³⁰

Otro de nuestros colaboradores, que también participó en el Design Walk³¹ y que cuenta con numerosos premios, es el estudio Sidecar³² que con la colección de vinos "Siete Pecados" diseñada para la bodega de Rioja *No hay Vida sin Pecado*, ha obtenido premios como: The Dieline 1st International Award, Pentawards 2011 Silver Award, y The Mobius 1st International Award, lo que convierte a este proyecto en uno de los más galardonados en el ámbito internacional. Este último es uno de los premios internacionales más antiguos e independientes del mundo de la publicidad, establecido en 1971 en Chicago por J.W. Anderson. Desde el año 2001, Mobius ha estado bajo la dirección de Lee W. Gluckman. La sede de los Premios se encuentra ahora en Redondo Beach, Los Angeles, California. Sidecar es el único estudio español premiado en esta edición de The Mobius Awards, compitiendo con agencias internacionales de más de 29 países de la talla de Leo Burnett, McCann, Euro RSCG, Turner Duckworth, etc. Han puesto su nombre al lado de marcas como Bombay, Glenlivet, Starbucks, Waitrose, Vodafone...³³; en 2012 también obtuvo un Mobius por el diseño rompedor y sugerente del aceite Lolita³⁴.

La agencia de diseño Contrabriefing es otra de las agencias que mantiene colaboraciones periódicas con la ESDIR. En 2013 colaboró junto a otros estudios creativos como Flamingo Estudio, Moruba, Contrabriefing, Graphicant.es, Lalolagráfica y Sidecar en el evento Design Walk 2013³⁵.

Esta firma fue finalista en 2008 de los premios Anuaria³⁶ en cuatro categorías, entre ellas la de *packaging* por su trabajo para Culto de Bodegas de Aldeanueva. Algunos años más tarde logró el bronce en la modalidad de *packaging* en un certamen en el que participaron 236 empresas de España, USA y Francia, y en el que fueron premiadas marcas líderes del mercado como Coca Cola, Danone, Nestlé, Heineken o Campofrío en sus diversas categorías.³⁷

Actualmente la ESDIR colabora con varias empresas locales y regionales para la realización de

³⁰ "Moruba internacionaliza el diseño gráfico riojano" *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 33, noviembre 2011, pág. 27. Ver anexo 3.

³¹ Web ESDIR <http://www.esdir.eu/c/666/cronica-de-un-paseo-por-el-diseno-design-walk-logrono-2013> 10/05/2013

³² "Design Walk Logroño 2013, 2 Días, 2 Recorridos, 6 Estudios", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 37, julio 2013, págs. 10-11. Ver anexo 3.

³³ "Siete Pecados de Sidecar, Primer premio Mobius", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 34, mayo 2012, pág. 36. Ver anexo 3.

³⁴ "Sidecar, reinventa Lolita", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 36, abril 2013, pág. 22. Ver anexo 3.

³⁵ "Design Walk Logroño 2013, 2 Días, 2 Recorridos, 6 Estudios", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 37, julio 2013, págs. 10-11.

³⁶ "Premios Anuaria", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 26, marzo 2009, pág. 22. Ver anexo 3.

³⁷ "Contrabriefing, única empresa riojana premiada en el "Best Pack" *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 34, mayo 2012, pág. 36. Ver anexo 3.

las prácticas curriculares de nuestros alumnos³⁸. Una de ellas es la empresa Calcco, que ha ganado diversos premios en el ámbito del *packaging* como el Laus de Bronce³⁹ por su trabajo para Caburé.

Además de los colaboradores locales existen numerosos ejemplos de estudios de diseño que colaboran con nuestra escuela. La mayor parte de ellos además han contribuido con su labor creativa, que aunque se desarrolla fuera de La Rioja, se aplica en gran medida a los productos de esta tierra. Uno de ellos es el estudio barcelonés Dorian que ha impartido conferencias⁴⁰ y talleres⁴¹ en la ESDIR y que ha sido galardonado con prestigiosos premios en envases de la Denominación de Origen Rioja como: "Alfaro Barroco" con los premios⁴², German Design Award 2014 - Mención Especial, European Design Awards 2012 – Plata y Laus Awards 2012 – Plata o sus creaciones para *Finca de la Rica* en los vinos "El Buscador", "El Guía" y "El Nómada"⁴³ con los premios: The Dieline Awards 2012 (Tercer Puesto) y Laus Awards 2012 (Plata).

Otro ejemplo es el diseñador gráfico Eduardo del Fraile, autor del libro *Wine Labels*⁴⁴ (Index Book, 2010), una recopilación de un extenso surtido de etiquetas de vino del siglo pasado y actual, y que ha colaborado en el ciclo de conferencias *Jueves de Diseño*⁴⁵ y en un taller⁴⁶ en el que los alumnos pensaron, dibujaron botellas, aprendieron sobre *packaging*, tipografía y escucharon consejos para afrontar con éxito un proyecto gráfico.

Justificación profesional y de realidad comercial:

En último lugar, deseamos justificar la necesidad profesional que el *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* puede aportar en los diferentes sectores industriales de nuestra comunidad, muchos de ellos faltos de diseñadores profesionales con una formación adecuada, tanto en relación a los conocimientos, habilidades y disciplinas necesarias para *conocer la cadena de valor de la empresa*, como a la beneficiosa aportación que pueden desarrollar en el ámbito económico, medioambiental, creativo y propios de la realidad empresarial de La Rioja, o de otras comunidades.

El objetivo principal de este Máster Oficial es formar profesionales en el campo del envase y embalaje agroalimentario y vitivinícola, que apliquen de forma óptima toda la metodología proyectual, aplicando sus propuestas a empresas e industrias reales, apoyados a su vez por la

³⁸ Ver anexo 11.

³⁹ "Laus de bronce para Caburé de Calcco", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 37, julio 2013, págs. 28. Ver anexo 3.

⁴⁰ Profesionales multidisciplinares centran el Jueves del Diseño", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 34, mayo 2012, pág. 21 Ver anexo 3.

⁴¹ "Taller sobre diseño de *packaging* de vino con Estudio Dorian", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 37, julio 2013, págs. 14-15. Ver anexo 3.

⁴² "Las empresas riojanas, "La diferencia creativa" y "Hola Jorge" copan los premios a la mejor campaña de marketing directo on-line 2010", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 33, noviembre 2011, pág. 21. Ver anexo 3.

⁴³ Web Estudio Dorian <http://www.estudiodorian.com/Finca-de-la-Rica>

⁴⁴ "Publicaciones: Wine Labels", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 30, agosto 2010, pág. 33. Ver anexo 3.

⁴⁵ "César García y Eduardo del Fraile en el Ciclo Jueves de Diseño" *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 31, diciembre 2010, pág. 17. Ver anexo 3.

⁴⁶ "Taller de Eduardo del Fraile", *CEDIR Publicación sobre el diseño y la comunicación en La Rioja*, Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), Nº 34, mayo 2012, pág. 22. Ver anexo 3.

dirección de otros diseñadores y técnicos más ejercitados e integrados en el tejido empresarial. El título de Máster ofertado instruye a sus egresados para que puedan desarrollar puestos relacionados con el mundo del diseño de packaging en el sector alimentario y vitivinícola.

Esta propuesta vincula de forma directa los estudios con el mundo empresarial, facilitando la posible incorporación laboral de futuros profesionales. Los beneficios son recíprocos, ya que la empresa tiene la ocasión de apostar por propuestas más emergentes, de este modo, la empresa-industria logra una conexión directa con el diseño actual, que constituye un factor determinante en su desarrollo. Asimismo, como generadora de empleo, riqueza y desarrollo económico y social se le posibilita el acceso directo a una buena cantera de diseñadores, paso previo a una posible contratación. Por otro lado, los alumnos se aprovechan del contacto directo con la industria, el proceso y la tecnología, para adquirir conocimientos y formación identificados con las actividades y la organización productiva. Asimismo, mejoran su currículum y su experiencia en la relación con el cliente. Además pueden tener la oportunidad de ver producidas alguna de sus ideas en el mercado, aliciente para poder iniciar su carrera profesional y para esforzarse en esta última fase de su formación. Y finalmente la ESDIR (Escuela Superior de Diseño de La Rioja) gana prestigio por colaborar con el desarrollo directo del diseño y de la industria riojana.

Algunas de las diferentes colaboraciones establecidas con empresas, se contemplan ya en la *Convocatoria para seleccionar proyectos teórico-formativos entre la Escuela Superior de Diseño de La Rioja (ESDIR) y diferentes empresas riojanas*, la cual se puede estudiar con más detenimiento en el anexo 9, (*"Decálogo para Diseño de Producto"*⁴⁷, 17 de Mayo 2012, pp. 85-87.) Dichas colaboraciones abren expectativas reales a la necesaria colaboración Escuela-Empresa. La formación del alumno está, mayoritariamente, en manos de la Escuela pero puede ser la industria la que aporte la formación práctica indispensable para adquirir competencia profesional desarrollando, en numerosas colaboraciones, proyectos reales.

Walter Gropius en su artículo *Bauhaus Dessau. Principios de la producción de la Bauhaus de 1926* ya proclama la relación viva que debe existir entre la creación y la industria, entre el diseño y el sistema de producción. El objetivo es crear elementos que satisfagan requisitos económicos, técnicos y formales, y para ello la formación práctica y el conocimiento de la producción es fundamental.

La relación y compromiso entre escuela y empresa se nutre de las crecientes ayudas que Comunidades y Estado han desarrollado en sus políticas de I+D+I, con el fin de incrementar el potencial y eficacia de nuestro capital humano. En referencia a nuestra comunidad, se encuentran las becas propuestas por la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), publicadas en el B.O.R. nº 137 (4/11/2013)⁴⁸, con ellas se fomenta el espíritu empresarial y mejora de la adaptabilidad de trabajadores, empresas y empresarios. En este sentido, y como señala la convocatoria: "La Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), a través del Centro de Diseño Integral de La Rioja (CEDIR), está realizando un importante esfuerzo en potenciar la utilización del diseño como elemento

⁴⁷ Ver anexo 9.

⁴⁸ Ver anexo 1.

diferenciador y herramienta de competitividad empresarial. En este sentido, es vital que las empresas riojanas puedan contar con los mejores profesionales. Las becas tienen un doble objetivo, en primer lugar facilitar la incorporación de jóvenes titulados al mundo laboral, donde podrán complementar la formación reglada que han recibido con una de carácter práctico y en segundo lugar, facilitar a las empresas riojanas un recurso oportuno y eficaz, en la incorporación del diseño a su estrategia empresarial”⁴⁹.

La perspectiva que el *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* ofrece es básicamente multidisciplinar, introduciendo los aspectos necesarios provenientes de diferentes disciplinas del diseño, lo cual se ajusta perfectamente a la realidad del mercado y de la práctica del diseño en la actualidad.

CONCLUSIÓN

La Comunidad Autónoma de La Rioja cuenta con una amplia industria alimentaria y vitivinícola que requiere diseño y que avala la necesidad de crear perfiles profesionales ligados a dichos sectores en lo que respecta al Packaging y al Diseño Gráfico. Además, la tradición industrial de las Artes Gráficas en La Rioja proporciona un marco idóneo para satisfacer las exigencias de producción y fabricación de los envases y embalajes que los productos precisan y de las estructuras expositivas que los muestran.

En el ámbito académico, partiendo del contexto de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja, estudiando y analizando las necesidades de perfeccionamiento y especialización del alumnado que termina sus estudios en las ramas de Diseño Gráfico y Diseño de Producto, se pretende conformar un Máster interdisciplinar que dé respuesta a las demandas de los egresados.

En este sentido el *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* proporcionará al alumnado conocimientos específicos y transversalidad en el aprendizaje, pues se abordarán ámbitos relacionados con el diseño gráfico, el diseño estructural y con la producción de packaging.

Debido a la necesidad de concienciación y responsabilidad medioambiental, el Máster permitirá desarrollar propuestas integrales de packaging y ser un referente en sostenibilidad y ecodiseño.

Asimismo se prestará especial atención a la experimentación por parte del alumno en el ámbito de las Artes Gráficas lo que le proporcionará un aprendizaje efectivo para su futura vida profesional.

El *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* dotará al alumnado de todos aquellos conocimientos y recursos que son

⁴⁹<http://www.larioja.org/npRioja/default/defaultpage.jsp?idtab=724659&tipo=2&fecha=2013/11/04&referencia=1334176-3-HTML-471373-O>.

necesarios para acometer con éxito la producción de proyectos integrales de packaging, esto es, construir y desarrollar envases y embalajes eficientes desde el punto de vista estructural, de usabilidad, formal y comunicacional. Se potenciará la creatividad y se trabajarán materias como la comunicación o la producción. Branding, historia del packaging, tipografía o marketing acompañarán a los procesos y proyectos de diseño que se desarrollarán a lo largo del año a través de clases teórico-prácticas y talleres. Además, se fomentará la participación en redes internacionales de investigación.

Y por último, la justificación de la necesidad profesional del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola*, se debe a que los diferentes sectores industriales, necesitan profesionales con un nivel avanzado de conocimientos y habilidades basados en la realidad empresarial, para poder desarrollar productos y servicios de manera efectiva y eficiente, con altas posibilidades de éxito y buscando el máximo beneficio económico y la sostenibilidad. Los titulados serán profesionales capaces de desarrollar productos que se posicionen en un lugar preferente en el mercado internacional a través de la innovación y la creatividad. Asimismo serán capaces de desarrollar nuevos diseños en el sector, de manera que se potencie la competitividad de la industria riojana.

2.1.2 NORMAS REGULADORAS DEL EJERCICIO PROFESIONAL

No procede.

2.2. REFERENTES EXTERNOS A LA UNIVERSIDAD PROPONENTE QUE AVALEN LA ADECUACIÓN DE LA PROPUESTA A CRITERIOS NACIONALES O INTERNACIONALES PARA TÍTULOS DE SIMILARES CARACTERÍSTICAS ACADÉMICAS

Para poder estructurar los siguientes estudios de *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola*, se han consultado diferentes fuentes, analizando los planes de estudio similares de diferentes universidades e instituciones europeas y el marco legal existente. Las referencias más relevantes son:

2.2.1 Referentes legales:

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (BOE nº 106, jueves 4 de mayo, páginas 17158 17207).
- Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales (BOE nº 260, martes 30 de octubre, páginas 44037 44048).
- El Real decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

- Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan enseñanzas artísticas reguladas en la ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- El Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.
- Decreto 11/2012, de 4 de abril, por el que se regulan las enseñanzas artísticas superiores conducentes a la obtención del Título Superior de Diseño en la Comunidad Autónoma de La Rioja y se establece su plan de estudios Consejería de Educación, Cultura y Turismo.⁵⁰
- Decreto 31/2013, de 27 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento Orgánico de las Escuelas Superiores de Diseño de la Comunidad Autónoma de La Rioja.⁵¹
- El artículo 10 del Estatuto de Autonomía de La Rioja, que establece que corresponde a la Comunidad Autónoma de La Rioja la competencia de desarrollo legislativo y ejecución de la enseñanza en toda su extensión, niveles y grados, modalidades y especialidades, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 27 de la Constitución y la Ley Orgánica que conforme al apartado 1 del artículo 81 de la misma lo desarrollen.⁵²

2.2.2 Informes institucionales

En el Cuaderno de Venta⁵³, publicado por la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER), además de apostar por el diseño como ayuda disponible, se señalan otros alicientes paralelos al indicar:

“La economía riojana se caracteriza por la importancia del sector terciario, sobre una sólida base industrial, fundamentada en los sectores agroalimentario, del calzado, y de la madera y el mueble.” (...) “La inversión Directa Extranjera ha supuesto la entrada capital extranjero en la región, fundamentalmente en los sectores agroalimentario y de actividades auxiliares a los servicios financieros.”⁵⁴

Las dos afirmaciones corroboran la necesidad de incrementar profesionales formados en estos sectores, y de la importancia que el sector terciario posee en la comunidad de La Rioja.

Por otro lado, el Centro Tecnológico de la Industria Cárnica de La Rioja (CTIC) y el Centro de Innovación y Tecnología Alimentaria de La Rioja (CITA), contempla *el desarrollo de nuevos productos* dentro de sus líneas de investigación, desarrollo e innovación tecnológica dentro del sector de la alimentación. Por ende, algunos de los objetivos que plantean en sus memorias anuales, apuestan

⁵⁰ Ver anexo 1

⁵¹ Ver anexo 1.

⁵² Ver anexo 1.

⁵³ Ver anexo 5.

⁵⁴ Cuaderno de Venta de la ADER, pp. 10-11. Ver anexo 5.

por: “Incrementar el desarrollo y competitividad del sector agroalimentario” y “favorecer la apertura de mercados y nuevos productos saludables y de calidad que respondan a la demanda del consumidor.”⁵⁵

Ambas instituciones fomentan la investigación, prestan asesoramiento técnico y analítico, contribuyendo a formar redes de colaboración y cooperación. Estos factores muestran un interés común en el trazado de este Máster Oficial, *destacando la importancia y necesidad de formar profesionales en el diseño al máximo nivel para que gestionen el diseño dentro de las empresas, proporcionando valor añadido y competitividad.*

A continuación detallamos la información sobre empresas y organismos que han mostrado su interés y apoyo a esta propuesta de Máster.

⁵⁵ Ver anexo 6.

INSTITUCIÓN: Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente. Gobierno de La Rioja.

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de La Rioja muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa.

La Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente ha colaborado con la ESDIR desde 1996, fecha en la que se implantan los estudios de Ciclos Formativos de Grado Medio y Superior.

A partir de entonces la colaboración a través de concursos, exposiciones y ayudas se realiza de forma continua y en innumerables ocasiones.

Situación de la Institución:

Carácter: Administración Autonómica

Ámbito de trabajo: La Rioja

Líneas de trabajo:

- Sensibilización ambiental
- Divulgación de la gestión ambiental
- Construcción del Sistema de Información Ambiental de La Rioja
- Apoyo a la Educación Ambiental en el Sistema Educativo
- Promoción a la Educación Ambiental en la Formación Laboral
- Promoción de la Educación Ambiental en ONG y Ayuntamientos

Dirección:

Dirección General de Calidad Ambiental

C/ Prado Viejo 62 bis - 26071 Logroño

Tel: 941 291100 ext. 4701 y 4315 - Fax:941 291356

Correo-e: informacion.ambiental@larioja.org

<http://www.larioja.org/ma>

El Área de Educación Ambiental está adscrita a la Dirección General de Calidad Ambiental y fue creada como tal en el año 1999, aunque ya venía funcionando como Sección de Información y Educación Ambiental desde enero de 1997.

El funcionamiento de este Área está estrechamente vinculado a la gestión realizada desde las dos direcciones generales con competencias medioambientales de la Consejería de Turismo y Medio Ambiente: la de Calidad Ambiental y la de Medio Natural. Así, ya desde su creación, ha sido concebida como una herramienta de apoyo a las iniciativas de la gestión ambiental.

Organigrama de la institución

El contacto con la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente se establece a través del Consejero Iñigo Nagore Ferrer cuya actividad profesional es la de Ingeniero agrónomo. La actividad político-institucional comenzó en 1991 como Director General de Agricultura, Ganadería y Montes del Gobierno de Navarra hasta 1995. A partir de esa fecha ocupó el puesto de Director General de Investigación y Desarrollo Rural del Gobierno de La Rioja hasta 1999. En 1999 fué nombrado Director General de Desarrollo Rural del Gobierno de La Rioja, cargo que ocupó hasta el año 2003 y para el que fue nombrado también en la VI legislatura (2003-2007).

La Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente está compuesta por:

Florencio Larrea Villarroya. Secretaría General Técnica.

Igor Fonseca Santaolalla. Dirección General de Agricultura y Ganadería.

María Martín Díez de Baldeón. Dirección General de Investigación y Desarrollo.

Miguel Urbiola Antón. Dirección General de Medio Natural.

José María Infante Olarte. Dirección General de Calidad Ambiental.

Finalidad de la institución/historia de la institución

Las líneas de trabajo y los programas que desarrolla la Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente son los siguientes:

1. Comunicación y divulgación de la gestión ambiental

- *Divulgación de noticias en medios de comunicación*

El Área elabora y prepara dossieres, reportajes, notas y ruedas de prensa sobre las iniciativas de la Consejería en materia de medio ambiente, con objeto de mantener un nivel de información diaria en los medios de comunicación regionales.

- Campañas de sensibilización de la población en general

Teniendo en cuenta que la participación de todos los ciudadanos o de sectores específicos es fundamental para poder llevar a cabo los objetivos de gestión medioambiental, se diseñan campañas para difundir a través de los medios de comunicación convencionales con el fin de promover su concienciación sobre temas concretos: recogida selectiva, consumo responsable de agua, etc.

- Organización y participación en eventos medioambientales

Desde el Área de Educación Ambiental se elaboran, organizan y coordinan actividades de participación y celebración de jornadas, seminarios, reuniones, congresos, concursos y días mundiales de índole medioambiental.

- Elaboración y distribución de publicaciones divulgativas

En diferentes formatos como folletos, carteles, cuadernillos, libros o revistas, se recogen aquellas cuestiones medioambientales en las que está trabajando la administración. Entre ellas cabe destacar las siguientes:

Revista "Páginas de Información Ambiental": Desde 1998 se cuenta con esta publicación de periodicidad trimestral que recoge las iniciativas desarrolladas tanto en el apartado de medio natural (bosques, flora y fauna amenazada, turismo rural, etc.) como el de calidad ambiental (residuos, contaminación, aguas residuales, educación ambiental, etc.).

Cuadernillos divulgativos de Medio Ambiente: Es una línea editorial de pequeñas publicaciones (menos de 24 páginas). Su contenido es diverso: planes directores de residuos y depuración de aguas, planes de recuperación de especies de flora y fauna amenazadas, inventarios forestales, etc.

Carteles de fauna y flora: Son carteles didácticos que se elaboran con textos e ilustraciones explicando la situación, biología y medidas de conservación de las especies singulares o amenazadas de La Rioja.

- Información Ambiental en Internet

Se dispone de un espacio dedicado al medio ambiente dentro de la web del Gobierno de La Rioja denominado genéricamente Información Ambiental .

2. Organización de la información ambiental disponible

Desde el año 1999, el Área de Educación Ambiental está desarrollando el proyecto de creación del Sistema de Información Ambiental de La Rioja (SIAR), que permitirá gestionar de forma precisa y rápida la gran cantidad de información acumulada.

3. Atención de las solicitudes relativas a información ambiental

El Área de Educación Ambiental también se ocupa de facilitar la información disponible demandada por el público en virtud de lo dispuesto en la Ley 38/1995 sobre el derecho de acceso a la información en materia de medio ambiente.

4. Apoyo a la Educación en el Sistema Educativo

Desde el curso 1999/2000 todas las actuaciones de Educación Ambiental dirigidas a los colegios forman parte del Programa Centros Educativos Sostenibles. En el marco de este programa se trabaja conjuntamente con el Servicio de Innovación Educativa y Formación del Profesorado de la Consejería de Educación, Cultura, Juventud y Deportes y con la Dirección del Parque Natural "Sierra de Cebollera". Además, para la realización de determinadas actividades con escolares se cuenta con la colaboración de la Obra Social y Cultural de Ibercaja y con la Fundación Cajarioja.

El programa Centros Educativos Sostenibles cuenta con las siguientes 4 líneas de trabajo:

- Campañas de apoyo al medio escolar

En la actualidad se desarrollan las siguientes actividades:

Itinerarios de Educación Ambiental por La Rioja

Visitas guiadas al Parque Natural "Sierra de Cebollera"

Talleres de ecología doméstica (Residuos, Agua y Energía)

- Ecoauditorías escolares

La realización de auditorías en los centros escolares se recoge dentro de un proyecto de innovación educativa de dos años de duración. En ese tiempo los profesores y alumnos reciben formación, realizan actividades de sensibilización, auditan el centro, desarrollan actividades complementarias y elaboran un plan de acción de mejora ambiental.

- Formación del profesorado

A través de los distintos Centros de Formación de Profesores se organiza la formación en cuestiones de Educación Ambiental.

- Materiales de apoyo

El Área elabora unidades didácticas, cómics, póster y otros materiales con los que se intenta dotar a los docentes de un recurso más que les permita trabajar con los alumnos diferentes cuestiones medioambientales.

5. Promoción de la Educación Ambiental en la Formación

- Implantación del Módulo de sensibilización ambiental

Durante el pasado año se comenzó a incorporar en todos los cursos de formación ocupacional cofinanciados con el Fondo Social Europeo un módulo de sensibilización medioambiental de entre 3 y 13 horas de duración. Este tipo de curso es gestionado por la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (A.D.E.R.) y el I.N.E.M. y desde este Área de Educación Ambiental se organiza la formación de formadores de las entidades encargadas de impartirlos.

- Plan de Formación ambiental

Este Plan se enmarca dentro del Programa Operativo Objetivo 3 del Fondo Social Europeo y tiene previsto desarrollar diversas acciones durante el periodo 2000-2006 en los siguientes ejes:

Formación y apoyo a la creación de empresas de medio ambiente.

Formación continua de trabajadores y directivos en activo para la producción limpia.

Apoyo a la integración de personal científico en pymes para la producción limpia.

6. Promoción de la Educación Ambiental en asociaciones y ayuntamientos

- Orden de subvenciones

Desde de 1996 se vienen apoyando económicamente actividades de Educación Ambiental llevadas a cabo por Entidades Locales y asociaciones sin ánimo de lucro. A través de una orden de subvenciones que se convoca todos los años, se apoya la realización de cursos, jornadas, publicaciones, etc. encaminada a fomentar el conocimiento, conservación, protección y mejora del medio ambiente en la Comunidad Autónoma de La Rioja.

- Convenio de colaboración con el Ayuntamiento de Logroño

En virtud de este convenio el Área de Educación Ambiental se ocupa de gestionar y desarrollar el Programa educativo del Centro de Visitantes del Parque de la Grajera, equipamiento muy próximo a la capital de nuestra región.

INSTITUCIÓN: Consejería de Industria, Innovación y Empleo. Gobierno de La Rioja.

Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja/CEDIR

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual la Consejería de Industria, Innovación y Empleo del Gobierno de La Rioja muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa

La Consejería de Industria, Innovación y Empleo del Gobierno de La Rioja, a través de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja/CEDIR ha colaborado con la ESDIR desde 1996, fecha en la que se implantan los estudios de Ciclos Formativos de Grado Medio y Superior. A partir de entonces la colaboración ha ido en aumento hasta que en 2010 se implantan las enseñanzas artísticas superiores de diseño y la colaboración se hace más intensa.

La colaboración de la Consejería de Industria, Innovación y Empleo del Gobierno de La Rioja con la ESDIR se realiza a través de numerosos proyectos:

Jornadas de Diseño

Project week

Exposiciones

Concursos

Talleres

Premios

Todas las actividades de colaboración entre la ESDIR y la ADER están reseñadas en el Boletín que publica periódicamente el CEDIR⁵⁶, así como en la web de la escuela.

⁵⁶ Ver anexo 3.

Situación de la institución

La Consejería de Industria, Innovación y Empleo del Gobierno de La Rioja es el instrumento que planifica, dinamiza y hace competitiva a La Rioja mediante la interacción, movilización y regulación de agentes, recursos, e infraestructuras en materia de innovación.

Dirección:

Consejería de Industria, Innovación y Empleo

SECRETARÍA GENERAL TÉCNICA

Portales, número 1, 1ª planta

26071 Logroño

DIRECCIÓN GENERAL DE TRABAJO Y SALUD LABORAL

Calle Hermanos Hircio número 5

26071 Logroño

DIRECCIÓN GENERAL DE INNOVACIÓN, INDUSTRIA Y COMERCIO

Centro Tecnológico (La Fombera), Carretera de Zaragoza Km 1,2

26071 Logroño

Calle Marqués de la Ensenada, números 13-15, bajo (Entrada por Calle Albia de Castro)

26071 Logroño

DIRECCIÓN GENERAL DE FORMACIÓN Y EMPLEO

Calle Gran Vía del Rey Juan Carlos I, número 56

26071 Logroño

OFICINA DE EMPLEO DE LOGROÑO

Calle Calvo Sotelo, número 27

26071 Logroño

Organigrama de la institución

El contacto con la Consejería de Agricultura, Ganadería y M. Ambiente se establece a través del Consejero Javier Erro.

Actividad profesional

- Ingeniero Técnico Agrícola en Explotaciones Agropecuarias.
- Diplomado en Dirección General de Empresas.

Actividad político-institucional

- Secretario General y Asesor Técnico de ARAG.
- Director General y Gerente de la Organización de la Patata en el Pirineo Occidental, S.A.
- Jefe Comercial de INABONOS.
- Gerente y Secretario General de ARAGASAJA.
- Gerente de Rioja Agraria Uno.
- Secretario General de la Asamblea de Regiones Europeas Vitícolas desde 2001.
- Consejero de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural (1995/ 2003)
- Consejero de Industria, Innovación y Empleo en la anterior legislatura

La Consejería de Industria, Innovación y Empleo está compuesta por:

Amaya Latorre Sobrón. Secretaría General Técnica

Rosario Cuartero Lapeña. Dirección General de Trabajo y Salud Laboral

Julio Antonio Herreros Martín. Dirección General de Innovación, Industria y Comercio

Luis García del Valle Manzano. Director General de Formación y Empleo

Javier Ureña Barragán. Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja.

Finalidad de la institución/historia de la institución

La Consejería de Industria, Innovación y Empleo es el órgano de la Administración Pública de la Comunidad Autónoma de La Rioja al que le corresponden las competencias en materia de política de industria y comercio; desarrollo económico; investigación, desarrollo e innovación; empleo y relaciones laborales; así como cualquier otra afín a las descritas que se le atribuya por las disposiciones normativas.

La Dirección General de Innovación, Industria y Comercio establece dentro de su ámbito de su actuación las siguientes líneas estratégicas:

- 1.- Diseñar y coordinar las políticas y estrategias regionales de Innovación y Desarrollo tecnológico: planificación, promoción, seguimiento y control de la investigación, desarrollo e innovación en la Comunidad Autónoma de La Rioja, en todos sus ámbitos, a través de la elaboración de planes de actuación y coordinación de los agentes regionales de la innovación, con el fin de situar a La Rioja en un lugar de referente de políticas nacionales y europeas de apoyo I+D+I.

- 2.- Establecer programas y estrategias de promoción de la ciencia y la tecnología que permitan sensibilizar y difundir la importancia de la investigación, el desarrollo y la innovación en el conjunto de la Sociedad Riojana.
- 3.- Crear la imagen exterior de productos y servicios riojanos innovadores mediante el establecimiento de una marca de identidad regional para la Innovación.
- 4.- Promover el establecimiento de mecanismos adecuados de coordinación entre los distintos agentes de la innovación e investigación en La Rioja.
- 5.- Fomento, promoción e impulso de la transferencia del conocimiento y la tecnología nacional e internacional en La Rioja.
- 6.- Favorecer el espíritu emprendedor y la creación de empresas de base tecnológica incrementando los proyectos conjuntos entre universidades, centros de investigación y empresas además de la transferencia de tecnología y de conocimiento.
- 7.- Aumentar la dimensión investigadora del sistema riojano de investigación y desarrollo e innovación, atrayendo talento y potenciando la inserción en el sistema de investigadores.
- 8.- Acceder al espacio europeo de investigación e innovación, diseñando foros y entornos que favorezcan una investigación de alto nivel, incrementando el número de investigadores, y la creación y desarrollo de empresas innovadoras de base tecnológica.
- 9.- Orientar la evolución del tejido industrial hacia una economía y una sociedad basadas en el conocimiento, la investigación, y el desarrollo y la innovación y la competitividad en los diferentes sectores productivos.

INSTITUCIÓN: Consejo Regulador DOC La Rioja.

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual el Consejo Regulador DOC La Rioja muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa

El Consejo Regulador D.O.Ca. Rioja ha colaborado con la ESDIR en innumerables ocasiones potenciando la particularidad de la Denominación de Origen de los productos Riojanos y su vinculación con el Diseño.

Durante quince años ha convocado el concurso restringido para realizar el cartel y la etiqueta del Día el Libro realizado por alumnos y exalumnos de la ESDIR.

Además, en los últimos años ha colaborado con la escuela en la Pasarela de la Verdura de Calahorra y las Jornadas Gastronómicas.

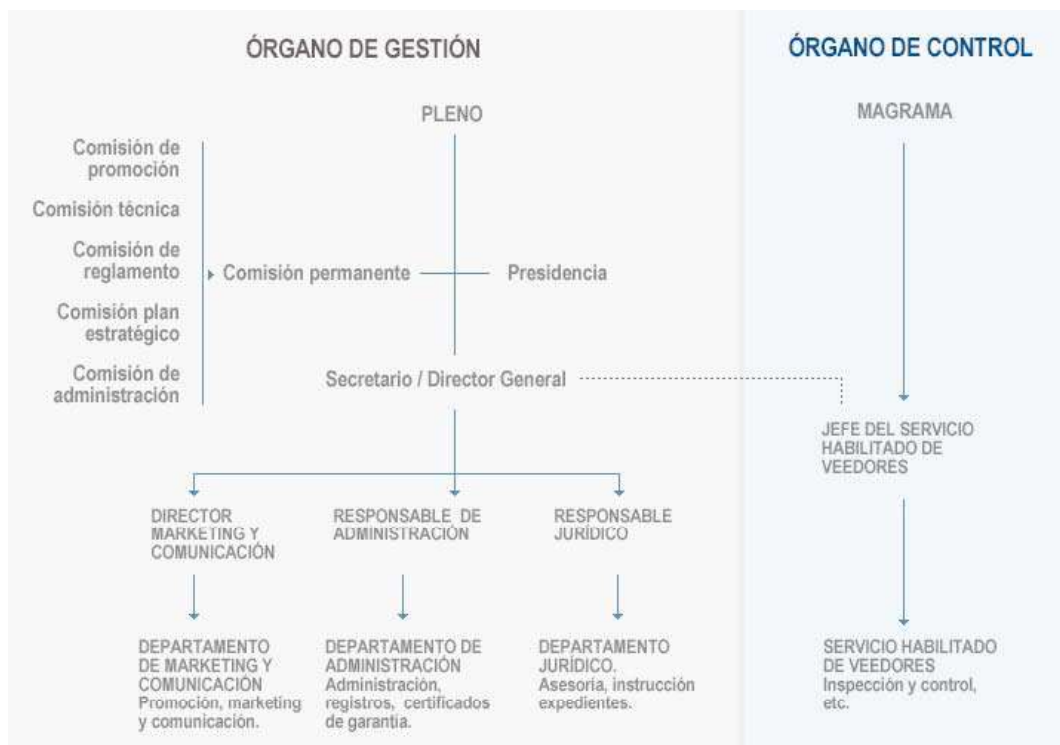
Situación de la Institución

Dirección:

- c/ Estambrera, 52
- 26006 LOGROÑO (La Rioja). ESPAÑA
- Tel.(34)941 500 400
- Fax.(34)941 500
- [Http://es.riojawine.com/es/contacto.html](http://es.riojawine.com/es/contacto.html)
- Info@riojawine.com

Organigrama de la institución

El contacto con el Consejo Regulador D.O. Ca. Rioja, se establece a través de su presidente D. Luis Alberto Lecea.



Órgano de Gestión

Formado por el Pleno del Consejo Regulador, Comisión Permanente y comisiones de trabajo, Presidencia, así como por la Secretaría-Dirección General y los departamentos de Marketing y Comunicación, Administración y Jurídico, salvo el Servicio Habilitado de Veedores, que es un departamento que actúa con total independencia funcional en las labores de inspección y control.

Pleno del Consejo Regulador

Formado por los mismos miembros y porcentajes de voto que la Junta Directiva de la Organización Interprofesional del Vino de Rioja, será nombrado por el MAGRAMA. Sus funciones están contempladas en el Reglamento (Art. 39). Es el responsable de marcar la política de la Denominación, basada en los dos pilares básicos: la promoción y orientación a los mercados; y el desarrollo y control productivo y de la calidad. Establece las directrices, decide las normas y reglamentos y desarrolla las políticas generales a partir de las propuestas de las comisiones. En el mismo participan además con voz pero sin voto, el Secretario-Director general, un representante de cada una de las Comunidades Autónomas y un representante del MAGRAMA. Para el estudio de los asuntos que afecten a sus departamentos podrá requerirse la presencia de sus responsables.

Presidente

El de la Organización Interprofesional del Vino de Rioja. Máximo representante del Consejo (Art. 40.). Función de representación legal e institucional ante cualquier entidad tercera y cualquier otra que el Pleno le delegue. Convoca, fija el orden del día, atendiendo a las comisiones de trabajo, y preside las reuniones del Pleno y de la Comisión Permanente, ordenando debates y votaciones. Asegura el cumplimiento de los acuerdos que se tomen y visa las actas de las reuniones, así como las certificaciones relativas a los acuerdos alcanzados. Procurará la coordinación y acercamiento entre asociaciones. Se le darán los poderes necesarios para el periodo de su mandato para adecuarse al procedimiento-manual de contratación, tal y como está establecida su participación en los niveles de gasto. En cuanto a la delegación del MAGRAMA del inicio e incoación de expedientes, dependerá de lo que el propio Ministerio determine.

Comisión Permanente

También están definidas sus funciones por el Reglamento (Art. 39). No tiene carácter ejecutivo, salvo en aquellas competencias delegadas por el Pleno, y está compuesta por el Presidente del Consejo, los Presidentes de cada una de las Comisiones y un número máximo de miembros según la representatividad de las asociaciones. En ella participaría el Secretario-Director General y los responsables de departamentos afectados en los asuntos del orden del día.

Comisiones de Trabajo y presidentes de comisión

Son comisiones no ejecutivas, donde se analizan en primera instancia los asuntos y propuestas relacionados con las competencias del Pleno. Sus presidentes, elegidos entre los vocales del pleno, tendrán la función de convocar y moderar los debates de sus respectivas comisiones. Trabajan coordinadamente con el Secretario-Director General y con los responsables de los departamentos del Consejo, que serán los Secretarios de cada una de las comisiones análogas. En función del desarrollo de la comisión, su Presidente, coordinadamente con el Secretario-Director General y Presidente del Consejo, decidirá si la propuesta se eleva a la Permanente y en su caso al Pleno. Podrán asumir funciones de representación en relación con las áreas de sus comisiones.

Secretario-Director General

Primer ejecutivo del Consejo, con las delegaciones habituales en compañías para su director general o gerente. En definitiva se trataría de hacer efectiva la delegación de las funciones habituales de gestión, tal y como se recogen en el Art. 39., y sería el responsable del día a día del Consejo. Depende del Pleno y reporta e informa a su Presidente. De un modo general, entre sus responsabilidades están la supervisión de las campañas de promoción; la organización del personal en todos sus aspectos; la preparación, presentación y seguimiento de los presupuestos y estados contables; la coordinación de los departamentos y, de manera especial, asegurar que desde el Departamento Jurídico y de Administración se proporcionen los medios necesarios al Órgano de Control en función de los presupuestos que se establezcan para el Consejo anualmente. Se le fijan por el Pleno unos objetivos

anuales y propone al Pleno los objetivos anuales de trabajo que deben cumplir los responsables de los departamentos.

Departamento de Marketing y Comunicación

Responsable de programar, desarrollar y llevar a cabo las campañas de promoción aprobadas por el Pleno del Consejo conforme a los presupuestos dotados. Suministrará también, cuando sea necesario, los estudios de mercado requeridos por cualquier área del Consejo, como por ejemplo, los requeridos para la toma de decisiones para llevar a cabo modificaciones del Pliego referidas al producto. Así mismo será su responsabilidad la comunicación de todas las áreas del Consejo, incluida la de los aspectos vinculados al control si procede, englobadas en un plan anual y ajustadas a los intereses del Consejo en cada momento.

Departamento de Administración

Proporcionará al Consejo (Pleno, Dirección General, y otros departamentos) la información y medios necesarios para llevar a cabo su tarea. Se encargará de toda la organización económica y administrativa de la entidad. Serán el encargado de gestionar y actualizar, con la información que proporcione el órgano de control, los registros de viñedo y de bodegas, así como realizar la labor de custodia y expedición de los documentos de garantía, el soporte informático del sistema y dar soporte al proceso de calificación.

Departamento Jurídico

Es un departamento transversal. Es el encargado de la asesoría jurídica y la instrucción de los expedientes no sancionadores; dando también el soporte jurídico necesario al órgano de control. Podrá realizar la instrucción en materia de expedientes sancionadores, en caso que se delegue dicha función por parte del MAGRAMA.

Funcionamiento de los departamentos

Los responsables de los departamentos de Administración, de Marketing y Comunicación y Asesoría Jurídica reportarán al Secretario-Director General, de quien dependerán jerárquica y funcionalmente. Sus obligaciones son: el cumplimiento de los objetivos anuales que apruebe el Pleno o la Comisión permanente, garantizar el buen funcionamiento de cada departamento y su personal, así como la coordinación con los restantes departamentos.

Órgano de Control

Formado por el Servicio Habilitado de Veedores. Su Director es independiente del Secretario-Director General y por tanto del Pleno, en la realización de funciones de inspección y control, donde dependerá funcionalmente del representante del MAGRAMA que éste designe. Responsable de llevar a cabo todas las tareas de inspección y control para garantizar el origen de los productos expedidos por los operadores y procurar la igualdad de competencia entre los mismos, en lo que se refiere al cumplimiento del Pliego de Condiciones y el Reglamento, así como las demás normas del Consejo

Regulador con respecto a la elaboración y puesta en circulación de los vinos amparados por la D.O.Ca. Rioja.

Los veedores o inspectores que formen parte de este departamento, que estará certificado bajo la norma ISO 45011, estarán habilitados por el MAGRAMA para la realización del control oficial, por lo que sus actuaciones y actas tendrán presunción de veracidad.

El Servicio Habilitado de Veedores podrá requerir la colaboración y el soporte del resto de departamentos del Órgano de Gestión para la ejecución de sus tareas de inspección y de control. Anualmente deberán cumplir un plan de objetivos de inspección y control aprobado por el Pleno a propuesta de su Director y de acuerdo con el Secretario-Director General.

Podrán realizar además otras labores de carácter técnico, de soporte e información, que sean necesarias para el buen funcionamiento del Órgano de Gestión y que sean ajenas a la inspección y el control.

Finalidad de la institución/historia de la institución

Los vinos de Rioja están amparados por la Denominación de Origen más antigua de España. Cuando a finales del siglo XIX nace el Rioja moderno y se dota de identidad propia el nombre de un producto vinculado a su origen, surge la preocupación de los viticultores y elaboradores riojanos por buscar las máximas garantías de calidad para los vinos producidos en la región y por proteger su identidad de los "usurpadores y falsificadores".

Tal inquietud culmina con el reconocimiento oficial el 6 de junio de 1925 de la Denominación de Origen Rioja, autorizándose la introducción en las etiquetas de vino de la palabra 'RIOJA' con el carácter de marca colectiva y creando una precinta especial. La base legal de esta medida tenía su precedente en la Ley de 1902 sobre la propiedad industrial, que en su título IX hablaba de las "indicaciones de procedencia".

Por Real Decreto de 22 de octubre de 1926 se creó el primer organismo de control de la Denominación de Origen Rioja, un Consejo Regulador al que se encomendaba la misión de delimitar la zona de producción del Rioja, controlar la expedición de las "precintas de garantía" y recomendar las medidas legales a adoptar contra los usurpadores y falsificadores de la marca Rioja». Su reglamento fue aprobado en febrero de 1928.

La promulgación el 8 de septiembre de 1932 del Estatuto del Vino proporcionaría un nuevo marco legal al desarrollo de las Denominaciones de Origen, que ya quedaban recogidas y definidas en su mayoría en este texto. Un año más tarde se autorizaba mediante Orden Ministerial la creación del segundo Consejo Regulador de Rioja en función de las directrices que el Estatuto marcaba respecto a su composición, presidencia, funciones, etc.

En diciembre de 1944, representantes de cosecheros y exportadores se reunieron en asamblea promovida por la Organización Sindical y solicitaron la constitución del tercer Consejo Regulador, que se hacía efectiva mediante Orden Ministerial de 24 de enero de 1945. En estrecha vinculación con la Estación Enológica de Haro, a cuyo director correspondía su presidencia, este nuevo Consejo Regulador dispone ya de Reglamento dos años después, pero su actividad es muy limitada hasta mediados de los años cincuenta.

La promulgación de la ley 25/70 de 2 de diciembre, que aprueba el Estatuto de la Viña el Vino y los Alcoholes, y la consiguiente creación de un nuevo Consejo Regulador inició un proceso de perfeccionamiento de los sistemas de control, hasta convertirlo en uno de los más rigurosos y eficaces del mundo.

La renovación del Consejo Regulador en Mayo de 1982, de acuerdo con las normas del Decreto 2004/79, ajustadas a los nuevos principios democráticos proclamados por la Constitución, abre una nueva etapa caracterizada por la progresiva implantación de un plan perfectamente articulado de controles cualitativos y cuantitativos, que se aplican tanto sobre la producción como sobre la comercialización: registros de viñedos y de bodegas, control de las prácticas de cultivo y rendimientos máximos de producción, calificación de los nuevos vinos, seguimiento de los tiempos de crianza y de las añadas, etc.

Paralelamente, a diferencia de lo que había ocurrido en etapas anteriores, el Consejo Regulador va incrementando su dotación presupuestaria, su infraestructura y su personal en función de las exigencias que plantea el estricto cumplimiento de sus fines, concretados en la defensa de la Denominación, control y fomento de la calidad y promoción genérica de la marca Rioja. Todo ello financiado con las aportaciones de viticultores y bodegueros quienes, a través de sus respectivas representaciones, han propiciado que se genere una normativa de autocontrol más rigurosa en términos generales que la propia legislación de la Unión Europea.

La culminación de todo este proceso llegaba en abril de 1991 con la concesión de la Denominación de Origen Calificada Rioja y la aprobación de un nuevo Reglamento. Era el obligado reconocimiento al serio y continuado esfuerzo realizado por el sector vitivinícola riojano para alcanzar las más ambiciosas metas de calidad e imagen de prestigio.

En 2004 se abriría una nueva etapa a partir de la modificación de los artículos 39, 40, 41 y 42 del Reglamento, a fin de hacer posible “la constitución del Consejo Regulador con la misma representatividad y consecuencias que la Organización Interprofesional del Vino de Rioja, de conformidad con la disposición adicional octava de la Ley de la Viña y el Vino de 2003, así como introducir los cambios precisos en sus funciones y forma de funcionamiento”.

HISTORIA

La cultura vitivinícola mediterránea estuvo, en la Edad Media, estrechamente unida a la vida monacal, ya que sus principales difusores fueron los monjes.

La zona de Rioja no es una excepción y se enorgullece de que Gonzalo de Berceo, el primer poeta que escribió en lengua romance, mencionara el vino en los versos que compuso desde su retiro en el Monasterio de Suso, en San Millán de la Cogolla.

La primera referencia documental relacionada con la protección de la calidad y garantía de los vinos de Rioja data de 1650; aunque ya en 1102, el Rey Sancho de Navarra reconocía jurídicamente nuestros prestigiosos vinos.

En 1787 se creó la Real Sociedad Económica de Cosecheros de Rioja, cuyo objetivo era el fomento del cultivo de la vid, la elaboración del vino y el desarrollo de su comercio.

Ya en el siglo XX, en 1902, se promulgó una Real Orden que definía el "origen" para su aplicación a los vinos de Rioja. En 1926 se decretó la creación del Consejo Regulador cuya misión era delimitar la zona del Rioja, controlar la expedición de la "precinta de garantía" y recomendar las medidas legales que se tomarían contra los usurpadores y falsificadores del nombre "Rioja". Sin embargo, hasta 1945, este organismo no sería legalmente estructurado.

Finalmente, el Consejo Regulador quedó constituido en 1953, y comenzó así a sentar las bases de una actuación moderna y eficaz.

En la evolución hasta la actualidad del vino de Rioja destaca la aprobación, en 1970, del Reglamento de la Denominación de Origen y de su Consejo Regulador. Fue en esa fecha cuando este organismo adquirió una estructuración y funciones perfectamente definidas: "La defensa de la Denominación de Origen, la aplicación, el control y fomento de la calidad de los vinos amparados quedaron encomendados, en primer término, al Consejo Regulador".

Tras varias modificaciones del Reglamento por el que se rige el Consejo Regulador, que lo han ido adaptando a las necesidades planteadas en los últimos años, los sistemas de control de calidad se han perfeccionado y a la vez se ha potenciado la promoción.

Después de un largo proceso en el que la Denominación de Origen "Rioja" apostó siempre por la calidad y el control en origen, este esfuerzo alcanzó su reconocimiento.

El 3 de abril de 1991 una Orden Ministerial otorgó el carácter de Calificada a la Denominación de Origen "Rioja", primera en España que posee este rango.

INSTITUCIÓN: Cámara de Comercio e Industria de La Rioja.

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa.

La colaboración entre la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja y la ESDIR data de 2010. A partir de entonces la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja ha propiciado concursos y ayudas para nuestros alumnos en diversas ocasiones.

Situación de la Institución:

C/ Gran Vía, 7-7ªPlanta. 26002

Logroño (La Rioja)

Telf. 941 248 500

Fax: 941 239 965

E-mail: camararioja@camararioja.com

<http://www.camararioja.com>

Organigrama de la institución*Órganos de gobierno*

El máximo órgano de gobierno y representación de la Cámara de La Rioja, que determina sus líneas de actuación y decide sobre las actividades a desarrollar, es el Pleno. Compuesto por 33 vocales que representan todos los sectores de actividad.

El Comité Ejecutivo es el órgano permanente de gestión, administración y propuesta, y está formado por el Presidente, dos Vicepresidentes, el Tesorero y cinco Vocales, procedentes del Pleno.

La estructura que conforma los órganos de gobierno de la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja es la siguiente:

Presidencia

Presidente: José María Ruiz-Alejos Herrero

Comité Ejecutivo

- Presidente: José María Ruiz-Alejos Herrero
- Vicepresidente 1º: Lino Martínez Uruñuela
- Vicepresidenta 2º: Rebeca Sáenz Martínez-Losa
- Tesorero: Julio Gómez Cordón
- Vocal: Carlos del Rey Apellaniz
- Vocal: José Rodríguez García
- Vocal: Buenaventura Martínez Martínez
- Vocal: Francisco Albelda Prado
- Vocal: Patricia Lacarra López

Comisiones Consultivas

- Economía, Control presupuestario y Auditorías
Presidenta: Rebeca Saenz Martínez-Losa
- Agroalimentación
Presidente: Lino Martínez Uruñuela
- Madera y Mueble
Presidente: José Rodríguez García
- Turismo
Presidente: Buenaventura Martínez Martínez
- Desarrollo Regional del Comercio
Presidenta: Patricia Lacarra López
- Innovación y Nuevas Tecnologías
Presidente: Julio Gómez Cordón
- Infraestructuras y Urbanismo
Presidente: Carlos del Rey Apellaniz
- Internacionalización
Presidente: José María Ruiz-Alejos Herrero
- Industria y Medio Ambiente
- Formación
Presidente: Jesús Aguado Martínez
- Sanidad
Presidente: José Antonio González Garnica

Pleno

- Iberdrola Distribución Eléctrica, S.A.: Carlos Sobrino San Martín

- Barnices y Pinturas Modernas, S.A.: Francisco Albelda Prado
- Prefabricados Hela, s.f.: Manuel Herrera Omasos
- Alufel Nájera, s.f.: Alejandro Rodríguez Álvarez
- Avanzare Innovación Tecnológica, s.f.: Julio Gómez Cordon
- Bodegas Alicia Rojas, S.A.: Alicia Rojas Gil
- Domecq Wines España, S.A.: Víctor F. Pascual Artacho
- Comercial Rioverde, S.A.: Pedro Gorrindo Luzán
- Hijo de José Martínez Somalo, s.f.: Lino Martínez Uruñuela
- Fluchos, s.f.: Rebeca Sáenz Martínez-Losa
- Línea de Seguridad, s.f.: José María Ruiz-Aleas Herrero
- Calzados Alción, s.f.: José Antonio Sáenz de Tejada
- Lica Auxiliar del Mueble, S.A.: Daniel Velasco Garachana
- Fundación Caja Rioja: Arturo Colina Aguirre
- Construcciones Cruz San Román, S.A.: Santiago San Román Abad
- Eroski, S.COOP.: José Fernando Pérez Vega
- Carnicería Lili, S.C.: Isabel Pascual Benito
- Begoña Aguirre Tubilla
- Psicorioja, S.L.N.E.: Iván Carbonero Mendía
- Expomuebles Nájera, S.A.: José Rodríguez García
- Comercial Oja, s.f.: José Rioja López
- José Antonio González Garnica
- Promociones Zeus-Logroño, S.A.: Carlos del Rey Apellaniz
- Hotel Restaurante Chef Nino, s.f.: Buenaventura Martínez Martínez
- Talleres Lacarra, S.A.: Patricia Lacarra López
- Transportes Manuel Ruiz Pérez, S.L.
- Vicente Santa San Martín
- Bankia: Miguel Ángel Basurto
- Ibercaja: José Luis Ollero Azofra
- Juan José López Sorrosal

Vocales en representación de Organizaciones Empresariales

- Yolanda Salazar Riaño
- José Manuel Celorrio Pérez
- Miguel Pascual Fernández

Vocal nombrado por la institución tutelante

- Julio Herreros Martín

Vocales cooperadores

- Víctor Navajas Martínez

- Asociación de Mujeres Empresarias
- Julián Lázaro Ruiz
- Delia Maiso Benito
- Carlos López Melón
- Jesús Aguado Martínez

Florencio Nicolás Aransay: fnicolas@camararioja.com

Secretaría de presidencia y dirección

Carmen Benito Rodrigo: cbenito@camararioja.com

Industria, Innovación y Emprendedores

Cristina Quintero Fernández cqintero@camararioja.com

Ventanilla Única Internacional

- Florencio Nicolás Aransay: fnicolas@camararioja.com
- Carmen Benito Rodrigo cbenito@camararioja.com
- Olga Benito Rodrigo obenito@camararioja.com
- Cristina Quintero Fernández cqintero@camararioja.com

Desarrollo Regional del Comercio

- Laura Gil Vélez de Mendizabal lgil@camararioja.com
- Lorena Pérez Marín
- Eztizen Bernal Gallastegui

Agroalimentación

Cristina Navarro Villaverde cnavarro@camararioja.com

Comunicación y Publicaciones

Juan Antonio Donaire García jdonaire@camararioja.com

Formación y Empleo

- Cristina Navarro Villaverde cnavarro@camararioja.com
- Elena Aracama Solano earacama@camararioja.com
- Ignacio de Angulo Señorena iangulo@camararioja.commailto:mperez@camararioja.com

Administración y Sistemas Informáticos

Manuel Troya Santamaría mtroya@camararioja.com

Turismo

Olga Benito Rodrigo obenito@camararioja.com

Ventanilla Única Empresarial

Cristina Quintero Fernández cqintero@camararioja.com

Recaudación y administración

Olga Benito Rodrigo obenito@camararioja.com

Servicios Generales

- Recepción y Atención Telefónica
- Elena Aracama Solano earacama@camararioja.com

- Alquiler de instalaciones

Olga Benito Rodrigo obenito@camararioja.commailto:fjperez@camararioja.com

Infraestructuras y Urbanismo

Ignacio de Angulo Señorena iangulo@camararioja.com

Madera y Mueble

Eztizen Bernal Gallastegui ebernal@camararioja.com

Finalidad de la institución/historia de la institución

La Cámara es un organismo, informado y formado, que constantemente se actualiza para poder ofrecer un servicio de calidad. Como organismo consultivo está caracterizado por el valor añadido de la fiabilidad, seguridad y la tranquilidad que proporciona contar con una fuente de asesoramiento que cumple el papel de intermediario entre las Administraciones Públicas y el mundo empresarial privado, representando los intereses generales del comercio, la industria y los servicios de nuestra región.

Su principal objetivo es la prestación de servicios que sean útiles a las empresas y la defensa de sus intereses generales.

- Optimizar, ampliar y mejorar continuamente la prestación de los servicios a las empresas.
- Potenciar el desarrollo de nuevos proyectos e iniciativas eficaces en su apoyo a los intereses del comercio e industria riojana.
- Apostar por el talento humano de las empresas a través de la adopción de planes formativos que incluyan los más avanzados conocimientos en herramientas de gestión para las empresas.

Para ello, desde la Cámara, se comprometen a mantener la modernización y calidad de nuestros servicios, dotándolos de los medios necesarios y gestionándolos de forma eficiente en beneficio de todos sus electores.

INSTITUCIÓN: FER: FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE LA RIOJA.

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual la Federación de empresarios de La Rioja muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa

La Federación de empresarios de La Rioja apoya la iniciativa de la ESDIR de implantar un *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* dada la estrecha vinculación de dichos estudios con el tejido empresarial riojano. Para la F.E.R. el Máster que proponemos es fundamental para mejorar la competitividad y promocionar el sector.

Situación de la institución

Hnos. Moroy 8 26001

Logroño

Tel.: 941 271 271. Fax: 941 262 537

E-mail: fer@fer.es

<http://sie.fer.es>

Organigrama de la institución

ORGÁNOS DE GOBIERNO

La Federación de Empresarios de La Rioja está estructurada conforme a los siguientes órganos de gobierno:

PRESIDENTE: Elegido cada cuatro años, representa a la Federación y realiza en su nombre toda clase de actuaciones conforme a lo recogido en el ordenamiento estatutario. D. Jaime García Calzada ocupa esta responsabilidad en la actualidad.

Presidente de la Federación de Empresarios de La Rioja

D. Jaime García-Calzada Barrena

presidencia@fer.es

Secretaría de Dirección: Elena Bustarviejo

ORGANOS DE GESTIÓN (Secretaría General)

La gestión de la Federación está organizada en torno a la Secretaría General, encargándose de dirigir, gestionar y coordinar las actividades que se desarrollan a través de las distintas áreas técnicas. D. Eduardo Fernández Santolaya ocupa esta responsabilidad en la actualidad.

Secretario General de la Federación de Empresarios de La Rioja

D. Eduardo Fernández Santolaya

sgeneral@fer.es

ASAMBLEA GENERAL: Es el órgano supremo de gobierno y decisión. Está constituida por el conjunto de las empresas asociadas a la Organización Empresarial. Entre sus competencias destaca la elección del Presidente de la FER, la aprobación de los presupuestos de cada ejercicio, la modificación de estatutos, etc.

CONSEJO GENERAL: Es el órgano en el que están representadas las distintas Asociaciones Sectoriales, y está presidido por el Presidente de la FER

COMISIÓN PERMANENTE: Es el órgano permanente de asesoramiento y apoyo al Presidente. De entre sus miembros, el Presidente designa a los Vicepresidentes.

D. Carlos del Rey Apellániz (CONTRATACIÓN Y EJECUCIÓN DE OBRAS, s.f.)

D. Santiago Gutiérrez Pérez (TRANS LOGROÑO, S.A.)

D. Jesús Ángel Toyas Jalón (TOYAS GRUPO MOBILIARIO, s.f.)

D. Liborio Sevilla Fernández (CALZADOS NUEVO MILENIO, s.f.)

Dña. Yolanda Salazar Riaño (EUROCOLOR LACADOS, S.L.U.)

D. Santiago San Román Abad (CONSTRUCCIONES CRUZ SAN ROMAN, S.A.)

Dña. Julia García Calvo (GARCIA HNOS. NICOLAS GARCIA, S.A.)

D. Víctor Pascual Artacho (DOMECQ BODEGAS, s.f.)

Dña. Cristina Rosario Forner (UNION VITIVINÍCOLA, S.L.)

D. Emilio Reina Carmona (INDUSTRIAS PERFUM, S.L.)

D. Eduardo Alcalde Cabredo (PROTESIS DENTAL ALCALDE, S.L.)

D. José Ricardo Operé Castellano (TAVESA TURISMOS, S.A.)

D. Miguel Ángel Albero Ruiz (HERMI MANTENIMIENTO, S.L.)

D. José Luis Pancorbo Clemente (SISTEMAS DE OFICINAS DE RIOJA, S.L.)

D. José María López Araquistain Bericochea (JOSE MARÍA LOPEZ ARAQUISTAIN Y UNO)

D. Demetrio Domínguez Ruiz (HERRUCA, S.L.)

D. Joaquín Arana Alastruey (MERCADONA, S.A.)

Finalidad de la institución/Historia de la institución

Desde 1977.

La historia que se remonta a 1975 con las primeras reuniones de empresarios en la clandestinidad.

En 1977 la transición democrática permitió la constitución de la actual Federación de Empresarios de La Rioja, otorgando la presidencia a D. Alvaro Fernández Agustino (1977). Meses más tarde le sustituyó D. Alejandro Bezares González (1977-1979). Fue José María Ramírez Ruanes (1979-1981) quien recogió el testigo en la presidencia por un tiempo similar a su antecesor.

Luis Felipe Rosel Castellanos (1981-2002)

1982: Junio: La Rioja, Comunidad Autónoma. Entra en vigor el Estatuto de San Millán.

1996: Julio: Firma del Primer Pacto por el Empleo entre Gobierno de La Rioja, Federación de Empresarios de La Rioja, U.G.T. y CC.OO.

2001: Setiembre: Firma del Acuerdo Social y Económico entre Gobierno de La Rioja, Federación de Empresarios de La Rioja, U.G.T. y CC.OO.

2002: Enero: Entrada en vigor del euro en la Unión Europea.

Febrero: La Comisión Europea declara ilegales las vacaciones fiscales vascas

2002: 25 aniversario de la F. E. R., efemérides y alegoría representada por el escultor Félix Reyes. Una obra que se dona a la ciudad de Logroño en homenaje a la figura del empresario y a las relaciones laborales.

2004: Renovación de la Imagen Visual Corporativa de la Federación de Empresarios.

2005: Enero: Firma del Acuerdo Social para la Productividad y el Empleo entre Gobierno de La Rioja, Federación de Empresarios de La Rioja, U.G.T. y CC.OO.

Abril-Mayo: Respondiendo a la necesidad de acomodar la Organización a la nueva realidad social y a la evolución económica y empresarial, son aprobados en Asamblea General Extraordinarios los nuevos Estatutos de la Organización; su última modificación se realizó en el año 1998.

ISO

2006: Enero: Candidatura F. E. R, en representación de la Organización, concurre a las elecciones a la Cámara de Comercio e Industria de La Rioja.

Noviembre: El Presidente de la Comunidad de La Rioja, Pedro Sanz Alonso, entrega al Presidente de la FER, Julián Doménech Reverté, el Sello de Excelencia de Calidad Europea.

2009: Abril: La FER presenta su obra "Empresarios Trabajadores en La Rioja contemporánea. Historia de la Federación de Empresarios de La Rioja", cuyo autor es el catedrático de Historia Moderna de la Universidad de La Rioja, José Luis Gómez Urdáñez. El acto está presidido ante numerosos empresarios por el presidente de la CEOE, Gerardo Díaz Ferrán y el presidente de la FER, Julián Doménech.

Diciembre: 3 de diciembre de 2009. La FER celebra la Jornada por la Dignidad Empresarial, con la participación de 1.200 pequeños y medianos empresarios y autónomos y la presencia del ex ministro y empresario Manuel Pimentel. El objetivo de la jornada fue reivindicar el valor social de las pymes y rechazar la acusación de que son culpables de la crisis económica

2013: Marzo: Jaime García-Calzada, presidente de la Asociación Riojana de Hoteles es elegido en asamblea general nuevo presidente de la FER, en sustitución de Julián Doménech, que ha estado al frente de la organización durante los últimos once años.

La F.E.R. trabaja con el compromiso de alcanzar la unificación del tejido empresarial riojano, siendo esta organización un socio estratégico de todos y cada uno de los empresarios de La Rioja.

La Federación de Empresarios de La Rioja integra con carácter voluntario a más de 3.500 empresas adscritas a través de las 60 Asociaciones sectoriales, constituyéndose en la organización que representa los intereses de las empresas de La Rioja, actuando como interlocutor y portavoz de los empresarios riojanos ante instituciones públicas y privadas, los sindicatos y la Opinión Pública.

La Federación de Empresarios de La Rioja actúa como representación oficial de Organizaciones Empresariales de ámbito estatal como la CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales) y CEPYME (Confederación de la Pequeña y Mediana Empresa).

La Presencia Institucional lleva a la Federación de Empresarios de La Rioja a participar en la negociación de los Convenios Colectivos de La Rioja, a través de sus representantes y miembros.

Representatividad

Objetivo: Defender los intereses empresariales

La Federación de Empresarios de La Rioja, como organización empresarial más representativa, ostenta la representación del empresariado en multitud de Órganos y Foros de la Administración Estatal, Autonómica y Local.

Asimismo también debemos resaltar su pertenencia a Organismos como Riojana de Capital Riesgo, Centro Europeo de Promoción - Información del Medio Rural - CEIP, Consejo Social Universidad de La Rioja, Comisión Asesora del Instituto de Estudios Riojanos y Consejo Económico y Social de La Rioja.

La F.E.R. está representada en la Directiva de la Confederación Nacional de Comercio y en las Directivas de casi todas las Organizaciones Nacionales: Artes Gráficas, Calzado, Construcción, Distribuidores de Butano, Café, Alimentación, etc.

La F.E.R. pertenece como miembro de pleno derecho a la C.E.O.E. y tiene su representación propia en la Asamblea General y Junta Directiva. Así como en el Consejo de Promoción Exterior, el Comité de Coyuntura, la Comisión de Relaciones Laborales, la Comisión de Seguridad Social, Prevención de Riesgos Laborales, Sanidad y Servicios Sociales, entre otros.

EMPRESA: Garnica Plywood.

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Garnica Plywood muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa

La empresa de maderas Garnica Plywood comenzó a colaborar con la ESDIR en el año 2011, a partir de un proyecto de los alumnos de 2º curso de los Estudios Superiores de Diseño de Producto.

A partir de esa colaboración la empresa ha mantenido un contacto continuo con la ESDIR a través de visitas a sus instalaciones y con aportación de material. Esto supone una ayuda decisiva para que los estudiantes de la ESDIR, futuros profesionales, estén más preparados para dar respuestas singulares a las necesidades de empresas e instituciones.

Situación de la Empresa

Dirección:

Garnica Plywood.

Parque San Miguel, 10

26007 Logroño. La Rioja.

Tel.: + 34 941 51 23

Garnica Plywood Baños de Río Tobía I S.A.U.

Camino Berceo, s/n

Baños de Río Tobía

941 37 50 00

Garnica Plywood Fuenmayor S.L.U.

Carretera de Navarrete, 20

Fuenmayor

941 45 05 00

Garnica Plywood Baños de Río Tobía II S.A.U.

Carretera de Lerma, Km.376

Baños de Río Tobía

941 37 50 01

Organigrama de la Empresa

Equipo Directivo:

Pedro Garnica, Presidente

Guillermo Hernanz, Director General

David Arregui, Director Financiero

Alfonso Muñoz, Director Comercial

Departamentos:

Comercial

Tel.: + 34 941 51 23 55

Fax: + 34 941 51 23 57

sales@garnicaplywood.com

Producción

Tel.: + 34 941 51 23 56

Fax: + 34 941 51 23 59

Compras

Tel.: + 34 941 51 23 53

Fax: + 34 941 51 23 59

purchases@garnicaplywood.com

RR.HH.

Tel.: + 34 941 51 23 53

Fax: + 34 941 51 23 59

rrhh@garnicaplywood.com

Calidad

Tel.: + 34 941 51 23 53

Fax: + 34 941 51 23 59

juan.bezos@garnicaplywood.com

Técnica

Tel.: + 34 941 51 23 53

Fax: + 34 941 51 23 59

carlos.aleson@garnicaplywood.com

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

El Grupo **GARNICA Plywood** surge a partir de la observación del medioambiente y de una decidida vocación industrial que han convertido al Grupo en el líder mundial del contrachapado de chopo en calidad y volumen de fabricación.

La observación del medioambiente nos permitió ver el gran potencial del chopo como árbol de plantación y tener confianza en sus grandes ventajas frente a otras especies de árboles.

La confianza en el potencial del chopo no hubiera bastado sin la vocación industrial y espíritu emprendedor de una organización que lleva más de 35 años de gran crecimiento, mejora continua, y gran ilusión por superar nuevos y mayores objetivos empresariales.

A lo largo de estos 35 años el Grupo **GARNICA Plywood** ha conseguido desarrollar un modelo de negocio propio, genuino, difícilmente imitable por otras empresas y que convierte al Grupo en una empresa con gran personalidad propia.

Este modelo de negocio se fundamenta en varios pilares de profundo conocimiento en nuestra organización, los cuales son:

- El chopo como especie sostenible, como madera, como materia prima del contrachapado y como material de alto valor ecológico.
- Procesos de Fabricación de Contrachapado.
- Tecnología para la Fabricación del Contrachapado.
- Materiales y Técnicas de Encolado.
- Procesos de Mejora Continua
- Técnicas de Calidad Total.

Estos pilares de profundo conocimiento nos hacen capaces de ejercer un exhaustivo control en nuestra cadena de suministro, a la vez que en nuestro propio proceso productivo, obteniendo como resultado un producto de grandísima calidad, producido de forma muy eficiente.

Esta calidad de nuestros productos hace de **GARNICA Plywood** una marca que, en su segmento de mercado, sea reconocida por su calidad, sostenibilidad y confianza.



EMPRESA: Mineraqua, S.A. (Aguas).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Mineraqua S.A. muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración previa

El contacto con Mineraqua se llevó a cabo hace 6 años a raíz del lanzamiento de un concurso restringido de etiquetas para botellas de agua. José Ignacio Evangelio Sáenz, Director General de Mineraqua, se dirige a la ESDIR para estudiar la posibilidad de realizar el citado concurso con nuestros alumnos. Desde entonces la colaboración ha sido anual tal y como se refleja en nuestra web. El Concurso de Etiquetas Peñaclara va por su sexta edición y viene a abundar en la necesidad de implantar unos estudios especializados en packaging que, en palabras de José Ignacio Evangelio Sáenz, contribuirán de forma decisiva a que los jóvenes profesionales estén más preparados para dar respuestas singulares a las necesidades de empresas e instituciones.

Noticias publicadas en la página web de la ESDIR:

MAY. 24, 2013

V EDICIÓN DEL CONCURSO ETIQUETA DE PEÑA CLARA

MINERAQUA S.A convoca el quinto concurso anual de diseño aplicado a etiquetas de agua mineral natural para la marca Peñaclara en el que se seguirán las siguientes bases:

BASES 2013

Primera.- Participantes: *Es un concurso con convocatoria abierta por lo que cualquiera puede participar.*

Segunda.- Modalidad del concurso: *La temática del trabajo deberá estar enfocada principalmente a las características de salud, diversión sana, juventud...La marca de Peñaclara*

debe ser visible y no confundirse con el fondo.

-El diseño de la etiqueta corresponderá al de una etiqueta de 33cl PET Peñaclara así como sus medidas (189 mm x 39 mm) y un solapado de 0.8 cm -Se respetará la tipología actual de letra de la marca Peñaclara. No incluir los logos de otras designaciones (Odontólogos, facebook, twitter....) Si del IRJ y del ESDIR. No debe incluir código de barras. Se tendrán en cuenta aquellos parámetros legislativos encontrados en el artículo 9 del RD 1798/2010 sobre etiquetado de aguas minerales naturales.

Tercera.- Presentación de trabajos: forma y plazo:-Diseño: *Se podrán utilizar cualquier programa informático de diseño del que se pueda exportar fácilmente a soporte informático para su posterior adaptación en imprenta. En cada uno de los trabajos se deberán cumplimentar los siguientes datos: Nombre completo, edad del participante y forma de contacto (tfn y mail). Si pertenece a algún centro escolar indíquelo. Los trabajos se entregarán en la secretaría del ESDIR o bien en esta dirección de correo a consumidor@mineraqua.com o si el archivo ocupa mucho, a esta misma dirección de correo pero a través de www.wetransfer.com. La fecha límite de presentación será el 15 de Julio.*

Cuarta.- Selección de trabajos y jurado del concurso: *La selección de los trabajos se realizará a propuesta del Jurado nombrado por la empresa MINERAQUA S.A. y de la ESDIR. La Secretaria del Jurado cumplimentará en Septiembre el acta de la sesión celebrada, que deberá ser firmada por todos sus miembros, en la que hará constar los asistentes, día, hora y lugar de celebración y los premios concedidos.*

Quinta.- Premio. *Se concederá un primer premio de 600 euros con entrega de diploma y una tirada reducida para su distribución de botellines de 33cl para San Mateo con la etiqueta ganadora. También se prevé entregar dos accésit de 300 euros . El jurado se reserva el derecho de no entregar los accésit si no se alcanza el nivel de calidad adecuado. Los ganadores aparecerán en prensa y en la página web y redes sociales de Peñaclara www.penaclara.es.*

Sexta.- Normas Generales.-*El hecho de participar en el concurso implica el conocimiento y aceptación por todos los concursantes de las presentes bases.*

-El Jurado queda facultado para la interpretación de estas bases así como para la resolución de todas las cuestiones incidentales que puedan suscitarse en el desarrollo del concurso.

-El jurado se reserva el derecho de modificar los parámetros necesarios para que la etiqueta ganadora cumpla finalmente con los requisitos legales y de tamaño relativos al etiquetado, legibilidad y publicidad de alimentos, así mismo se reserva el derecho para utilizarla con fines publicitarios.

-Cualquier asunto no contemplado en las presentes bases o la interpretación de las mismas se reserva a la decisión inapelable del jurado.

JUL. 11, 2012

KLAUDIA BAKALORZ, GANADORA DEL IV CONCURSO ETIQUETA DE PEÑA CLARA

Klaudia Bakalorz con su etiqueta "El color de la fiesta" ha sido la ganadora del concurso anual de diseño de etiquetas para San Mateo 2012.

La autora sido premiada con 600 euros y una producción de botellines con su etiqueta que será entregada en las zonas de ámbito juvenil y de la hostelería logroñesa durante las fiestas de San Mateos.

Se da la circunstancia de que Klaudia también ha sido la autora del cartel Logroño Deporte para este año.



Los dos accesit entregados son para: -Accésit para Sara Tarazona Yustes, premiada con 300 euros para su etiqueta titulada "El fin del mundo".



-Accésit para Sofía Contero Muñiz, también premiada con 300 euros por su etiqueta "Fiestas de color y salud".



Como en anteriores ediciones el concurso ha sido promovido por el Gobierno de La Rioja y la empresa Mineraqua S.L. (grupo riojano propietario de Peña Clara) y destinado a alumnos y ex alumnos de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja para elegir una etiqueta especial que servirá para felicitar las fiestas mateas.

El certamen, con un total de 45 propuestas, entre alumnos, ex-alumnos de la ESDIR y otras aportaciones, ha comunicado el fallo en el IRJ

SEP. 11, 2013

ENTREGADOS LOS PREMIOS DEL V CONCURSO DE ETIQUETAS PEÑA CLARA 2013

Francisco Alonso García, alumno de 4º de Diseño Gráfico, ha resultado ganador del V Concurso de etiquetas Peñaclara 2013

Dos de los accésit han sido para María Esteban Calvo, estudiante de 4º de Diseño Gráfico, y para Diego López Eguizábal, titulado en Diseño de Producto.



NOV. 27, 2011

EXPOSICIÓN RETROSPECTIVA PEÑAFLARA

En Sala Pequeña, hasta el 4 de diciembre

Peñaflara tiene nueva imagen y se ha presentado este pasado martes 22 de noviembre en la Escuela Superior de Diseño de La Rioja (ESDIR). En la Sala Pequeña de la ESDIR podéis contemplar una exposición retrospectiva sobre la imagen de Peñaflara a lo largo de su historia. La muestra está articulada en cinco áreas definidas: historia, deporte, salud, juventud y diseño. Podrán verse desde documentos fechados en el siglo XI que testifican la existencia y la propiedad del manantial hasta el proceso de creación del nuevo logotipo de la marca. La exposición incluye un recorrido a través de la imagen de la marca desde su creación, las etiquetas diseñadas por los alumnos de la ESDIR que este año vistieron las botellas de Peñaflara durante las fiestas de San Mateo o una selección de botellas conmemorativas de acontecimientos deportivos como el Mundial de Fútbol o la Copa Davis. La exposición estará abierta al público desde mañana hasta el día 4 de diciembre en horario de 18.00 horas a 21.00 horas de lunes a sábado y de 12.00 horas a 14.00 horas los domingos.

Noticia publicada en la página web de la Peñaflara:

11/09/2013

Francisco Alonso gana el V Concurso de Diseño de Etiquetas de Peñaflara para felicitar las próximas fiestas de San Mateo

El consejero de Presidencia y Justicia, Emilio del Río, ha dado a conocer esta mañana a los ganadores del V Concurso de Diseño de Etiquetas Peñaflara en el que se elige una etiqueta especial que servirá para felicitar las próximas fiestas mateas

Del Río, que ha estado acompañado por el director general de Mineraqua S.L. Peñaflacara, Ignacio Evangelio, y la directora de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja (ESDIR), Irene de Juan, ha anunciado que el ganador de esta edición es Francisco Alonso, estudiante que curso 3º de Diseño gráfico en la ESDIR y autor de la etiqueta 'San Mateo Tribal'.

Este año, el concurso estaba dotado con un premio de 600 euros y ha contado con la novedad de abrir su convocatoria a todas aquellas personas que quisieran participar en él, al contrario que en otras ediciones cuya convocatoria estaba dirigida de forma exclusiva a los alumnos de la ESDIR. En este sentido, cabe señalar que los organizadores recibieron 46 propuestas, 29 de ellas provenientes de alumnos de la ESDIR y 17 de convocatoria abierta.

El jurado, compuesto por representantes de Peñaflara y miembros de la ESDIR, ha decidido otorgar tres accésit, dotados con 200 euros cada uno de ellos, a María Esteban, (3º de Diseño

gráfico en la ESDIR) por su etiqueta titulada 'En movimiento'; Félix José Toledo (convocatoria abierta) por el diseño denominado 'Agua igual a naturaleza y vida'; y Diego López (ex alumno de Diseño de producto en la ESDIR), autor de 'Donde nace la vida'.

Cabe recordar que el primer premio incluye, además, la reproducción de una tirada de 350.000 botellas con la etiqueta ganadora para su distribución en las fiestas de San Mateo en zonas de ámbito juvenil y de la hostelería logroñesa.

En su intervención, Emilio del Río ha recordado que "este certamen, ya consolidado, tiene como principal objetivo promocionar los hábitos de vida saludable y el ocio sano entre los jóvenes, haciendo especial hincapié en la importancia de no mezclar dos factores de riesgo: alcohol y conducción, fomentando a la par el consumo de agua mineral".

Situación de la empresa

La planta de Peñaclara está situada a 800 m. de altitud en el Término Municipal de Torrecilla en Cameros (La Rioja), entre la Carretera Nacional N-111 y el Río Iregua, a 29 km. de Logroño.

La estructura geológica de esta región, nexo entre la Cordillera Cantábrica y los Pirineos, es extremadamente compleja. Está caracterizada por la superposición de cortes estructurales de dos orogénesis diferentes.

Contacto

MINERAQUA, S.A.

Planta de Peñaclara: es.penaclarawater.com

CIF.: A26413526

Ctra. Logroño - Soria S/N, km. 296

E26100 - Torrecilla en Cameros

(La Rioja)

TFNO: +34 941460029

FAX: +34 941460295

e-mail: consumidor@mineraqua.com

Organigrama de la empresa

El equipo humano de Peñaclara, está formado por profesionales con fuerte experiencia y cualificación demostrada, distribuidos en los siguientes departamentos:

- Gerencia
- Administración
- Producción de envases
- Embotellado
- Mantenimiento
- Logística
- Comercial
- Exportación
- Calidad/Seguridad Alimentaria
- Medio Ambiente
- Prevención de Riesgos Laborales

Forman el equipo 13 hombres y 8 mujeres implicados y comprometidos con la eficiencia de los procesos y la mejora continua. La motivación y el orgullo de ser parte de un patrimonio moral de todos los riojanos, constituyen la fuerza motora y tractora de este equipo, para conseguir objetivos ambiciosos que permiten a Peñaclara estar en la vanguardia de su sector.

Finalidad de la empresa/ historia de la empresa

El manantial Riva los Baños esta referenciado en una carta de donación en 1029. Posteriormente en 1.828 el Dr. Sebastián de Miñano en su Diccionario Geográfico Estadístico de España y Portugal, describe la ubicación de un manantial en Torrecilla cuyas aguas minerales y termales producen efectos beneficiosos en diversas enfermedades. El manantial es utilizado como balneario y su agua fue declarada de utilidad pública en 1.861. Consta en diversas Guías de Balnearios y Aguas Minerales de España de la época.

En 1974 un grupo de empresarios riojanos compra los derechos del manantial y el balneario y constituyen la Sociedad Peñaclara, nombre con el que hasta la actualidad se ha comercializado el agua.

Posteriormente paso a ser propiedad de las empresas Bodegas y Bebidas y desde 1.996 de Nestle Waters.

En el año 2007 es adquirido por la sociedad Mineraqua de capital riojano.

Líneas de producción

La compañía fabrica sus propios envases no retornables en PET, material plástico adoptado para la fabricación de los mismos por sus excelentes propiedades mecánicas y transparencia.

Para ello dispone de cuatro máquinas sopladoras con una capacidad de producción de 14.000 botellas/hora que puede almacenar en nueve silos.

El proceso de llenado, tapado, etiquetado y empacado con agua mineral de los envases no retornables, se realiza mediante dos líneas con una capacidad de 16.000 botellas/hora cada una. Los envases retornables son además esterilizados y la capacidad de esta línea adicional es de 9.000 botellas/hora.

La planta se estructura en una parcela de 8.000 m² con una superficie cubierta de 6.000 m².

Mineraqua ha demostrado un permanente compromiso por la calidad y la seguridad alimentaria, desde la implantación de un sistema APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico) regulado por el Reglamento 852/2004, de 29 de Abril de 2004, del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la higiene de los productos alimenticios y el Codex Alimentariux. Este sistema le ha permitido detectar cualquier peligro y controlarlo para garantizar la seguridad de sus aguas en todas las fases del proceso, desde su extracción hasta su comercialización.

En su afán de adaptarse a las nuevas tendencias y requisitos voluntarios, en 2009 la compañía inició la implantación de un sistema de seguridad alimentaria según los protocolos BRC (The British Retail Consortium) e IFS (International Food Standard), normas exigidas por la gran distribución británica y franco alemana, respectivamente. El esfuerzo realizado desde entonces, ha sido compensado con la obtención de ambas certificaciones, por segundo año consecutivo, con el nivel más alto (nivel A y higher level respectivamente).

Dichas certificaciones de reconocimiento internacional, permiten a Peñaclara exportar sus aguas a cualquier país del mundo.



EMPRESA: Bodegas Ontañón, S.L. (Vinos).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Bodegas Ontañón S.L. muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración previa

La ESDIR consideró apropiado contactar con Bodegas Ontañón tras la entrevista mantenida con el CEDIR, organismo que aconsejó establecer una colaboración con una de las empresas más destacadas en el sector vitivinícola.

Una vez presentado el proyecto de Máster a Bodegas Ontañón su apoyo fue inmediato pues encuentran que es una iniciativa necesaria para el mejor desarrollo y evolución del sector vitivinícola en La Rioja.

Situación de la empresa

BODEGA-MUSEO EN LOGROÑO:

Avda. Aragón, nº 3. 26006 Logroño La Rioja, España.

Tel: (+34) 941 23 42 00

Fax: (+34) 941 27 04 82

BODEGA EN ALDEANUEVA DE EBRO:

C/ Machín s/n Polígono el Tapiao. 26559 Aldeanueva de Ebro. La Rioja, España.

Tel: (+34) 941 14 23 17

Fax: (+34) 941 14 40

BODEGA EN RIBERA DEL DUERO:

Ctra. Roa s/n 09315 Fuentecén, Burgos, España

Tel: (+34) 947 53 27 97

Fax: (+34) 947 53 27 97



Organigrama de la empresa

Raquel Pérez Cuevas, Directora Comercial, raquel@ontanon.es

Rubén Pérez Cuevas, Director de Producción, enologo@ontanon.es

María Pérez Cuevas, Relaciones Externas, maria@ontanon.es

Gabriel Pérez Marzo, Presidente, ontanon@ontanon.es

Lucía Arechavaleta Fernández, Directora de Administración, compras@ontanon.es

María Rodrigo Gómez, Departamento Comercial, comercial@ontanon.es

Elisa Santos Lacalle, Responsable Comunicación, rrpp@ontanon.es

Jesús Arechavaleta Fernández, Responsable de Enoturismo, enoturismo@ontanon.es

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

ONTAÑÓN HISTORIA

La Bodega, fundada hace más de 25 años bajo un ámbito artesano familiar, el cual todavía hoy perdura, cuenta con una larga experiencia en la viticultura riojana.

El viñedo es uno de sus pilares fundamentales, y en estos momentos cultivan un total de 250 hectáreas de viñedo en propiedad.

Para Bodegas Ontañón hacer vino no consiste en una fórmula mágica. Es más bien un adaptarse a las

variedades, al ciclo de maduración de la uva, a la técnica de elaboración. Todos estos ingredientes se combinan cada cosecha con el objetivo invariable de conseguir la máxima calidad y la máxima expresión.

ONTAÑÓN FILOSOFÍA

“Bodegas Ontañón transmite, cosecha tras cosecha, el entusiasmo por el arte del buen hacer, con la dedicación que un nuevo ser vivo exige tras cada vendimia y se merece hasta ser adulto”

Bodegas Ontañón no es sólo una bodega, sino toda una filosofía. Son años de trabajo e ilusión, tanto en las viñas, que son nuestros pilares, como en la conjunción de vino y arte.

El equipo de Ontañón entiende la elaboración del vino como un hecho artesanal que nos transporta a los orígenes de la civilización Mediterránea. Más tarde, durante su estancia en bodega y botella, adquieren su delicado paladar consiguiendo así excelentes vinos de alta gama.

ONTAÑÓN VIÑEDOS

Entendiendo el vino como una obra de arte, desde la tierra hasta la copa, Ontañón cultiva en propiedad 250 hectáreas de viñedos.

En las viñas Ontañón, la vida de cada cepa se cuida como los padres lo hacen con sus hijos. Y los racimos se vendimian sólo cuando la uva ha alcanzado su maduración óptima.

La Montesa, situada en la ladera del monte Yerga a una altitud límite de cultivo en la zona. Sus suelos arcillo-calcáreos varían su colorido conjugándose con los relieves del terreno. Aquí, a esta altura, la Tempranillo alcanza una extracción y finura dignas de la más alta calidad.

En un cruce de caminos, se asienta la viña Siete Caminos. Allí se cultivan cepas de Tempranillo y Garnacha, sin olvidar un rincón de Graciano, sello de nuestra bodega.

Rihuelo, con suelos profundos y ferrosos, que determinan el cuerpo y vigor de los vinos de Ontañón.

La Pasada, la más salvaje de todas. Colinas entrecruzadas y asimétricas de belleza inigualable para el amante de la naturaleza. Rodeada de montes que le confieren un microclima característico, es frecuente ver en ella animales salvajes: corzos, jabalíes, perdices...

ONTAÑÓN BODEGAS

Bodegas Ontañón cuenta en la actualidad con tres sedes en La Rioja y otra en Burgos.

Empezamos nuestra andadura hace más de 25 años en una pequeña bodega, tipo ermita, en la localidad de Quel. En 1999 se inauguró la Bodega-Museo en Logroño, que alberga una colección privada de esculturas, pinturas y vidrieras del artista riojano Miguel Ángel Sainz y es la bodega elegida para llevar a cabo la crianza de nuestros vinos. En la tercera bodega se lleva a cabo la elaboración, a pie de viñedo, en la localidad riojana de Aldeanueva de Ebro, bodega de vanguardia. Estas tres bodegas se encuentran dentro de la Denominación de Origen Calificada Rioja.

En el año 2006 Bodegas Ontañón amplía sus fronteras fuera de La Rioja y abre una bodega en

Fuentecén (Burgos) bajo la Denominación de Origen Ribera de Duero.

Bodegas Ontañón elabora también vinos blancos de élite con la variedad Moscatel de Grano Menudo, bajo la indicación Vinos de la Tierra Valles de Sadacia.

Todas nuestras sedes tienen en común su diseño interior que mezcla las distintas salas de elaboración y crianza con obras artísticas referidas a la mitología y cultura del vino a lo largo de la historia. De este modo, los conceptos de viñedo propio y de saber hacer artesanal son los pilares en los que se asientan los Vinos de Ontañón.

EMPRESA: Grupo de empresas vinícolas de La Rioja.

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual el Grupo de Empresas vinícolas de La Rioja muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa

El Grupo de Empresas vinícolas de La Rioja se mostró interesado en apoyar el presente Máster dado que el diseño integral de packaging para la industria vitivinícola les afecta directamente. En este sentido se muestran de acuerdo en apoyar la implantación de estas nuevas enseñanzas que contribuirán a mejorar el sector.

Situación de la Empresa

Hermanos Moroy 8, 26001

Logroño (La Rioja)

Tfno. 941 271 271

<http://www.gruporioja.es>

Organigrama de la empresa

La Asamblea General es el órgano soberano del Grupo Rioja, y está integrado por todas las empresas que lo forman. La Junta Directiva es el órgano encargado de la dirección, gobierno y administración del Grupo Rioja, formada por entre 6 y 16 empresas. Los cargos de la Junta Directiva son un presidente, dos vicepresidentes y un secretario, que serán personas físicas representando a las

empresas. Actualmente la Junta Directiva está integrada por: Presidente, D. Víctor F. Pascual Artacho; Domecq Bodegas, S.L. Vicepresidente 1º, D. Fernando Salamero Laorden; Bodegas de los Hrdos. del Marqués de Riscal, S.L. Vicepresidente 2º, Dª Raquel Pérez Cuevas; Bodegas Ontañón, S.A.

Vocales:

- D. Víctor Pascual Zárate - Bodegas AGE S.A.
- D. Pedro Aibar Sánchez - Barón de Ley S.L.
- D. Rubén Baz Rodríguez - United Wineries S.A.U
- D. José Luis Fernández de Jubera Ruiz - Bodegas Faustino S.L.
- D. Manuel Gómez Campo - Bodegas Luis Gurpegui Muga S.L.
- D. Manuel Rivero Romanos - Hacienda y viñedos Marqués del Atrio S.L.
- D. Eduardo Romero Álvarez - Bodegas Marqués de Carrión S.A.
- D. Enrique Abiega Olavarrieta - Bodegas Lan S.A.
- D. Felipe Aizpún Viñes - Bodegas Marqués de Cáceres
- D. Javier Murúa Gangutia - Bodegas Muriel S.L.
- D. Jesús Mª de Miguel Martínez - Bodegas Palacio S.A.
- D. Rogelio Jiménez Palacios - Bodegas Federico Paternina S.A.
- D. Santiago Frías Monje - Bodegas Riojanas S.A.
- D. Jesús Martínez-Bujanda Iribarría - Bodegas Valdemar S.A.
- D. Rafael Vivanco Sáenz - Bodegas Vivanco S.L.
- D. Rodolfo Bastida Caro - Bodegas Ramón Bilbao, S.A.

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

El Grupo Rioja (Grupo de Empresas Vinícolas de Rioja) es una asociación empresarial que agrupa a más de cincuenta bodegas de criadores de la Denominación de Origen Calificada Rioja de todas las características y tamaños que conjuntamente representan aproximadamente dos tercios de la comercialización total de vino de Rioja.

Es la heredera de dos asociaciones, el Grupo de Criadores y Exportadores de Rioja, y la Asociación de Empresas Vinícolas de la Zona Rioja, asociaciones históricas de Rioja que en 2008 deciden unir sus caminos, y comenzar una nueva andadura para convertirse en la mayor asociación de empresas comercializadoras de la Denominación.

El antiguo Grupo de Exportadores se fundó en 1968, naciendo como consorcio de exportación. Pronto se convertiría en la asociación empresarial de referencia en Rioja, y además fue la primera entidad en realizar acciones de promoción del vino de Rioja en los mercados exteriores. La AEZVR nació en 1981, convirtiéndose en la sectorial del Vino de la Federación de Empresarios de La Rioja, aunque siempre ha agrupado a bodegas de todos los territorios por los que extiende la Denominación.

Hoy en día las principales actividades del Grupo Rioja se pueden agrupar en:

a) Representación y defensa de los intereses de nuestros asociados tanto en los organismos vinculados al sector en los que se haya presente (Consejo Regulador de Rioja, Organización Interprofesional de los Vinos de Rioja, Federación de Empresarios de La Rioja (FER) y Álava (SEA), etc.), como ante las diferentes administraciones públicas (locales, autonómicas y nacionales).

b) Servicios de información a los asociados. Grupo Rioja ofrece a sus asociados información permanente de todos los acontecimientos relevantes y noticias del sector (ferias, convocatoria de premios, actividades...), novedades legislativas, información de mercados y estadísticas de comercialización, etc.

c) Actividades de promoción. Sin interferir en las diferentes políticas de promoción de las bodegas que lo integran, Grupo Rioja está abierto a realizar ciertas actividades de promoción conjunta de sus marcas. Además, desde la Comisión de Promoción del Consejo Regulador (cuya presidencia ostenta), trabaja activamente en la coordinación de todas las acciones y actividades de promoción que realiza la Denominación.

BODEGAS ASOCIADAS:

BARÓN DE LEY S.A.

BODEGA CLASSICA

BODEGAS AGE S.A.

BODEGAS ALTANZA S.A.

BODEGAS AMEZOLA DE LA MORA S.A.

BODEGAS BERCEO S.A.

BODEGAS BERONIA

BODEGAS CAMPILLO S.L.

BODEGAS CAMPO VIEJO

BODEGAS CARLOS SERRES S.L.

BODEGAS CASTILLO DE FUENMAYOR, S.L.

BODEGAS CORRAL - DON JACOBO

BODEGAS DE SEÑORIO DE YERGA S.L.

BODEGAS DEL MEDIEVO S.L.

BODEGAS EGUÍA S.L.

BODEGAS FAUSTINO S.L.

BODEGAS FRANCO ESPAÑOLAS S.A.

BODEGAS HEREDEROS MARQUES DE RISCAL

BODEGAS IZADI S.A.

BODEGAS LAN S.A.

BODEGAS LUIS GURPEGUI MUGA S.A.
BODEGAS MARQUÉS DE CÁCERES
BODEGAS MARQUES DE CARRION S.A.
BODEGAS MARQUÉS DE VITORIA S.A.
BODEGAS MARQUES DEL CAMPO NUBLE
BODEGAS MARQUÉS DEL PUERTO
BODEGAS MONTECILLO
BODEGAS MURIEL SL
BODEGAS OLARRA
BODEGAS ONDARRE
BODEGAS ONTAÑON S.L.
BODEGAS PALACIO S.A.
BODEGAS PALACIOS REMONDO S.A.
BODEGAS PASTOR DIAZ S.L.
BODEGAS RAMÓN BILBAO S.A.
BODEGAS RIOJANAS S.A.
BODEGAS SANTALBA
BODEGAS VALDEMAR
BODEGAS VIÑA HERMINIA S.L.
BODEGAS VIVANCO S.L.
BODEGAS Y VIÑAS SENDA GALIANA S.L.
BODEGAS YSIOS S.L.
CRIADORES DE RIOJA S.L.
EL COTO DE RIOJA S.A.
EXPLOTACIONES VITIVINÍCOLAS S.L.
FAMILIA MARTINEZ BUJANDA S.L.
FEDERICO PATERNINA S.A.
FLORENTINO DE LECANDA, S.A.
GRUPO SOLAR DE SAMANIEGO S.L.
GRUPO VINÍCOLA MARQUÉS DE VARGAS
HACIENDA Y VIÑEDOS MARQUES DEL ATRIO
PAGOS DEL REY
R. LOPEZ DE HEREDIA VIÑA TONDONIA
SOLAR VIEJO DE LAGUARDIA S.L.
SOTO DE TORRES

EMPRESA: Vintae Luxury Wine Specialists, S.L. (Vinos).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Vintae Luxury Wine Specialists, S.L. muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración previa

El contacto con Vintae se establece a través de Fernando Vega, Director de Marketing. La ESDIR no ha trabajado todavía con Vintae pero al exponer a la empresa el proyecto de Máster que nos ocupa, mostró su interés de colaboración de inmediato pues la creación y la innovación en los diseños de packaging de vino son una de las marcas distintivas de la casa. Muestra de ello son sus trabajos con el estudio de diseño MORUBA o con los BROSMIND. Por ello su apoyo a la nueva iniciativa de la ESDIR fue inmediata.

Situación de la empresa

c/ Gral. Vara de Rey, 5

26003 Logroño. La Rioja. España

T. +34 941 27 12 17

info@vintae.com

www.vintae.com

Organigrama de la empresa

Gerente: Ricardo Arambarri Pérez

Socio fundador: José Miguel Arambarri Pérez

Director Técnico. Enólogo: Raúl Acha

Director Comercial: Francesc Ricart

Director de Marketing: Fernando Vega

Responsable de Comunicación: Raquel Viejo

Director de Arte: Roberto Rodríguez

Administración: Juan Antonio Frías

Ingeniero agrónomo: José Manuel Gómez de Segura

Asistente comercial: Ana Campo

Jefe de Ventas: Miguel Pérez

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

Vintae es una empresa innovadora, joven y dinámica. Actualmente elabora vinos en nueve Denominaciones de Origen distintas en España. La iniciativa tiene su origen en la pasión por el vino de José Miguel Arambarri Terrero, empresario riojano, gran conocedor y enamorado del mundo del vino. Su visión dio lugar a Castillo de Maetierra y Maetierra Dominum, las dos bodegas que fueron el germen de Vintae. Con la incorporación de sus dos hijos, Ricardo y José Miguel, Vintae tomó su forma definitiva, como un proyecto que está suponiendo una auténtica revolución en distintos aspectos del sector vitivinícola, como representa el enfoque vanguardista y de mercado de muchos de sus productos o la creación de Valles de Sadacia, el mayor avance en vinos blancos en toda la historia de la Comunidad Autónoma de La Rioja.

HISTORIA DE LA EMPRESA

Vintae nace para crear vinos innovadores, adaptados a los nuevos gustos de los consumidores. Para ello cuenta con un grupo de más de 50 profesionales que comparten su pasión por el mundo del vino y un espíritu creativo y dinámico, que aplican en cada una de sus áreas de especialización.

Vintae tiene su origen en el año 1999, cuando, por iniciativa de José Miguel Arambarri Terrero, empresario riojano gran conocedor y amante del mundo del vino, fueron plantadas las primeras viñas de la bodega Castillo de Maetierra, la única bodega especializada en vinos blancos de la Comunidad de La Rioja. Estas viñas supusieron el inicio de Valles de Sadacia, la nueva Indicación Geográfica Protegida de vinos blancos de la Comunidad de La Rioja.

La incorporación al proyecto de sus hijos Ricardo y José Miguel, que ahora lideran el proyecto, así

como de otros importantes pilares en la parte técnica y de comercialización, terminó por dar forma a un equipo de gran valía, con una mentalidad abierta e innovadora, y voluntad para afrontar los retos más ambiciosos. Con este gran equipo y llevados por el éxito de las dos bodegas ubicadas en La Rioja, comenzaron a explorar las posibilidades creativas de otras zonas de elaboración españolas con el objetivo de crear un portfolio que abarcara lo mejor de cada zona vinícola española.

Apostaron por Ribera del Duero, una de las Denominaciones de Origen más pujantes en el panorama vinícola internacional, donde crearon De Bardos; buscaron la libertad creativa en Ribera del Queiles, una zona limítrofe con La Rioja con grandes posibilidades de innovación. En Navarra, encontraron la finca Monastir, con la que han creado una exclusiva colección de vinos de pago.

En 2009 llegó Matsu, en la Denominación de Origen Toro, un proyecto que supone un homenaje a los viticultores que han dedicado su vida a la viña y que conjuga la cultura oriental por el cuidado de lo natural con las más avanzadas técnicas de agricultura biodinámica de las zonas rurales de europeas.

Actualmente, tras diez años de andadura, Vintae ha conseguido crear un portfolio de productos que cubre prácticamente todo el panorama vinícola español, y que sigue ampliándose día a día. Su presencia comercial está en continuo crecimiento, tanto nacional, como internacionalmente, estando presente, a día de hoy, en más de 40 países, a los que se unen nuevos mercados cada año.

VINTAE PASIÓN POR EL VINO

Para Vintae el vino es una manera de disfrutar, además de su actividad profesional. Quieren que todos sus clientes también puedan disfrutarlo y compartirlo, y por eso trabajan para ofrecer productos que transmitan conceptos, ideas y sensaciones a través de todos los sentidos, desde el diseño de la botella, hasta el momento de la cata.

¿En qué se refleja su pasión por el vino?

-Buscan calidad y singularidad en todo el panorama vinícola español.

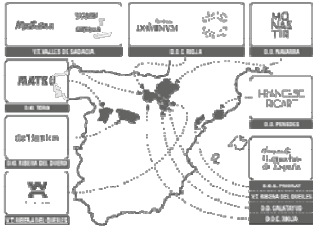
Han buscado desde el inicio la calidad y la singularidad en las principales zonas de elaboración del panorama vinícola español, lo que les ha llevado a ser pioneros en Ribera del Queiles y a crear Valles de Sadacia, sin olvidar las zonas con más tradición como Ribera del Duero o Rioja.

-Las mejores variedades para cada zona

El equipo enológico de Vintae apuesta por aprovechar las singularidades de cada región para llevar hasta sus últimas consecuencias a las variedades autóctonas más destacadas o incluso las foráneas que han demostrado mejor adaptación. Buscan las variedades más interesantes para cada zona y, para ello, no dudan en innovar, como en el caso de Castillo de Maetierra, con su amplio catálogo de variedades blancas, o Winery Arts, con la introducción de un gran número de variedades tintas foráneas.

-Vinos que transmiten pasión.

Los vinos de Vintae consiguen conectar con el consumidor actual. De principio a fin, todo el equipo de Vintae trabaja para que, cada detalle que rodea a sus vinos, sea capaz de transmitir el alma del proyecto vitivinícola en cuestión. Su zona, su filosofía, sus valores... todo ello para conseguir una experiencia completa que consiga satisfacer plenamente las expectativas del consumidor. Adaptados a los gustos del consumidor actual, que demanda vinos fáciles de beber, menos agresivos, pero que no renuncien a la máxima calidad, la potencia y la riqueza de matices y que respeten la singularidad de cada zona.



Maetierra
THE SPANISH WHITE REVOLUTION

Maetierra es la única bodega de La Rioja especializada en vinos blancos y pionera en la Indicación Geográfica Protegida Valles de Sadacia. Probablemente es en la actualidad la bodega con la más amplia gama de vinos blancos del mundo.

El proyecto surgió para rescatar una variedad autóctona riojana: la Moscatel de Grano Menudo, desaparecida a finales del siglo XIX por la filoxera, que es la variedad más aromática del mundo. De las 150 hectáreas de viñedo de la finca Maetierra, situada en Calahorra, casi 60 son de esta variedad recuperada.

La Moscatel de Grano Menudo es la más fina y elegante de todas las moscateles. Aunque es menos productiva y más difícil de elaborar, ha mostrado todo su potencial con los vinos de la familia Libalis y Melante, que combinan complejidad con frescura.

VARIEDADES:
Moscatel de grano menudo, Viura, Malvasía, Chardonnay y Syrah (Rusado).

Dry Libalis	Tipo de Vino: Blanco seco. Variedades: Moscatel de Grano Menudo, Viura y Chardonnay.
Libalis	Tipo de Vino: Blanco afrutado. Variedades: Moscatel de Grano Menudo, Viura y Malvasía.
Libalis Rosé	Tipo de Vino: Rosado de Lagrima. Variedades: Moscatel de Grano Menudo y Syrah.
Grand Libalis	Tipo de Vino: Blanco afrutado. Variedades: Moscatel de Grano Menudo, Viura y Malvasía.
Melante	Tipo de Vino: Blanco Dulce de Vendimia Tardía. Variedades: 100% Moscatel de Grano Menudo.
Melante Coleccion	Tipo de Vino: Blanco Dulce de Vendimia Tardía. Variedades: 100% Moscatel de Grano Menudo. Crianza: 9 meses en bodega nueva de roble francés.



SPANISH WHITE GUERRILLA
MAETIERRA

Maeterra's Spanish White Guerrilla es una colección de ocho vinos monovarietales elaborados con las variedades blancas de mayor prestigio mundial: Albariño, Gewürztraminer, Riesling, Sauvignon Blanc, Verdejo, Chardonnay y Viognier, que por primera vez han sido cultivadas en la comunidad Autónoma de La Rioja.

Esta familia de vinos supone una auténtica revolución dentro del panorama de los vinos blancos y consolida la apuesta de Maeterra por un alto nivel de calidad y vinos con personalidad propia en una región con unas características geoclimáticas muy favorables para los blancos, que hasta ahora no se han explotado.

El carácter transgresor de esta colección se expresa en sus etiquetas, protagonizadas por guerreros caracterizados con las peculiaridades de su zona originaria de elaboración y que resaltan los rasgos de la personalidad propia de cada variedad.

VARIEDADES:
Riesling, Gewürztraminer, Chardonnay, Viognier, Albariño, Verdejo y Sauvignon Blanc.



Riesling Gewürztraminer Chardonnay Chardonnay Barrica Viognier Barrica Albariño Sauvignon Blanc Verdejo	Tipo de Vino: Blanco afutado. Tipo de Vino: Blanco afutado. Tipo de Vino: Blanco seco. Tipo de Vino: Blanco seco. Elaboración: Fermentado en barrica y crianza posterior de entre 6 y 8 meses en barrica nueva de roble francés. Tipo de Vino: Blanco seco. Elaboración: Fermentado en barrica y crianza posterior de entre 6 y 8 meses en barrica nueva de roble francés. Tipo de Vino: Blanco seco. Tipo de Vino: Blanco seco. Tipo de Vino: Blanco seco.
--	---



Maeterra DOMINVM
LA FILOSOFÍA CUATRO PAGOS
RIOJA
Denominación de Origen Calificada

Maeterra Dominum ha revolucionado el concepto de "vino de pago" dentro de la Denominación de Origen Calificada Rioja. Para elaborar sus vinos se seleccionan uvas de cuatro fincas, ubicadas en cuatro zonas diferentes de La Rioja, en las que la combinación de suelo, clima y variedad expresan al máximo las propiedades del vino.

La uva del Pago Este, situado en un terreno de suelos aluviales y pluviometría media, concede a los vinos un carácter frutal con aromas florales. La potencia es la característica fundamental del Pago Sur, un terreno llano de suelos pedregosos, cuya aridez y diferencias de temperatura dan lugar a vinos cálidos y corpulentos. El Pago Norte, de clima más suave y situado en una zona de relieve accidentado, aporta longevidad al vino, gracias a su alto contenido en taninos y su elevada acidez. La característica principal del Pago Oeste es la elegancia y su capacidad para armonizar al resto.

VARIEDADES:
Tempranillo, Graciano y Garnacha Tinta.



Gavanza Quatro Pagos QP Vintage	Tipo de Vino: Crianza. Variedades: Tempranillo, Graciano y Garnacha Tinta. Crianza: Más de 14 meses en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Reserva. Variedades: Tempranillo, Graciano y Garnacha Tinta. Crianza: Entre 15 y 18 meses en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tempranillo, Graciano y Garnacha Tinta. Crianza: Más de 18 meses en barricas nuevas de roble francés.
---	--



de Bardos

LAS RAÍCES DE UN MITO





La Denominación de Origen Ribera del Duero ha dado algunos de los más grandes vinos de España y en los últimos años es una referencia nacional e internacional. En esta región vinícola castellana, De Bardos selecciona las mejores uvas en Fuentemolinos, Quintanilla de Onésimo, Anguix y Moradillo de Roa, donde se encuentran, sin duda, los viñedos más antiguos de la Denominación.

De Bardos ha creado una colección de vinos de autor que se elaboran únicamente en las cosechas que reciben la calificación de 'Excelente'. De esta manera, si a pesar de la estricta selección la uva no alcanza la calidad requerida, algunos de sus vinos no serán elaborados.

En esta bodega, la elaboración se realiza de forma artesanal. La uva se recoge a mano y se transporta en cajas de 15 Kg. para que llegue a la bodega en perfectas condiciones y allí se seleccionan los mejores racimos. La crianza en barrica de roble francés tiene lugar en palados subterráneos con temperatura constante.

VARIEDADES:
Tinta del País y Cabernet Sauvignon.

de Bardos ROBLE Ars Romántica Ars Épica Ars Mítica Ars Suprema	Tipo de Vino: Roble. Variedades: Tinta del País. Crianza: 3 meses en barricas de roble francés. Tipo de Vino: Crianza Variedades: Tinta del País. Crianza: 14 meses en barricas de uno y dos años de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tinta del País. Crianza: 16 meses en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tinta del País y Cabernet Sauvignon. Crianza: 16 meses en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tinta del País. Crianza: 18 meses en barricas nuevas de roble francés.
--	--





Matsu, que en japonés significa esperar, es un homenaje a todos los viticultores que, durante generaciones, han trabajado la viña dedicándole su esfuerzo, sabiduría, respeto y sacrificio. Las tres generaciones de los viticultores reales que ilustran cada botella representan su relación con la tierra, propia de su edad y de su etapa vital. La personalidad de cada uno encarna las características del vino al que da nombre.

La D. O. Toro es una zona con excelentes condiciones. Un clima seco, con temperaturas extremas; suelos arenosos y viñas centenarias, incluso anteriores a la filoxera, ya que en esta zona debido a sus características geoclimáticas, tuvo poca incidencia.

Matsu ha conseguido conservar la potencia tradicional de la D.O. Toro, añadiéndola con una suavidad envolvente. Los vinos de Matsu proceden de viñedos de la variedad Tinta de Toro, de entre 80 y 100 años con muy baja producción y cultivados según la tradición de la zona de no interferir en los procesos naturales y seguir los tiempos que marca la naturaleza, utilizando técnicas cercanas a la viticultura biodinámica.

VARIEDADES:
Tinta de Toro.

El Picaro El Recio El Viejo Matsu 2009	Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tinta de Toro. Elaboración: Fermentación maloláctica en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tinta de Toro. Crianza: 14 meses en barricas de uno y dos años de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tinta de Toro. Crianza: Más de 16 meses en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tinta de Toro. Crianza: 16 meses en barricas nuevas de roble francés.
--	---

Proyecto Garnachas de España



Proyecto Garnachas de España supone un homenaje a una variedad que ha sido históricamente olvidada por su complicada viticultura y su difícil elaboración, y que los gustos del consumidor actual se han encargado de rescatar. Los vinos de garnacha son afrutados, con taninos dulces e ideales para el consumidor actual.

Esta colección es fruto de un proyecto muy personal que comenzó con la búsqueda por diferentes zonas de España de los viñedos que mejor reflejasen la esencia de esta variedad. El resultado es una colección de vinos monovarietales procedentes de viñedos muy antiguos, que plasma a la perfección el concepto de Terroir, ya que cada vino expresa todos los matices y singularidades propias de su zona de elaboración.

Todos los vinos tienen en común, el situarse en zonas próximas al Valle del Ebro, en donde la garnacha tiene sus orígenes, y que tanto por su clima como por la naturaleza de sus suelos, ofrece unas condiciones óptimas para las necesidades de esta variedad.



La Garnacha Salvaje del Moncayo La Garnacha Olvidada de Aragón La Garnatxa Fosca del Priorat El Garnacho Viejo de la Familia Acha La Garnacha de Hielo	Variedades: 100% Garnacha Tinta. Zona de elaboración: Ladera norte del Moncayo, Ribera del Quilés. Crianza: 5 meses en barrica de roble francés. Variedades: 100% Garnacha Tinta. Zona de elaboración: Valle del Ribota, D.O. Calatayud. Crianza: 10 meses en barrica de roble francés. Variedades: 100% Garnacha Tinta. Zona de elaboración: D.O. Priorat. Crianza: 12 meses en barrica de roble francés. Variedades: 100% Garnacha Tinta. Zona de elaboración: Valle del Cárdenas (La Rioja). Crianza: 14 meses en barrica de roble francés. Tipo de vino: Vino de Hielo. Variedades: 100% Garnacha Tinta. Zona de elaboración: Valle del Cárdenas (La Rioja). Crianza: 8 meses en barrica de roble francés.
--	---

VARIEDADES: Garnacha tinta.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN: Rioja, D.O. Calatayud, D.O.Q. Priorat, V.T. Ribera del Quilés.



WINERY ARTS

V.T. RIBERA DEL QUEILES

La Denominación de Origen Ribera del Quilés abarca territorios de Navarra y Aragón, formando una de las mejores y más originales zonas vinícolas de España. Sus viñedos viejos, de muy baja producción, se asientan en las laderas surcadas por el río Quilés, que desciende desde los más de 2.300 metros del Moncayo hasta la Ribera del Ebro.

El carácter Mediterráneo de la zona se deja notar en un vino con bastante cuerpo y un punto goloso mientras que la influencia atlántica generada por el Moncayo, que ejerce de barrera natural para los vientos del Noroeste, aporta frescura, así como un grado de acidez.

Winery Arts se ha inspirado en el número 9, considerado como la cifra del saber supremo en diversas culturas, para crear una colección de vinos modernos y singulares.

VARIEDADES: Garnacha, Merlot, Tempranillo y Cabernet Franc.



Tres al Cuadrado Seis al Revés Número Nueve Exclusive Numbernine	Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Garnacha, Merlot y Tempranillo. Crianza: Más de 14 meses en barricas nuevas de roble francés y americano. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tempranillo y Merlot. Crianza: Más de 16 meses en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tempranillo y Cabernet Franc. Crianza: Más de 16 meses en barricas nuevas de roble francés. Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Garnacha y Cabernet Franc. Crianza: Más de 18 meses en barricas nuevas de roble francés.
--	--



MONASTIR

LA REVOLUCIÓN DEL TERROIR

VINOS D.O. NAVARRA



El proyecto Monastir da forma a una colección de vinos de finca, de alta expresión, modernos, corpulentos y de gran finura, que recupera el concepto del cuidado del viñedo como fuente fundamental de calidad.

El enólogo Raúl Acha emprendió su búsqueda hasta encontrar la Finca Monastir, situada en territorio de la DO Navarra, en la margen derecha del Ebro, junto al límite oriental de la vecina Rioja. Las excelentes cualidades de sus suelos, su particular microclima y el gran celo puesto en el cuidado de sus viñedos, de muy baja producción, permiten a la finca, propiedad de la bodega, ofrecer la máxima expresión del "terroir".

Las variedades Tempranillo, Merlot, Cabernet y Graciano se acoplan a la perfección y potencian sus excepcionales cualidades, dando lugar a vinos singulares y complejos.

VARIEDADES:
Tempranillo, Merlot y Cabernet Sauvignon.

Monastir S.XXI Revolutio	Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Graciano y Tempranillo. Crianza: 4 meses en barricas de uno y dos años de roble francés y americano.
Monastir S.XII Cister	Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Merlot, Tempranillo y Cabernet Sauvignon. Crianza: 14 meses en barricas de uno y dos años de roble francés y americano.
Monastir S.X Cluny	Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Tempranillo, Cabernet Sauvignon y Merlot. Crianza: 16 meses en barricas nuevas de roble francés.
Monastir S.V Benedictine	Tipo de Vino: Tinto de Autor. Variedades: Cabernet Sauvignon, Tempranillo y Merlot. Crianza: 18 meses en barricas nuevas de roble francés.



Maillay Champagne es una de las 17 bodegas Grand Cru francesas, la única de Champagne que elabora todos sus vinos con uvas de sus propios pagos, todos con la calificación de Grand Cru.

D.O. CHAMPAGNE





Brut Reserve

Brut Rose

Cuvée L'Instantané

FRANCESC RICART

Francesc Ricart Brut ha sido elaborado siguiendo el Método Tradicional, con las uvas más representativas de la DO Cava: Xarel·lo, Macabeo y Parel·lada para un homenaje a uno de los pilares de Vintae.

D.O. CAVA



Francesc Ricart Brut



La familia Follador atesora más de dos siglos de tradición vinícola en el Veneto italiano, donde poseen su bodega y viñedos y elabora sus proseccos de gran prestigio internacional.

PROSECCO





Valdobbiadene Prosecco Superiore D.O.C.G. Brut Millesimato

Spumante Cuvée Rose Brut Millesimato

Prosecco D.O.C. Trevino "Prosecco"



El vino como nunca lo has visto

Vinopedia.tv es un portal de contenidos audiovisuales en el que los propios viticultores y enólogos muestran paso a paso el proceso de elaboración del vino, tanto en la viña como en la bodega, de una manera amena, accesible y divertida.

Desde Vintae hemos creado esta herramienta para poder compartir nuestros conocimientos y nuestra pasión por el mundo del vino.

A través de una serie de capítulos que no superan los diez minutos de duración, es posible ver el proceso que se sigue para crear un vino y conocer a las personas que intervienen en su elaboración. Vinopedia está concebida para que el usuario se divierta a la vez que aprende sobre el mundo del vino.

Además de los vídeos, el portal cuenta con una serie de gráficos y contenidos paralelos que complementan y actualizan los distintos capítulos. En el blog de vinopedia el equipo de enólogos de Vintae explica curiosidades y detalles que se encuentran cuando están desarrollando su trabajo.

 www.vinopedia.tv

 www.facebook.com/vinopediatv

 www.twitter.com/vinopediatv





¿Por qué una guerrilla?

Una revolución es un cambio rápido y profundo en cualquier cosa, según la definición de la Real Academia de la Lengua Española, y es lo mismo que ya lleva recorrida la industria vinícola, que ahora sale al mercado, está representando precisamente eso. La decisión de Bodegas y Castillos de Maetierra de apostar por el mercado de los vinos blancos ha producido distintos resultados dentro del sector vinícola de La Rioja y ha despertado un importante debate sobre las posibilidades de mercado del vino blanco, que han llevado a que la Denominación de Origen Calificada Rioja apruebe la incorporación de nuevas variedades blancas, siendo la primera vez desde la creación de la Denominación en 1925 que se incorporan nuevas variedades.

Aun así, queda camino por recorrer, por eso esta colección de vinos está representada por un grupo de guerrilleros que tratan de cambiar la tradición, por ello, por su nombre y su caracterización en el sentido común, que comenzó en 2003 con la creación de Bodegas y Castillos.

La imagen de estos vinos debe ser acorde al carácter singular y revolucionario que han creado desde su nacimiento y por ello, se decidió que la colección viniera hacia la personificación de una revolución, la figura de un guerrillero. Cada uno representa a su variedad y todo lo que conlleva la producción en una zona de larga tradición vinícola como es La Rioja.



La creación de la guerrilla

El día de la que se paró a la hora de crear la imagen para Maetierra's Spanish White Guerrilla era la de la revolución, la desobediencia y la rebeldía que, en sí misma, representa esta colección de ocho vinos blancos elaborados en La Rioja, una tierra eminentemente de tintos, y con variedades que nunca antes se habían trabajado en esta zona. A partir de ahí, se sucedieron conversaciones y reuniones en las que participaron distintos miembros del equipo Vintae. El equipo de Marketing y Diseño depuró y analizó las ideas y finalmente apareció la guerrilla, como la mejor forma de defender los principios que están detrás de estos vinos.

El siguiente paso fue construir un carácter para cada uno de los guerrilleros que estuviera relacionado con las características de cada variedad y su procedencia. De nuevo, las distintas visiones de los distintos miembros del equipo Vintae terminaron de perfilar el carácter de cada uno de los guerrilleros.

Los ilustradores

Una vez que el nombre, la idea y el concepto quedaron fijados, Daniel Morales y Javier Euba (Morubal), con los que Vintae ya ha trabajado en creaciones como Matsu, asumió la Dirección de Arte y entró en contacto con Brosmind, un estudio dirigido por los hermanos Mingarro cuyas ilustraciones combinan la fantasía y el humor, dos ingredientes que resultaban básicos para desarrollar un proyecto como Maetierra's Spanish White Guerrilla.

Los trabajos que ha desarrollado Brosmind han sido reconocidos con diversos galardones entre los que destacan dos Leones Joro y platat y un Shortlist en Cannes, Sol de Oro en San Sebastián, Graphis de Oro y premios Laus.



EMPRESA: Repro Centro y Repro Estudio (Imprenta).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual **Repro Centro** y **Repro Estudio** muestran su apoyo e interés de colaboración en el Máster.

Colaboración previa

La relación de la ESDIR con **Repro Centro** y **Repro Estudio** data de 2005 cuando desde la asignatura Tecnología de las Artes Gráficas, perteneciente al currículum de los Estudios Superiores de Diseño (especialidad Diseño Gráfico), se comenzaron a realizar visitas anuales a la empresa con el fin de mostrar al alumnado los procesos de impresión y producción digital. Desde entonces la colaboración ha sido fluida. Además de las visitas a la imprenta, se han realizado proyectos como el Paseo de la Tipografía en el contexto de la Jornadas de Diseño de 2012 y 2013 o un proyecto de packaging en colaboración con la empresa de moda infantil TucTuc, desarrollado a comienzo del presente año 2014.

Noticias publicadas en la página web de la ESDIR:

La colaboración con Repro Centro ha sido constante tal y como demuestran las reseñas de nuestra web (www.esdir.eu) que siguen a continuación:

MAR. 17, 2011

VISITA A REPROESTUDIO

2º curso de Diseño Gráfico

Los alumnos de la asignatura Tecnología de Artes Gráficas de 2º curso de Diseño Gráfico visitaron Reproestudio donde pudieron observar distintos procesos de impresión digital y procedimientos

de producción gráfica.



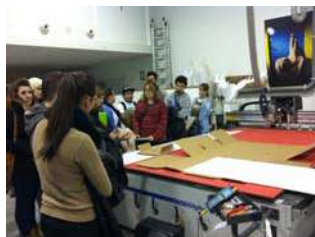


A lo largo del primer cuatrimestre del curso académico 2013/2014 se ha llevado a cabo un proyecto interdisciplinar de Diseño integral de Packaging entre las especialidades de Diseño Gráfico, Diseño de Producto y Diseño de Interiores. Los alumnos han trabajado por grupos siguiendo un briefing proporcionado por la empresa Tuc Tuc, marca de moda infantil y productos para el bebé. Repro centro cedió material (cartón de diversos gramajes) a los alumnos y se programó una visita a sus instalaciones el día 19 de diciembre de 2013. A continuación mostramos la noticia de la visita tal y como se publicó en la web de la ESDIR:

DIC. 20, 2013

VISITA A REPRO CENTRO

El día 19 de diciembre los alumnos de 2º de Diseño de Producto, 2º de Diseño de Interiores y 3º de Diseño Gráfico visitaron Repro Centro, empresa dedicada a la impresión digital en gran formato. La actividad forma parte de un proyecto interdisciplinar en colaboración con Repro Centro y Tuc Tuc, marca de moda infantil y productos para el bebé. Durante casi 2 horas vieron el proceso de producción, los variados usos de la impresión digital, los diferentes soportes sobre los que trabajar y las múltiples aplicaciones que se pueden llevar a cabo.



23, ENERO, 2014

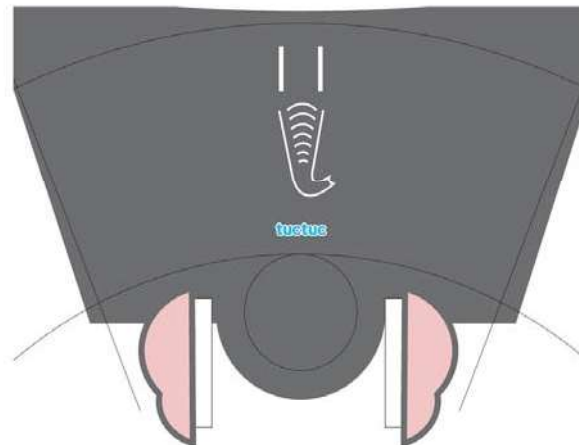
Proyecto interdisciplinar con Repro Centro y TucTuc

La mañana del 23 de enero se presentaron en el salón de actos de la ESDIR los resultados del ejercicio interdisciplinar propuesto por TucTuc y Repro Centro a los alumnos de 2º de Diseño de Interiores, 2º de Diseño de Producto y 3º de Diseño Gráfico. Se mostraron diez propuestas que fueron analizadas por Salomé Caballero, Directora de Marketing de TucTuc, Marisa Sotés, socia fundadora de TucTuc y directora creativa de la marca, y Javier Vega de Repro Centro. Rediseño de marca, packaging, expositores o escaparates han sido algunos de los contenidos trabajados en esta enriquecedora actividad.

Desde la ESDIR agradecemos a TucTuc y a Repro Centro su colaboración con nosotros y esperamos poder realizar más proyectos conjuntos en el futuro.

A continuación mostramos una imagen de cada uno de los 10 proyectos

Grupo 1:



Grupo 2:



Grupo 3:



Grupo 4:

Expositor



Grupo 5:

DISPLAY



Grupo 6:



Grupo 7:



Grupo 8:

tuctuc //Linea de Packaging



Grupo 9:



Grupo 10:



Para acabar con un par de imágenes del acto de presentación.



En la web de Repro Centro (www.reprocentro.es) está documentada la última visita de la ESDIR:





Situación de la empresa

REPRO CENTRO

Pol. Cantabria I, C/ Barrigüelo, Parc. 55, Nave 2

26006, Logroño, La Rioja.

T. 941 630 002

www.reprocentro.es

REPRO ESTUDIO

Pol. Cantabria I,

C/ Barrigüelo, Parc. 55 Nave 1

26006 Logroño La Rioja

T. 941 270 063

F. 941 244 134

reproestudio@reproestudio.com

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

Repro Centro Digital

En unas instalaciones de más de 2.000 m2 y tecnología de impresión digital de última generación, su trabajo abarca desde el procesado de la imagen digital, hasta su aplicación en espacios concretos (suelos, paredes, fachadas, escaparates...); así como la impresión sobre todo tipo de soportes y el montaje final, ya sea un espacio exterior, museo, feria, hotel, casa particular, o edificio institucional. Los proyectos a medida les aportan valor añadido y diferencian de la competencia.

Con un equipo joven y cualificado, apuestan por el respeto al medio ambiente y la salud de las personas utilizando procesos de gestión y sistemas de impresión no contaminantes.

Impresión Digital

Impresión digital tanto en materiales flexibles como rígidos. Su elemento diferencial es el servicio integral que ofrecemos a los clientes, ya que no sólo imprimimos, sino que, y gracias a los departamentos de diseño estructural o de producto: asesoran, plantean, desarrollan, miden, montan, transportan, colocan, y desmontan.

Con un equipo joven y cualificado, apuestan por el respeto al medio ambiente y la salud de las personas utilizando procesos de gestión y sistemas de impresión no contaminantes.

Usos y Aplicaciones de la Impresión Digital

Los usos de la impresión digital son muy variadas, y van desde lo decorativo (aplicación industrial sobre una puerta de armario), hasta arte y decoración (parte expositiva de un museo). También, para vestir eventos y exposiciones; impresión de toda la parte comunicativa con aplicaciones en publicidad exterior (vallas, mupis, banderolas, o señalética) displays, y PLVs.

Repro Estudio

Repro Estudio es una empresa con más de 25 años de experiencia en servicios integrales para la industria de las artes gráficas y también con soluciones definitivas para profesionales del diseño, del marketing y la comunicación.

EQUIPO HUMANO

Cuenta con un equipo humano de alta cualificación y dilatada experiencia lo cual permite ofrecer soluciones y asesoramiento personalizado para que nuestros clientes obtengan el máximo rendimiento a través de nuestros diferentes departamentos.

TECNOLOGÍA

Tecnología de última generación en unas instalaciones que ocupan una superficie de 2.000 m² que nos permite dar respuesta a cualquier tipo de demanda cuyo objetivo sea la comunicación en general, los eventos, las campañas de marketing, las campañas publicitarias, comerciales o el lanzamiento de productos o servicios.

MEDIO AMBIENTE

Nuestro compromiso y respeto al medio ambiente es un objetivo prioritario utilizando procesos, gestión y sistemas de impresión no contaminantes y que emiten niveles extremadamente bajos de compuestos orgánicos volátiles, para garantizar la salud de las personas y no dañar el medio ambiente.

CALIDAD

Repro Estudio es sinónimo de compromiso con nuestros clientes. Con la premisa de un buen diseño y la correcta elección de los materiales y soportes aportamos control y calidad en los procesos de

preimpresión e impresión en sus diferentes sistemas, así como responsabilidad en la gestión de los proyectos.

SERVICIOS

- PREIMPRESION, Fotografía, Desarrollo y Producción Gráfica, mediante la cual los profesionales de la comunicación encuentran solución a cualquier tipo de objetivo publicitario o comercial
- IMPRESIÓN DIGITAL, estamos equipados para imprimir digitalmente sobre cualquier material utilizado en decoración o reproducción de arte, tanto rígidos como flexibles
- FOTOGRAFADO, las industrias gráficas encuentran en nosotros la solución a sus requerimientos. Para ellas y las relacionadas con ellas contamos con departamentos de producción, planchas de polímero, pantallas para serigrafía, clichés de magnesio y troqueles, que nos permiten dar servicios plenos a diferentes sistemas de impresión y acabados especiales.

Pre-impresión

El objetivo prioritario de Repro Estudio es contribuir al éxito de las empresas, entidades o profesionales que lo requieran dando soluciones personalizadas a diferentes entes desde la preimpresión hasta el producto final.

- Profesionales de la comunicación
- profesionales del diseño y el arte
- industrias gráficas
- industria general

Tanto la Industria Gráfica como aquellos profesionales de la Comunicación o del Diseño que requieran de sus servicios hallarán solución definitiva a sus pretensiones. Igualmente Repro Estudio cuenta con medios para resolver cualquier necesidad bien sean comerciales, sociales o culturales.

El área de preimpresión consta de dos departamentos: imagen, con sus secciones de fotografía y digitalización y el de realización de proyectos, que se compone de desarrollo y producción gráfica.

Fotografado

Para la industria gráfica Repro Estudio cuenta con el Área de fotografado, técnica que utiliza una plancha rígida o flexible sensible a la luz que permite la realización de distintas formas de impresión, aplicaciones y acabados especiales y estampación o creación de relieves bien sea por sistemas tradicionales o por tecnología láser.

En este campo Repro Estudio se sitúa en la vanguardia de las empresas más especializadas en la realización de elementos precisos para la impresión o aplicaciones especiales tanto en máquinas planas como rotativas.

El equipamiento tecnológico del que disponemos permite a Repro Estudio la producción de cualquier tipo de plancha, pantalla o troquel que la Industria gráfica o relacionada con ella necesite para imprimir en distintos soportes o por diferentes tecnologías. Nuestra experiencia nos permite realizar

clichés con la más alta calidad y máximo rango de resolución existente en el mercado. Las imágenes convertida, tratadas y retocadas en Repro Estudio quedan preparadas para cualquier tipo de impresión.

- Ofset
- Laser
- Inyección de tinta
- Flexografía
- Holografía
- Serigrafía

Sus productos están especialmente indicados para la INDUSTRIA GRÁFICA y se llevan a cabo con la utilización de la más avanzada Tecnología de Exposición directa Láser UV o de ablación láser por infrarrojos. Algunos de los trabajos de fotograbado que realizan:

- Polímeros
- pantallas
- clichés de magnesio

Impresión Digital

No son pocas las veces que las empresas o Instituciones sean públicas o privadas o los profesionales de la comunicación o el diseño tienen necesidad de dar a conocer públicamente sus realizaciones, proyectos o presentaciones. Están perfectamente preparados en Repro Estudio para atender las demandas de diverso tipo de clientes.

- Profesionales de la comunicación
- profesionales del diseño y el arte
- industrias gráficas
- industria general

Sus servicios tienen aplicación en todo tipo de soportes, sean flexibles como el papel, el vinilo, las lonas, el poliéster, los retroiluminables o los textiles o cuando se trata de rígidos tales como el fórex-foam, aluminio, dibond, PVC, madera, cristal, metacrilato o polipropileno.

Son múltiples las aplicaciones que la impresión digital tiene especialmente en los ámbitos de eventos y publicidad, industrial y decoración y del arte en general.

- Lonas de gran formato
- Banderolas y pancartas
- Cartelería y elementos de escaparatismo
- Mupis (mueble urbano para la presentación de información)
en centros comerciales o instituciones
- Displays y publicidad en el punto de venta (PLV). Photocall's

- Decoración de fachadas
- Decoración de fachadas
- Recubrimiento de edificios
- Mobiliario urbano
- Volumétricos de uso diverso
- Vitrinas
- Vallas

EMPRESA: Ochoa Impresores (Imprenta).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Ochoa Impresores muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración Previa

La empresa Ochoa Impresores comenzó a colaborar con la ESDIR en el año 2008 cuando desde la asignatura de Tecnología de Artes Gráficas se comenzaron a realizar visitas anuales a la imprenta para poner en contacto al alumnado con los sistemas de impresión y producción.

Su apoyo al Máster fue inmediato dado que consideran que puede ser positivo de cara a potenciar la oferta educativa de La Rioja y contribuir a mejorar el sector de las Artes Gráficas.

Situación de la Empresa

Imprenta, almacén y oficinas:

Pol. Ind. La Portalada II. C/ Cordonera, 9.- 26006 Logroño- (La Rioja)

Teléfono: 941 243 100

Mail: comercial@ochoaimpresores.es

<http://www.graficasochoa.es>

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

Ochoa Impresores es una empresa comprometida con el ecosistema, por eso sus procesos de producción son respetuosos con el medio ambiente y cuidan que las materias primas empleadas en la fabricación de los productos provengan de fuentes que apuesten por la sostenibilidad del planeta.

La materia prima más importante para el proceso es el papel, todo el papel empleado es libre de cloro (ECF/TFC), ofrecen a sus clientes papeles reciclados, o con certificado Angel Azul, NAPM, etc.

Pueden garantizar que la procedencia del papel que utilizan es de bosques gestionados de manera sostenible y fuentes fiables ya que están certificados en la cadena de custodia PEFC. Así pueden ofrecer a sus clientes la posibilidad de incluir el logotipo de la certificación PEFC en sus impresiones como garantía de la procedencia del papel y como valor añadido a su producto.

Los servicios de diseño y creación de contenidos que ofrecen son:

- Diseño gráfico y maquetación de láminas, folletos, carteles, invitaciones, revistas.. etc.
- Pruebas y preimpresión
- Diseño Web
- Creación de textos y contenidos para publicidad, invitaciones, páginas web, etc.

Papelería corporativa, tarjetas, sobres, carpetas. Láminas y flyers. Folletos dípticos, trípticos, acordeones y cualquier otro formato. Carteles y pósters. Catálogos. Libros y manuales. Boletines y revistas. Calendarios, agendas, cuadernos y libretas. Etiquetas, pegatinas. Mapas o callejeros...

- Impresión offset: Cuatricromía, colores directos, barniz acrílico, UVI, y UVI con reserva en línea.
- Impresión digital: Ideal para pequeños tirajes y con la posibilidad de personalizar cada ejemplar.
- Impresión decorativa: fotografías, carteles, pósters..
- Puedes elegir entre una gran variedad de soportes: papeles, pvc, polipropileno, estático, laminado...

Desde los sencillos de siempre hasta los más creativos.

- Barnices y plastificados con y sin reservas
- Troquelados, relieves y estampaciones
- Hendidos y pliegues automáticos o manuales.
- Todo tipo de manipulados y encuadernaciones: con grapa, grapa omega, rústica, espiral, wire'o, PUR, carpetas, anillas, packaging...

EMPRESA: Vargas, envases y embalajes de madera, S.L. (envases y embalajes).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Estuchería Vargas muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración previa

La relación con Estuchería Vargas se remonta a 2013 cuando desde la especialidad de Diseño de Producto se contactó con la empresa para realizar una colaboración de carácter práctico y una visita a sus instalaciones para conocer el proceso de producción.

El Máster en Diseño de Packaging Integral para la Industria Alimentaria y Vitivinícola les interesó desde un primer momento, pues parte de los contenidos a desarrollar en dicho Máster están estrechamente relacionados con los productos que ellos fabrican.

Cabe señalar que para el Máster que nos ocupa es importante contar con Estuchería Vargas porque apuesta por la utilización de madera sostenible colaborando así con las marcas para ofrecer sus productos en un packaging ecológico, atractivo y al mismo tiempo natural y respetuoso con el medioambiente.

Noticias publicadas en la página web de la ESDIR:

MAY. 09, 2013

VISITA DE 3º DE PRODUCTO A LA FÁBRICA DE VARGAS

El pasado jueves 2 de mayo nos acercamos a la Estuchería Vargas, una empresa riojana que fabrica cajas y embalajes de madera desde hace 3 generaciones. Desde su experiencia y calidad

humana, Antonio Vargas nos explicó todos los procesos y detalles de la preparación de la madera, técnicas de corte y secado, así como las diversas técnicas de unión, acabado y marcado. También se acercó a hablar con nosotros César León, de Laudia, que lleva la imagen de la empresa. No sólo aprendimos cómo mejorar los diseños desde el contacto con la producción, sino también actitudes creativas, comerciales y vitales. Nos gustan su filosofía y sus ganas de innovar desde la creatividad y artesanía de vanguardia. Así que nuestra historia con ellos no ha hecho más que empezar... Os mostramos algunas fotos de la visita.



SEP. 20, 2013

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS DE LA COLABORACIÓN CON VARGAS, ENVASES Y EMBALAJES DE MADERA

El 18 de septiembre los alumnos de 4º de Producto defendieron en el Salón de actos de nuestra Escuela los proyectos desarrollados el año pasado bajo la colaboración de Vargas, estuchería de

calidad en madera. Ante la presencia de Antonio Vargas, Director comercial de la empresa; César León, fundador de Laudia; y Félix Larrea, Brand Experience Manager en Laudia, nuestros futuros diseñadores mostraron una serie de propuestas muy frescas en las que maridaban el estuche de madera ecológica, un vino y otro producto a su elección, intentando hacer del diseño en una experiencia para recordar. Los resultados fueron sorprendentes y la colaboración tan satisfactoria que este curso repetiremos la experiencia con más tiempo, mejorando el contacto y aprovechando la estupenda labor de tutoría que ejercieron nuestros invitados con los alumnos.



Situación de la empresa

Vargas, envases y embalajes de madera, S.L.

Ctra. N 124, Km. 39,5 Gimileo (La Rioja)

Tel. +34 941 304 454, +34 941 744 001

Fax. +34 941 304 785

www.vargas.tel / info@vargas.es

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

CAJAS DE MADERA ARTESANAS

Vargas es el primer fabricante de España de cajas de madera ecológica artesanales elaboradas con madera certificada por PEFC procedente de bosques gestionados de forma sostenible.

De sus talleres fundados en 1923 pero con una tradición que se remonta al siglo XIX, salen cajas de madera únicas, personalizadas hasta el más mínimo detalle con acabados artesanales mediante técnicas desarrolladas a lo largo de cuatro generaciones. Así es cómo Vargas mantiene la singularidad de cada una de las cajas de madera.

Todavía hoy en sus talleres muchos de los procesos en la fabricación de cajas de madera continúan realizándose artesanalmente, tal y como se hacían hace 100 años.

Una apuesta por la autenticidad que convive en perfecta armonía con un interés genuino por incorporar la innovación a sus cajas de madera, adaptándolas a las últimas tendencias y utilizando la maquinaria más moderna.

CUATRO GENERACIONES

Años 20:

En 1923 el pionero Ricardo Vargas Alonso traslada la sede de la serrería familiar a unos talleres ubicados en la calle La Ventilla de la riojana localidad de Haro.

Años 50:

A comienzos de esta década su hijo Antonio Vargas Rioja se incorpora al negocio familiar con tan sólo 14 años.

Años 70:

Vargas se convierte en la empresa pionera en la fabricación de palés para el sector vinícola.

Años 80:

Antonio Vargas orienta el negocio de la estuchería hacia la especialización en envases y embalajes de madera personalizados y exclusivos.

Años 90:

Esteban, Ricardo y Antonio Vargas, la cuarta generación de la familia, se incorporan a la empresa. En 1996 se inauguran los nuevos talleres de la estuchería en Gimileo equipados con la última tecnología que garantiza la calidad de las cajas de madera de Vargas, que son rematadas con un acabado artesano.

Año 2000:

Vargas se convierte en la primera estuchería española en obtener la certificación de calidad ISO 9001 y en la estuchería líder en la fabricación de envases y embalajes de madera.

2006-actualidad

Haciendo patente su amor por la madera y el compromiso con el planeta Vargas desarrolla una política enfocada a la mejora y conservación del medioambiente. Para ello obtiene en 2006 la certificación ISO 14001 de Gestión Ambiental y un año más tarde comienza la producción de estuches de madera ecológica certificada con el sello PEFC.

EMPRESA: Argraf (imprensa).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Argraf muestra su interés de colaboración en el Máster.

Colaboración previa

La colaboración con Argraf se remonta a 2003 cuando desde la asignatura de Tecnología de Artes Gráficas de la especialidad de Diseño Gráfico se comenzaron a hacer visitas anuales a la imprenta con el fin de mostrar al alumnado los procesos de producción de etiquetas de vino. Desde entonces se han realizado visitas tanto con estudiantes de Diseño Gráfico como con alumnos de Diseño de Producto.

Desde Argraf apoyan la implantación del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* pues está estrechamente vinculado con su actividad empresarial.

Noticias publicadas en la página web de la ESDIR:

FEB. 24, 2011

VISITA A LA IMPRENTA ARGRAF

Los alumnos de la asignatura de Tecnología de Artes Gráficas de 2º curso de Diseño Gráfico visitaron la imprenta ARGRAF.

Allí pudieron ver en directo diversos procesos de impresión como offset, serigrafía o flexografía.



MAY. 23, 2013

VISITA DE 3º DE PRODUCTO A ARGRAF

Envases y Embalajes

Una parte fundamental de nuestro último proyecto de packaging son las etiquetas de los envases de vidrio. Por eso visitamos las instalaciones del Grupo Argraf, empresa puntera del sector. J. Alberto Pérez nos acogió con amabilidad y, con su gran capacidad didáctica, nos introdujo en las posibilidades de impresión y acabados: serigrafía, termografía, offset, flexografía, tipografía...Una vez más confirmamos que es fundamental la colaboración entre profesionales para la mayor calidad en los diseños.



Situación de la empresa

Avenida Navarra, 36, - Bajo

01320 Oyon-Oion, Araba

945601013

Email: comercial.argraf@grupoargraf.com

Website: <http://www.grupoargraf.com>

Organigrama de la empresa

TORROBA TERROBA JOSE IGNACIO	Consejero
TORROBA TERROBA JOSE MIGUEL	Consejero
TORROBA TERROBA MARIA PILAR	Consejero
TORROBA TERROBA JUAN MANUEL	Consejero
TORROBA TERROBA MARTIN ALBERTO	Presidente
TORROBA TERROBA MARTIN ALBERTO	Consejero Delegado
TORROBA TERROBA MARTIN ALBERTO	Consejero
TORROBA TERROBA JOSE IGNACIO	Secretario
TORROBA ANDRES LUCIO	Consejero
TORROBA TERROBA JUAN MANUEL	Vicepresidente
TORROBA TERROBA MARTIN ALBERTO	Vicesecretario
TORROBA ANDRES LUCIO	Presidente
ABANTE KLZ AUDITORES SLP	Auditor

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

El Grupo Argraf es el primer grupo español, y uno de los mayores de Europa, en diseño e impresión de etiquetas alimentarias, siendo líder en el sector del vino en nuestro país. Con más de 2.300 millones de envases vestidos al año y una experiencia de más de medio siglo, el Grupo Argraf está consolidado desde hace más de una década como la referencia en etiquetado para las principales marcas de vino y productos alimentarios de España.

Vocación de continuidad, espíritu emprendedor e innovador, constante esfuerzo inversor, y un equipo humano de alta cualificación profesional, son los valores en los que hemos basado nuestra empresa.

Breve recorrido histórico

El origen de Argraf se remonta a 1939 cuando don Lucio Torroba Andrés fundó e inició un negocio de artes gráficas que fue la semilla de la que nació más tarde el Grupo Argraf.

Constituida formalmente en 1978, Argraf S.A. centró inicialmente su producción en el segmento de las etiquetas de vino y licores, dada su estratégica situación en plena región vitivinícola de La Rioja.

En 1985 se creó Argraf Ebro S.A., una división del Grupo Argraf destinada a dar servicio a la cada vez

más pujante demanda de etiquetas por parte de las marcas de otros productos alimentarios ajenos al mundo del vino, siendo sus principales clientes empresas de conservas.

A partir de 1989 el Grupo inicia un proceso expansivo basado sobre todo en la ampliación de instalaciones y en una fuerte inversión continuada en tecnología de última generación. Ha sido este proceso el que ha supuesto el mayor éxito del Grupo Argraf, al colocarse en la vanguardia de las nuevas técnicas de impresión y etiquetado, ofreciendo a sus clientes servicios exclusivos que ningún otro proveedor podía ofertar en España. Esta inversión continua en I+D+i es la clave del actual e indiscutido liderazgo de Argraf en su sector.

- 1989 Nueva generación de máquinas de 5 colores.
- 1990 Renovación del parque de guillotinas y máquinas auxiliares. 1991 Modernización de la sección de estampación.
- 1992 Informatización de la preimpresión.
- 1993 Ampliación de las secciones de corte y estampación.
- 1994 Nueva máquina de impresión de 6 colores.
- 1995 Ampliación de la sección de preimpresión y renovación del parque informático.
- 1996 Nueva incorporación de hasta 23 cuerpos de impresión.
- 1997 Actualización de la sección de preimpresión, con nueva filmadora, discos de archivo y nuevos ordenadores. Quinta máquina de estampación por calor.
- 1999 Nuevas inversiones en impresión por importe de casi 3 millones de euros. Primera máquina de 8 colores para etiquetas en España. Nace Argraf Autoadhesivos S.A.. Primera máquina de impresión flexográfica de 8 colores, más una máquina de estampación e inspección.
- 2000 Quinta máquina de estampación por calor. Actualización de guillotinas.
- 2001 Nueva máquina de impresión en autoadhesivos, estampación e inspección. Renovación en preimpresión.
- 2002 Argraf Autoadhesivos adquiere nuevas máquinas de impresión, estampación e inspección.
- 2003 Argraf Autoadhesivos adquiere la cuarta máquina de impresión.
- 2004 Argraf Autoadhesivos adquiere la quinta máquina de impresión. Incorporación del CTP en Preimpresión. Sexta máquina de estampación por calor. Argraf se convierte en la mayor empresa consumidora de cinta de estampación en España.
- 2005 Argraf Autoadhesivos suma la sexta máquina de impresión. Argraf adquiere la más avanzada máquina de offset de 8 colores para la fabricación de etiquetas. Se amplía el área de instalaciones en 3.000 metros cuadrados, alcanzando los 10.000 en total.

- 2006 Argraf Autoadhesivos adquiere la séptima máquina de impresión.
- 2007 Argraf Autoadhesivos adquiere la octava máquina de impresión.
- 2008 Argraf Autoadhesivos adquiere la novena máquina de impresión.
- 2010 Argraf Autoadhesivos adquiere la décima máquina de impresión.
- 2011 Argraf Autoadhesivos adquiere la undécima máquina de impresión.
- 2012 El Grupo Argraf fusiona las tres empresas familiares dando lugar al cuarto grupo español fabricante de etiquetas para la alimentación y el liderazgo en el mundo del vino.
- 2013 El Grupo Argraf adquiere dos nuevas máquinas de serigrafía y estampación.

La empresa está situada en el corazón de La Rioja, ocupa una superficie de 10.000 metros cuadrados, proporciona trabajo a 125 personas y factura más de 18 millones de euros al año. El Grupo se dedica fundamentalmente al sector de etiquetas de vino, con aproximadamente 850 millones de unidades entre encolables y autoadhesivas.

Esta capacidad de producción le ha hecho alcanzar un porcentaje del 21% del mercado español, en el que ocupa la posición de liderazgo. Además, fabrica unos 2.000 millones más de etiquetas para el sector de conservas vegetales, de pescado, chocolates, aguas, etc.

El Grupo Argraf, S.A. está especializado en embellecer e innovar las etiquetas de vino y, para eso, dispone del mayor parque de maquinaria de estampación, con 10 máquinas, así como acabados de barnices sobreimpresión, UVI, plastificados brillo o mate, serigrafía, etc. Igualmente, sus instalaciones están preparadas para cortar, troquelar y dar la forma más adecuada a cada una de las etiquetas de sus clientes.

LIDERAZGO EN ETIQUETAS

Argraf es líder en el mercado de las etiquetas de vino de España, muy por delante de las demás empresas del sector. Este hecho supone para ellos un orgullo y una fuerte responsabilidad. Sus clientes han depositado en ellos su total confianza. Su facturación y volumen de producción han crecido ininterrumpidamente desde hace más de 25 años, permitiendo a Argraf ser la compañía líder en nuestro país y de referencia en los demás países europeos, siendo conocidos también en otras regiones productoras de vino del mundo, como Estados Unidos, Australia, Asia o los países del Este.

Sus etiquetas están consideradas como las mejores del mercado, aun cuando existen otras empresas y diseñadores de gran calidad, con menor repercusión y capacidad de producción. Dado el enorme volumen y la diversidad de vinos y bodegas, la imagen es cada vez más importante en la diferenciación de marcas y en el posicionamiento de producto. Argraf interviene desde el primer momento en el diseño de las etiquetas, de forma que muchas de las marcas de nuestros clientes han sido creadas, modificadas o actualizadas por el departamento de diseño de Argraf.

Cada bodega, cada empresa, tiene y busca su propia imagen diferencial de acuerdo con las características de sus vinos, su historia, su tradición y sus estrategias de posicionamiento en el

mercado. Así, encontramos etiquetas de diseño clásico o moderno, sobrias o desenfadadas, minimalistas o muy decoradas, grandes o pequeñas, oscuras o claras, horizontales o verticales...

CALIDAD

Basada en el conocimiento del mercado, el trabajo de expertos técnicos y creativos, y la inversión en y uso de las últimas tecnologías de impresión, diseño, estampación y acabado. La empresa cuenta además desde hace más de 10 años con un Comité interno de Cultura de Calidad, con representación de todos los departamentos y una Dirección específica.

AGILIDAD

Fruto de disponer de un grupo humano profesional y responsable, una preimpresión integrada con la última tecnología, máquinas de impresión totalmente actualizadas, y la integración en nuestros talleres de los distintos acabados.

COMPETITIVIDAD

Con una agresiva política de precios, añadida a la calidad de sus productos y el servicio ágil adaptado a las necesidades de sus clientes.

EMPRESA: S. A. T. Frutas y Verduras Valle de Rincón (alimentación).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual S.A.T. Frutas y Verduras Valle de Rincón muestra su interés de colaboración en el Máster.

Contacto previo

El contacto con S. A. T. Frutas y Verduras Valle de Rincón se ha llevado a cabo a través de Adolfo Nájera Lapedriza que vio en el *Máster de Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* una forma de potenciar la competitividad en el sector y de mejorar el diseño de los productos que ellos ofrecen.

Situación de la empresa

Tfno. 941 14 17 04.

Fax. 941 14 19 52.

Polígono Varillas, Calle A

26550 Rincón De Soto (La Rioja)

E-mail: administracion@vallerincon.com

Organigrama de la empresa

ADMINISTRACIÓN

Teléfono: 941-14 17 04

Teléfono 2: 615-57 91 37

Fax: 941-14 19 52

Correo electrónico: administracion@vallerincon.com

Contacto: Ana Murúa

CONTABILIDAD

Teléfono: 941-14 17 04

Teléfono 2: 615-57 91 37

Fax: 941-14 19 52

Correo electrónico: contabilidad@vallerincon.com

Contacto: Marian Beamonde

DEPARTAMENTO COMERCIAL

Teléfono: 941-14 17 04

Teléfono 2: 608-78 00 34

Fax: 941-14 19 52

Correo electrónico: comercial@vallerincon.com

Contacto: Roberto García

PRODUCCIÓN

Teléfono: 941-14 17 04

Teléfono 2: 616-13 85 37

Fax: 941-14 19 52

Correo electrónico: produccion@vallerincon.com

Contacto: Juan Carlos Alcalde

DEPARTAMENTO TÉCNICO Y CALIDAD

Teléfono: 941-14 17 04

Teléfono 2: 616-13 89 14

Fax: 941-14 19 52

Correo electrónico: tecnico@vallerincon.com

Contacto: M^a Carmen Pérez del Notario

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

Presentación

Empresa

Museo de la huerta

Galería de fotos

Multimedia

Contacto

FRUTAS Y VERDURAS VALLE DE RINCÓN es una S.A.T. formada por 188 agricultores con la finalidad de dar un valor añadido y tener una comercialización más estable de sus productos.

Los productos que se comercializan principalmente son:
Frutas: Pera, Melocotón, Nectarina, Cereza, Ciruela y Manzana.
Verduras: Coliflor y Repollo.

Instalaciones:
Superficie total: 13.000 m²
Superficie de naves: 6.500 m²

Instalaciones frigoríficas:
Cámaras con capacidad para 4.500 Tm. de las que el 90% es atmósfera controlada.
Una línea clasificadora de fruta especialmente diseñada para el procesado de pera.
Varias envasadoras y empaquetadoras de frutas y verduras.

Cientes importantes:
El Corte Inglés, Eroski



© 1.1 Taldem: 1 Email: 1 Web: Profesional 9.8 developed by Davon Business

Presentación

Empresa

Museo de la huerta

Galería de fotos

Multimedia

Contacto



Un factor considerado muy importante por la S.A.T. Frutas y Verduras Valle de Rincón es la alternancia de una amplia gama de fruta (Pera, Melocotón, Nectarina, Cereza, Ciruela, Manzana...) y hortaliza (Coliflor, Repollo...), lo que nos permite ofrecer un género diverso y completo a nuestros clientes además de cubrir todo el período anual de abastecimiento al mercado entre enero y diciembre.

Nuestros productos "estrella" son nuestras Peras, producidas bajo el seguimiento y control de la única Denominación de Origen Protegida de Pera existente en España "D.O.P. Peras de Rincón de Soto" y nuestras Coliflores, producidas y sujetas al control de la I.G.P. Coliflor de Calahorra y a las Normas Técnicas de Producción Integrada.

Frutas y Verduras Valle de Rincón es la marca con la que la sociedad presenta sus productos ante el mercado. Esta marca es sinónimo de garantía en productos frescos, sabrosos y de extrema calidad, cultivados en las tierras fértiles de La Rioja.

Presentación	Empresa	Museo de la huerta	Galería de fotos	Multimedia	Contacto
		CAMINO RECORRIDO La Sociedad Agraria de Transformación "Valle de Rincón", nació en el año 2003 de la fusión de S.A.T. Frutas Rincón y S.A.T. Belleza del Valle, con el objeto de concentrar la oferta de frutas y hortalizas, como lo requiere el mercado, y poner en marcha una serie de inversiones en infraestructuras para la construcción de una central hortofrutícola. En el año 2006 se inauguran las nuevas instalaciones de la S.A.T. Estas constan de una central hortofrutícola de 3.500 m², dividida en una nave dedicada a la manipulación, oficinas y cámara de expedición y otra nave para la recepción y 8 cámaras frigoríficas con capacidad para 1.700 Tm. de fruta. En 2008 se ampliaron dichas instalaciones hasta lograr un total de 20 cámaras frigoríficas con capacidad para unas 4.000 Tm. de fruta. La ampliación fué de 3.010 m²., ascendiendo el total construido a 6.510 m². con otros 6.500 m² de campa para la recepción del producto, muelles de carga, etc. El número de socios en la fecha de su constitución era de 136 y actualmente consta de 182 socios en su mayoría de Rincón de Soto, pero también de Calahorra, Aldeanueva de Ebro y Alfaro. Actualmente, la plantilla de S.A.T. Valle de Rincón la forman unas 35 personas: - 6 personas que desempeñan su trabajo en la empresa en temas administrativos, técnicos y comerciales. - 14 obreros que trabajan como Preparadores de Fruta durante todo el año. - Unos 15 eventuales, que se les avisa en temporada de campana, cuando es necesario cubrir ofertas de nuestros clientes o cuando sólo los obreros que trabajan todo el año no llegan a preparar los pedidos.			

EMPRESA: Moruba (Diseño Gráfico).

En el anexo 7 se adjunta el escrito mediante el cual Moruba muestra su interés de colaboración en el Máster.

Contacto previo

El contacto y la colaboración con el Estudio de Diseño Gráfico Moruba datan de 2009, cuando realizaron un taller para alumnos de Diseño de Producto y de Diseño Gráfico para el sector agroalimentario. En el año 2010 contactaron con el Departamento de Diseño Gráfico para proponernos invitar a las Jornadas de Diseño a los Brosmind. A partir de entonces la colaboración con Moruba ha sido constante y se han mantenido diversas conversaciones a tenor de la posibilidad de implantar un Máster como el que nos ocupa. Moruba siempre ha mostrado su apoyo y disponibilidad para trabajar conjuntamente con la ESDIR en todo aquello que contribuya a la mejora del diseño gráfico en La Rioja.

Desde el Departamento de Diseño Gráfico durante el curso académico 2012/2013 se organizaron dos actividades con Moruba:

- Visita al estudio.
- Participación en la actividad Design Walk llevada a cabo durante los días 2 y 3 de mayo de 2013.

En el curso académico 2013/2014 Moruba impartió un taller de Packaging para el sector del vino a los alumnos de 3º de Diseño Gráfico.

Noticias publicadas en la página web de la ESDIR:

NOV. 17, 2009

III TALLERES DE DISEÑO DE PRODUCTO. SECTOR AGROALIMENTARIO

Organiza el ADER, el Club de Marketing y la EASD. Noviembre y Diciembre 2009

La 3ª Edición de los Talleres de Diseño de Producto se dedicarán de forma exclusiva al sector agroalimentario de La Rioja. En los talleres se plantearon el diseño de un producto, atendiendo a las siguientes fases de la metodología: recogida de información, análisis, creatividad y desarrollo de la idea. Cada taller se desarrolló de manera individual.

Antecedentes

Se han celebrado dos ediciones.

En el año 2007 se celebró la 1ª Edición de los Talleres de Diseño de Producto. En esa ocasión, se dedicaron al sector del mueble y participaron tres empresas riojanas del sector y tres estudios de diseño de producto.: Promarket Bebé España (Concon). Estudio de diseño: Módulo. Muebles Alba Rubio. Estudio de diseño: Estudiosat. Sergio Luppi Baño. Estudio de diseño: Estudio Integral.

La 2ª Edición de los Talleres de Diseño de Producto, se desarrolló en el año 2008 y se dedicaron al sector del calzado. Participaron dos empresas de La Rioja y tres estudios de diseño de producto. : Calzados Nuevo Milenio "Zapatillas Victoria". Estudios de diseño: Módulo y Estudio Integral. Grupo Hergar "Callaghan". Estudio de diseño: Estudiosat.

Talleres 2009

Se han realizado un total de dos talleres y en cada uno de ellos han participado.

- Empresa. Hemos invitado a participar a dos empresas referentes en el sector agroalimentario riojano por su excelente gestión del diseño y por haber convertido el diseño en pilar fundamental de su éxito empresarial. Las empresas han sido seleccionadas por ADER y Club de Marketing.

-Profesionales. Diseñadores de Producto y Gráfico Profesionales: Su misión será tutelar el taller y aportar su experiencia profesional al proceso de diseño.

Estudiosat - Producto. Estudio Integral - Producto.

Módulo - Gráfico. Moruba - Gráfico.

-Alumnado. Treinta alumnos del Ciclo Superior de Diseño de Producto de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Logroño. 15 alumnos por taller, que serán tutelados por profesores de la EASD del área de Diseño de Producto.

Treinta alumnos del Ciclo Superior de Diseño Gráfico de la Escuela de Arte y Superior de Diseño de Logroño. 15 alumnos por taller, que serán tutelados por profesores de la EASD del área de Diseño Gráfico.

El objetivo es claro, ofrecer a las empresas que participen la posibilidad de desarrollar un proyecto de diseño de producto de forma gratuita y poniendo a su alcance, el saber hacer de los diseñadores profesionales y las ideas de los jóvenes alumnos de la Escuela.

Al finalizar el taller se entregará a la empresa un cuaderno que recoja los resultados del taller.

Creatividad: El proyecto planteado para los dos talleres es común, aunque en cada caso los diseños se deben adaptar a las necesidades de diseño que plantee la empresa. El proyecto tiene dos partes, la primera un análisis y diseño de producto (packaging), y la segunda el diseño gráfico del packaging diseñado. En este sentido, es necesario que los alumnos de producto sean los que completen la primera parte del taller.

Fechas: Días 30 noviembre y 1 de diciembre de 2009 - Grupo Diseño Producto. Días 9 y 10 de diciembre de 2009 - Grupo Diseño Gráfico. Día 11 de diciembre de 2009 - Presentación a las empresas de los proyectos, en el Salón de Actos de la EASD.

Horarios

Total 9 horas Grupo Producto y 9 horas Grupo Gráfico. El número de horas es aproximado y se ajustará a la disponibilidad de la EASD, que tendrá que marcar también los horarios de los talleres.

ENE. 11, 2013

Visita a Moruba, Estudio de Diseño Gráfico

Alumnos de 3º de Diseño Gráfico

El 10 de enero la clase de 3º de Diseño Gráfico visitó el estudio Moruba en una actividad organizada desde la asignatura de Proyectos de Diseño Gráfico 3. Javier Euba y Daniel Morales recibieron al grupo, contaron su trayectoria, describieron su metodología de trabajo y mostraron algunos de sus diseños. Durante una hora larga hablaron con los alumnos de etiquetas, de imprenta, de documentación, de bocetos, de libros y de muchas cosas más que los estudiantes fueron preguntando. Fue una visita muy enriquecedora en la que nuestros futuros diseñadores gráficos pudieron ver cómo funciona un estudio consolidado como Moruba que en cada uno de sus proyectos trata de dar lo mejor de sí.



ENE. 21, 2014

Taller con Moruba

El lunes día 20 de enero el estudio Moruba impartió un taller a los alumnos de tercero de Diseño Gráfico. Javier Euba y Daniel Morales plantearon un ejercicio que consistía en realizar la línea de packaging de tres vinos de la marca ficticia "Sedal" que se vendería en China.

Los alumnos demostraron que durante una mañana de intenso trabajo se pueden realizar propuestas tan interesantes como las que llevaron a cabo en el taller bajo las directrices de Moruba.

Taller patrocinado por el CEDIR.



Situación de la empresa

+34 941 25 92 26

Calle Capitán Cortés n.º 2 bajo, 26003, Logroño, La Rioja, España.

estudio@moruba.es

Organigrama de la empresa

Daniel Morales y Javier Euba, Diseñadores Gráficos

Finalidad de la empresa/historia de la empresa

Moruba son Daniel Morales y Javier Euba. Dos diseñadores incapaces de no entusiasmarse con cada uno de sus trabajos y que no se conforman con encontrar la mejor solución formal, además consiguen que ésta se sostenga en un concepto sólido. Cuando su pasión por el diseño se encuentra con la plena confianza de sus clientes, se produce la mejor de las conjunciones: trabajos que trascienden su objetivo inicial y terminan siendo reconocidos con premios nacionales e internacionales y publicados en libros y revistas.

Trabajos publicados:

Pack Age. Choi's Gallery 2012

Rolling Stone 07/2012

Magic Packaging. Designers Books Editors 2012

Laus 12. ADG-FAD 2012

El País Semanal. El País 20/05/2012

Select J. Index Book 2011

Laus 11. ADG-FAD 2011

Magazine. La Vanguardia 9/01/2011

ON diseño nº 317. 2011

Selected B. Index Book 2010

Select I. Index Book 2010

Magic Packaging. Designers Books Editors 2010

Packaging Essentials. Rockport 2010

Plus Wine. Monsa 2010

Pack! Pack!. Monsa 2010

Wine Labels. Index Book 2010

Póster. Made in Spain. Index Book 2010

Visual nº 141. 2009

On diseño nº 302. 2009

Design & Design. Index Book 2009

Laus 09. ADG-FAD 2009

Boxed and Labelled. Gestalten 2009

Select H. Index Book 2009

Brand & Branding. Monsa 2009

Basic Logos. Index Book 2009

Select G. Index Book 2008



Premios:

D&AD. London

- 2013 In book. Packaging

Pentawards. Belgium

- 2013 Oro. Packaging

- 2012 Plata. Packaging

Dieline Package Design Awards

- 2013 2º puesto. Packaging

- 2013 3º puesto. Packaging

ADC*E Awards. Barcelona

- 2012 Nominación. Identidad

- 2011 Nominación. Packaging

AIGA. New York

- 2011 365: AIGA Design Effectiveness. Packaging

- 2009 365: AIGA Annual. Packaging

Best Pack. Barcelona

- 2010 Plata. Packaging de vino

- 2008 Plata. Packaging de vino

FAB Awards. London

- 2011 FAB Award Packaging

Harpers Design Awards. London

- 2012 Oro. Mejor diseño de producto

- 2012 Oro. Familia

- 2012 Plata. Vino tinto

Laus. Barcelona

- 2013 Plata. Packaging

- 2013 Plata. Packaging

- 2013 Plata. Packaging

- 2013 Bronce. Naming

- 2013 Bronce. Naming

- 2013 Bronce. Identidad

- 2013 Bronce. Packaging

- 2013 Bronce. Packaging

- 2013 Bronce. Packaging

- 2012 Plata. Sistema visual

- 2012 Plata. Identidad

- 2012 Bronce. Dirección de arte

- 2012 Bronce. Packaging

- 2011 Plata. Dirección de arte

- 2011 Bronce. Packaging

- 2011 Bronce. Gráfica aplicada

- 2011 Bronce. Identidad

- 2011 Bronce. Sistema visual

- 2009 Bronce. Packaging



2.2.3. Planes de estudio:

A continuación detallamos los planes de estudio de otros Títulos de Máster oficiales en Diseño de producto en Universidades o Instituciones artísticas superiores nacionales y europeas⁵⁷:

- BAU, Centro Universitario de Diseño de Barcelona (centro adscrito a la Universidad de Vic):
Máster en Diseño de Branding y Packaging
- ELISAVA. Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona. Máster en Diseño de Packaging
- Universitat Ramon Llull. Máster en Packaging Engineering
- Instituto Universitario de Ingeniería de Alimentos (Universidad Politécnica de Valencia)
Máster Universitario en Ciencia e Ingeniería de los Alimentos
- Istituto Marangoni Master Luxury Packaging Design
- Brunel University West London. Maestría en Ciencias Gerenciales en Tecnología de Packaging
- Loughborough University. Materials Science and Technology
- Instituto Europeo de Diseño Food design

BAU, CENTRO UNIVERSITARIO DE DISEÑO DE BARCELONA

(centro adscrito a la Universidad de Vic)

TÍTULO

Máster en Diseño de Branding y Packaging

CONTENIDO

El Postgrado tiene como objetivo dotar al diseñador de todas las nociones técnicas y estratégicas para crear y producir envases para productos específicos teniendo en cuenta la selección de envases y materiales, las tendencias de consumo y de los consumidores, el posicionamiento estratégico de los productos y sus marcas y la creación de packs eficientes y sostenibles.

El Postgrado se articulará alrededor de la realización de proyectos profesionales dirigidos por profesores y profesionales especializados en los ámbitos del packaging de servicios y comercial, de alimentación, cultural e institucional y en nuevos medios.

⁵⁷ Adjuntamos la información de esta página Web, por incluir una preciada información sobre másteres específicos de packaging: <http://consultoresfca.blogspot.com.es/2009/01/donde-estudiar-las-ciencias-del-envase.html>. A su vez, otra fuente relevante es el BIP (Barcelona Institute of Packaging), donde se abordan temas de formación, investigación y transferencia de tecnología, véase más en <http://www.barcelonapackaging.org/>

A su vez, se estructurará en 5 talleres coordinados y dirigidos por especialistas en sus ámbitos: Taller de Cosmética, de Delicatessen, de Pack Tipográfico, de Alimentación y de Packaging Ecológico.

Este Máster está dirigido a Graduados Superiores en Diseño Gráfico, Licenciados en Bellas Artes (especialidad: Diseño Gráfico), Licenciados en Publicidad y Relaciones Públicas, o Titulados que quieran especializarse en el diseño de marcas y productos profesionales que quieran reorientar su tarea profesional hacia el sector del packaging y que puedan demostrar experiencia profesional en el ámbito del diseño de Branding y Packaging.

Las salidas profesionales pueden ser agencias de Branding y Packaging, empresas que gestionen marcas y/o tengan internalizado el diseño de las mismas (ya sean empresas fabricantes o de distribución), estudios de Diseño, departamentos internos de packaging, agencias de Comunicación, etc.

BAU, CENTRO UNIVERSITARIO DE DISEÑO DE BARCELONA

c/ Pujades, 118

08005 Barcelona

Telf.: +34 93 415 34 74

Fax: + 34 93 300 15 52

info@bau.cat

<http://www.baued.es/es/estudios/masters-y-posgrados/master-en-diseño-de-branding-y-packaging->

ELISAVA

Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona

TÍTULO

Master en Diseño de Packaging

CONTENIDO

El *packaging* actual precisa de profesionales con capacidad de comunicar, tanto formal como gráficamente, los atributos de un producto. Con la voluntad de formar profesionales que diseñen con conciencia social y responsabilidad medioambiental, este Máster ofrece las herramientas adecuadas para conceptualizar y desarrollar proyectos de *packaging* integrales.

Esta formación usa el diseño gráfico como herramienta de comunicación. El objetivo final es proveer un nivel profesional a los participantes, mediante talleres y conocimientos teóricos y prácticos sobre branding, tipografía, historia del *packaging*, etc. cómo se crea y se desarrolla un producto desde

el punto de vista de la estrategia y del *branding*; planteamiento, análisis, diseño y ejecución de un proyecto de *packaging*; detección de las necesidades del cliente, sobre todo en el momento de desarrollar el diseño de *packaging* y conocimiento de las líneas seguidas por diversos equipos de diseño para conseguir un producto de éxito.

El Máster también se centra en el diseño estructural de *packaging* como herramienta de comunicación en el envase, no desde un punto de vista técnico, sino de forma y comunicación. Profundiza en el ecodiseño para crear envases más eficientes y sostenibles, que promuevan el buen diseño y la óptima utilización de los materiales. El objetivo es conocer los factores que condicionan la producción y selección de un envase para un determinado producto, sus posibilidades y materiales.

Sus destinatarios son Graduados Superiores en Diseño, o Perfiles profesionales o académicos con acreditada experiencia en los diferentes campos de estos estudios.

ELISAVA

Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona

La Rambla 30-32

08002 Barcelona

T +(34) 933174719

T +(34) 93317 83 53

elisava@elisava.net

www.elisava.net

<http://www.elisava.net/es/estudios/disenio-de-packaging>

UNIVERSITAT RAMON LLULL

TÍTULO

Máster en Packaging Engineering

CONTENIDO

El *packaging* es un sector profundamente innovador arrastrado mayoritariamente por la dinámica de las empresas de gran consumo. La gran competencia a que están sometidos estos mercados hace que las empresas innovadoras se sitúen en una clara ventaja competitiva. El lanzamiento de nuevos productos es continuo. Tener un *packaging* innovador y competitivo posiciona al producto en una línea ganadora.

Por otra parte, el avance tecnológico que está experimentando nuestro sector, con la aparición continua de nuevos materiales y procesos de fabricación, la innovación continua de las ingenierías de envasado y acondicionamiento de productos, implica la necesidad de disponer de profesionales formados en este ámbito.

Se trata de un programa flexible, capaz de adaptarse a las necesidades formativas del sector. Al disponer de una estructura modular, el alumno también puede programarse su formación según sus necesidades. Se pueden cursar módulos independientemente.

Se dirige especialmente a titulados universitarios que quieran especializarse y orientar su profesión al sector del Packaging y a profesionales del sector del Packaging que deseen ampliar y consolidar sus conocimientos.

UNIVERSITAT RAMON LLULL

IQS

Vía Augusta,

390 08017 Barcelona

Tel.: 932 672 008

Fax: 932 056 266

www.iqs.edu/mpk

http://executive.iqs.es/ficha_curso/es/master-en-packaging-engineering/8

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INGENIERÍA DE ALIMENTOS

(Universidad Politécnica de Valencia)

TÍTULO

Máster Universitario en Ciencia e Ingeniería de los Alimentos

CONTENIDO

La industria alimentaria es el sector que más contribuye al producto interior bruto en España. Por otro lado, la forma de vida de la sociedad actual exige alimentos variados, cómodos de adquirir y preparar y con una larga vida útil. Esto requiere la formación de profesionales en el sector altamente cualificados, que deben ser capaces de innovar procesos y productos aunando los diferentes aspectos que contribuyen al éxito de un alimento en el mercado, como son su calidad y seguridad, sus beneficios para la salud de los consumidores y, también, su viabilidad económica.

Mediante este Máster se pretende formar a especialistas que sean capaces de optimizar e innovar procesos y productos, así como de gestionar subproductos y residuos de la industria alimentaria, de asesorar científica y tecnológicamente a la industria alimentaria y a las industrias afines, así como a los consumidores, y de dirigir, en todos sus ámbitos, una industria alimentaria. Todo ello sin perder de vista el aspecto fundamental de ofrecer al consumidor alimentos de calidad, seguros y saludables.

Entre sus objetivos se encuentran los siguientes: Diseñar, controlar y optimizar los procesos y los productos. Desarrollar nuevos procesos y productos. Gestionar subproductos y residuos de la industria alimentaria. Dirigir una industria alimentaria. Fabricar y Conservar alimentos, Diseñar equipos e instalaciones de procesamiento de alimentos.

Está dirigido a Titulados en Ingeniería Agronómica, Química e Industrial. Licenciados en Biotecnología, Química, Física, Biología, Farmacia, Medicina, Veterinaria, Ciencia y Tecnología de Alimentos, Bioquímica y Enología, Diplomados en Nutrición Humana y Dietética.

INSTITUTO UNIVERSITARIO DE INGENIERÍA DE ALIMENTOS

Universitat Politècnica de València

Tel. (+34) 96 387 70 00

informacion@upv.es

<http://www.upv.es/titulaciones/MUCIA/info/814198normalc.html>

ISTITUTO MARANGONI

TÍTULO

Master Luxury Packaging Design

CONTENIDO

Si te interesa el mundo del diseño y quieres trabajar y dedicarte a aquello que más te gusta aplicado a un sector muy exclusivo, como es el lujo, estudiar un Máster en Luxury Packaging te va a ser de gran ayuda para alcanzar tus sueños.

El curso se imparte en Milán en formato presencial durante 8 meses en clases de 20 alumnos y las asignaturas que se impartirán serán íntegramente en inglés. Aprenderás la metodología necesaria para crear una buena imagen de marca, sabrás realizar proyectos tridimensionales, siempre con creatividad y enfocadas al concepto de lujo. Tendrás conocimiento de los materiales y técnicas para

realizar dichos proyectos y serás capaz de establecer una óptima relación entre el diseño gráfico y la comunicación de marca.

Requisitos: Estudios Universitarios o escuela de diseño post-diploma o experiencia de trabajo. Para pedir la admisión al Curso Master de Luxury Packaging Design es obligatorio presentar un portfolio y realizar una entrevista de orientación, presencial o telefónicamente, útil para conseguir toda la información relativa al recorrido escolar elegido. Este curso está dirigido únicamente a residentes en España.

ISTITUTO MARANGONI

Information Office: Mrs. Yolande Lepore

Via Pietro Verri, 4

20121 Milano

e-mail: milano@istitutomarangoni.com

Ph: + 39 02 7631 6680

<http://www.istitutomarangoni.com/es/cursos-de-diseno/estudios-de-postgrado/programas-master/luxury-packaging-design>

BRUNEL UNIVERSITY WEST LONDON.

TÍTULO

Máster en Ciencias de gestión en Tecnología de Packaging

CONTENIDO

Este Máster con una duración de 1 año (a tiempo completo) y de 3 a 5 años (si se realiza a distancia), recibe estudiantes con diferentes perfiles. Su objetivo es formar gerentes y tecnólogos en Envases y Embalajes de muy alto nivel, a fin de obtener la visión y flexibilidad necesarias para crear oportunidades y resolver problemas eficientemente.

Los módulos principales que cubre este Máster son: Perspectiva global del Envase y Embalaje; Packaging de polímeros; Metales, vidrio, papel, cartulina, cartón, microcorrugado y corrugado; Gestión financiera; Gestión de proyectos; Gestión de recursos humanos y organizacional; Diseño de Envases y Embalajes; Estrategia de operaciones, calidad y confiabilidad.

BRUNEL UNIVERSITY WEST LONDON.

Dr Lynn Gabrielson

School of Engineering & Design

Uxbridge, Middlesex

UB8 3PH. UK

Phone: 01895 203253

Email: lynn.gabrielson@brunel.ac.uk

packaging@brunel.ac.uk

<http://www.brunel.ac.uk/sed/mer/brunel-centre-for-packaging-technology>

LOUGHBOROUGH UNIVERSITY.

TÍTULO

Máster en ciencia de los materiales y tecnología) (Materials Science and Technology

CONTENIDO

Máster con una duración de 1 año a tiempo completo y de 3 años (si se realiza en tiempo parcial o a distancia). Requiere poseer un grado en ingeniería, en ciencias o algún equivalente.

Los módulos obligatorios son: Perspectiva global de los materiales de Envases y Embalajes, Sostenibilidad de los materiales y medio ambiente, Packaging plástico y metálico y un Proyecto fin de Máster.

Los módulos opcionales son: Modelado de materiales, Análisis de superficies, Gestión de proyectos, procesamiento a ingeniería de diseño, Ciencia y tecnología del PVC, Materiales electrónicos, Mezclas y compuestos, Ciencia de los polímeros, Marketing, Práctica de gestión exitosa, Procesos químicos de la superficie, Gestión de la calidad total, Selección de materiales para diseño, Procesos electroquímicos de la superficie, Adhesivos, Caracterización de los polímeros, Fracturas y fallas, Propiedades estructurales de los polímeros y Diseño de Envases y Embalajes.

LOUGHBOROUGH UNIVERSITY

Leicestershire, UK

LE11 3TU

+44 (0)1509 263171

<http://www.lboro.ac.uk/study/postgraduate/courses/departments/design/industrialdesignandtechnology/>

INSTITUTO EUROPEO DE DISEÑO

TÍTULO

Diseño alimentario (Food design)

CONTENIDO

El Máster se propone sentar las bases para el proyecto de diseño innovador del contenido/forma y empaquetado/envasado de los alimentos, de los ambientes de venta y de consumo de alimentos. Profesionales atentos a las nuevas tendencias de consumo y capaces de interpretar la experiencia de comer unida a los cánones estéticos, valorativos y de funcionalidad que caracterizan la perspectiva actual.

Dirigido a Profesionales, graduados en los sectores de Arquitectura, Diseño Industrial, Diseño de Interiores, Producción de Diseños, Gerentes de empresas, Responsables del Producto (alimenticio, presentación y preparación) en la Empresa, Responsables de los Centros de Venta (Promoción en tiendas), Responsables de la Organización de Eventos relacionados con los Chef, las Comidas, y las Escuelas de Formación Alimenticia.

El curso ofrecerá una visión panorámica de conocimientos, específicamente de la historia de los alimentos, la sociología de los comportamientos asociados al consumo de los alimentos; desarrollará conocimientos dirigidos a la producción, gestión/conservación, distribución, a la actividad de mercadotecnia y promoción del producto alimenticio y a la organización de la comida entendiéndose ésta como experiencia organizada en una forma, contexto/lugar, contenido, finalidad, valor, dimensión cultural; y estimulará reflexiones y conocimientos relativos a aspectos y dinámicas de consumo y de aprovechamiento de los alimentos.

INSTITUTO EUROPEO DE DISEÑO.

IED Departamento Máster

C/ Larra 14, 28004 Madrid – Spain

+34 914480444 Fax +34 914480122

Las instituciones y empresas entrevistadas y preguntadas sobre la idoneidad e interés de la implantación del Máster en Enseñanzas artísticas de Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola se manifestaron del siguiente modo:

. El 100 % mostró su disposición a apoyar la iniciativa.

. El 93% lo consideró positivo para ampliar la oferta formativa.

. El 95 % lo valoró como mejora efectiva para la formación de futuros profesionales.

. El 95% reconoció la posibilidad de optimizar la competitividad en el sector por medio del Master.

. El 75% contempló la oportunidad de potenciar la interiorización del diseño para conseguir la diferenciación en el mercado global.

. El 85% observó la perspectiva de ayuda a La Rioja y a las empresas del sector a posicionarse como referencia a nivel nacional e internacional en lo concerniente al diseño.

. El 90% lo juzgó efectivo para el desarrollo regional, generador de empleo y fomento de la competitividad.

Entre los entrevistados figuran D. Iñigo Nagore, Consejero de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente del Gobierno de La Rioja; D. Javier Erro, Consejero de Industria, Innovación y Empleo; D. Jaime García-Calzada, representante de la Federación de empresarios de La Rioja, miembro de la CEOE y CEPYME; D. Luis Alberto Lecea, presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja; o, D. Martín Torroba, gerente del grupo Argraf.

A la vista de la información sobre títulos nacionales e internacionales⁵⁸ aportada más arriba, se pone de manifiesto que ninguna de las instituciones académicas mencionadas tiene entre su oferta educativa un máster de características similares al que aquí se propone. El IED con su título “Diseño alimentario”, Elisava con su “Máster en Diseño de Packaging” o la BAU con el “Máster en Diseño de Branding y Packaging son escuelas cuyos títulos abordan tanto el packaging como el diseño para la industria alimentaria desde un punto de vista general y, por tanto, poco específico. Nuestro objetivo es diferenciarnos de estas titulaciones proponiendo unos estudios de máster especializados en el diseño integral de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola. Además, tras las entrevistas y

58 Ver apartado 2.2.3

conversaciones llevadas a cabo con empresas del sector como Mineraqua o Bodegas Ontañón⁵⁹, cabe señalar, la oportunidad de implantar un título de Máster Oficial que recoja las necesidades manifestadas por los referentes externos consultados. Pues el interés por incorporar profesionales del diseño al ámbito del envase y embalaje alimentario y vitivinícola para configurar *packagings* con óptimos diseños que aumenten la calidad de sus productos y los hagan más competitivos, es una realidad manifestada por el tejido empresarial entrevistado. Es por ello que la adecuación del título propuesto queda avalada por el apoyo recibido tanto por parte de las instituciones de la Comunidad Autónoma de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente o Consejería de Industria, Innovación y Empleo) como por parte de empresas alimentarias y vitivinícolas que ven en el diseño un valor añadido que aporta innovación y calidad a sus productos.

Los referentes académicos y empresariales señalados anteriormente son una muestra de la cantidad y calidad de los títulos ya existentes enfocados al mundo del diseño de *packaging*.

La investigación sobre las titulaciones académicas existentes nos ayudó en primer lugar a decidir la especialización en el diseño integral de *packaging* para la industria alimentaria y vitivinícola y en segundo lugar a concretar y dar estructura al Máster, a elegir asignaturas para diferenciarnos y aportar elementos nuevos.

Mostramos en el siguiente cuadro los aspectos que hemos considerado más relevantes a la hora de diseñar el plan de estudios:

Universidad/Master	Página web	Aspectos referentes
BAU, Centro Universitario de Diseño de Barcelona. Máster en Diseño de Branding y Packaging	http://www.baued.es/es/estudios/masters-y-posgrados/master-en-diseo-de-branding-y-packaging-	Referente en técnicas y estrategias para crear y producir envases para productos específicos eficientes y sostenibles. Realización de proyectos profesionales, de alimentación, cultural e institucional y en nuevos medios.
ELISAVA. Escuela Superior de Diseño e Ingeniería de Barcelona. Máster en Diseño de Packaging	http://www.elisava.net/es/estudios/diseño-de-packaging	Orientado hacia el Branding, la comunicación y el diseño estructural de <i>packaging</i> Formación de profesionales con conciencia social y responsabilidad medioambiental.
Universitat Ramon Llull. Máster en Packaging Engineering	http://executive.iqs.es/ficha_curso/es/master-en-packaging-engineering/8	Centrado en el gran consumo y la competencia para crear productos innovadores. Valora el avance tecnológico y la experimentación del sector

⁵⁹ Ver apartado 2.2.2 en el que se detallan los contactos previos con instituciones, empresas y agencias de diseño para estudiar la necesidad y adecuación del título propuesto.

Instituto Universitario de Ingeniería de Alimentos (Universidad Politécnica de Valencia) Máster Universitario en Ciencia e Ingeniería de los Alimentos	http://www.upv.es/titulaciones/MUCIA/info/814198normalc.html	Auna en sus principios los beneficios para la salud de los consumidores, de calidad, seguros y saludables, y su viabilidad económica.
Istituto Marangoni Master Luxury Packaging Design	http://www.istitutomarangoni.com/es/cursos-de-diseno/estudios-de-postgrado/programas-master/luxury-packaging-design	Enfocado al concepto de lujo
Brunel University West London. Maestría en Ciencias Gerenciales en Tecnología de Packaging	http://www.brunel.ac.uk/sed/mer/brunel-centre-for-packaging-technology	Consolidados con la formación de gerentes y tecnólogos en Envases y Embalajes de muy alto nivel. Con una clara visión y un planteamiento flexible necesario para crear oportunidades y resolver problemas eficientemente.
Loughborough University. Materials Science and Technology	http://www.lboro.ac.uk/study/postgraduate/courses/departments/design/industrialdesignandtechnology/	Imparte una sólida formación técnica en materiales y desarrollo de procesos.
Instituto Europeo de Diseño Food design	http://www.ied.es/barcelona/escuela-design/cursos-especializacion/food-event-design/DCD1075S#.VTTYM_AhGGk	Promueve el diseño innovador del contenido/forma y empaquetado/envasado de los alimentos, de los ambientes de venta y de consumo de alimentos. Prestan especial atención a las nuevas tendencias de consumo.

Otra razón de nuestra elección se debe a motivos de mercado. Empresarios y productores han expresado su gran interés en este tipo de estudios⁶⁰ ya que la óptima aplicación de la metodología proyectual beneficiaría el desarrollo y difusión de sus artículos.

El Máster que planteamos no sólo tiene un interés regional sino nacional: “España es una potencia alimentaria: no sólo investiga, produce y transforma, sino que, además, cuenta con una industria alimentaria muy potente”⁶¹ y “España se convirtió en 2014 en el primer proveedor de vino con 2.257 millones de litros”⁶².

Además de lo que aquí reseñamos, aportamos en el anexo 13 más datos relativos a la situación del sector alimentario y vitivinícola. Consideramos que estos datos avalan la necesidad de la especificidad de un Máster de packaging especializado en ámbito alimentario y vitivinícola.

⁶⁰ Ver anexos 7 y 11.

⁶¹ *El Economista*, viernes 6 de septiembre de 2013 consultado en: <http://www.eleconomistaamerica.com/empresas-eAm/noticias/5121098/09/13/Espana-y-Chile-potencias-alimentarias.html#.Kku8IHqAZsf1C4q>

⁶² *Observatorio español del mercado del vino* consultado en: <http://www.oemv.es/esp/principales-vendedores-mundiales-de-vino-ano-2014-1380k.php>

2.2.4 Libros Blancos:

En el *Libro Blanco Títulos de Grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración* encontramos cantidad y diversidad de justificaciones para la implantación del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola*, comenzando por la tabla D.4.3.2.a de la página 668 en la que podemos encontrar las *Definiciones generales de las especializaciones profesionales y descripción de las actividades que desempeña y las competencias que las identifican* en la que se describen los perfiles profesionales de las ramas del Diseño. En ella encontramos dos descripciones, la primera según la FEEPD (2001):

*Estudios y profesionales que colaboran con todo tipo de empresas en la elaboración de logotipos e imagen corporativa, folletos, memorias, catálogos, páginas web. etc. Este sector, aunque con impacto sobre cualquier tipo de empresa, tiene tres grandes sectores como clientes principales: el editorial, el de envases y embalajes, y el publicitario. Formaliza productos de información y comunicación.*⁶³

Y la segunda según las Fichas Porta 2004:

*Es el profesional que diseña soluciones gráficas o bien las desarrolla a partir de las pautas marcadas por el director de arte. Diseña todo tipo de soportes gráficos de comunicación, ya sean: impresos, como catálogos, revistas o anuncios; proyectos digitales, como páginas web o vídeos gráficos y, finalmente, aplicaciones gráficas en productos como son el packaging, el embalaje, el etiquetado o la señalización.*⁶⁴

Ambas muestran con claridad la importancia del diseño de envases y embalajes o el *packaging* dentro del perfil profesional de los diseñadores gráficos.

Después de algunas páginas, en la página 675 del mismo documento se detallan, según criterio de Porta 22 FEEPD 2001, las siguientes ocupaciones vinculadas al diseño como las que, según todos los informes, tienen un mercado laboral claro y bien delimitado.

Diseño gráfico (INEM 2002)

Director de arte

Diseñador de páginas web

Diseñador gráfico

Diseñador gráfico de imagen corporativa

⁶³ ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación): *Libro Blanco Títulos de Grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración*, Junio 2004. Pág. 668.

⁶⁴ ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación): *Libro Blanco Títulos de Grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración*, Junio 2004. Pág. 668.

Diseñador gráfico de *packaging**

Diseñador gráfico editorial

Diseñador gráfico publicitario

Diseñador gráfico-montador de audiovisuales

Diseñador infógrafo periodístico

Ilustrador

Técnico de pre-producción gráfica

*Por *Packaging* se denomina el tratamiento gráfico para la presentación y disposiciones de todas las informaciones que contiene un envase sobre el producto envasado.

Diseño Industrial

Diseñador industrial

Diseñador industrial de envases

Diseñador industrial de mobiliario e iluminación

Diseñador industrial de producto

Diseñador industrial de vehículos

Diseñador industrial especialista en ergonomía

Diseñador industrial especialista en usabilidad

Ingeniero técnico en diseño industrial

Responsable comercial de empresas de servicios de diseño

Técnico en representación en 2D y 3D⁶⁵

En el apartado 4.4.2. *Panorama de Ocupaciones y Especializaciones Laborales a partir de la Información Proveniente de las Actividades Profesionales*, encontramos en el punto 6, el *packaging* como una especialización única dentro del mundo del diseño actual.

6. *Packaging*: Atañe a todos los productos de consumo, incluso a algunos aspectos del diseño gráfico, como los libros, si es que precisan de éste.⁶⁶

En este apartado se ve con distinción la enorme importancia de la especialización de los estudiantes de diseño en la creación de *packaging*, ya que es uno de los siete puntos que se encuentran dentro del apartado de los *Estudios de Inserción Laboral de los Titulados durante el Último Quinquenio*. Dada la situación económica actual, es de vital importancia tener en cuenta no sólo las necesidades de

⁶⁵ ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación): *Libro Blanco Títulos de Grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración*, Junio 2004. Pág. 673.

⁶⁶ ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación): *Libro Blanco Títulos de Grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración*, Junio 2004. Pág. 677.

formación de nuestros estudiantes, sino también las posibilidades de inserción laboral que estos egresados puedan tener en el futuro.

Otra de las argumentaciones que vienen a avalar esta teoría la encontramos en el apartado 4.4.3.2. *Características del mercado laboral según indican los profesionales y directores de estudio. Datos sociodemográficos provenientes de los cuestionarios*, apartado cuyas conclusiones se basan en cuestionarios que se realizaron a profesionales y empresarios para que explicasen las características de la estructura organizativa del departamento o estudio en el que trabajan. De ella extraemos el siguiente párrafo sobre la especialización:

Cabe remarcar un fenómeno relativamente nuevo según el cual se va apreciando un proceso de especialización de las empresas en ámbitos del diseño. Esta especialización no se da tanto en relación a los subsectores considerados tradicionalmente las especialidades del diseño sino dentro incluso de un mismo subsector. El caso más claro son probablemente las empresas especializadas en desarrollar e implementar proyectos de identidad corporativa, las cuáles acogen y necesitan de diseñadores expertos en todas las especialidades tradicionales; en el sector del envase y embalaje está sucediendo algo parecido. Desde la perspectiva del mercado laboral y sus características, eso tiene implicaciones importantes dado que, como se observa en las descripciones de la estructura de los estudios vinculadas a los cuestionarios, se están incrementando las funciones directivas y de responsabilidad en la gestión de los proyectos y servicios en detrimento de las más ejecutivas cuyos puestos de trabajo se van viendo reducidos en el conjunto de la empresa –como es el caso de las funciones vinculadas al llamado arte final en el caso del diseño gráfico. Esa tendencia, si se confirma, puede redundar de forma altamente significativa en la formación de los diseñadores futuros.

En el mismo apartado encontramos nuevamente el *packaging* como ámbito de especialización demandado por los clientes:

Estos perfiles profesionales que dan servicio a ese mundo de clientes que demanda diseñadores especializados serían:

1. Productos de consumo (product design)
2. Equipamiento (equipment)
3. Arquitectura e interiorismo (environments)
4. Mobiliario y materiales para la decoración (furniture)
5. Diseño gráfico (graphic design)
6. Diseño digital (interactive design)
7. *Packaging*

8. Diseño textil y de moda (textile design and fashion)⁶⁷

2.2.5 Informes de colegios profesionales o asociaciones nacionales, europeas, de otros países o internacionales:

Ver apartado 2.2.2.

2.3. PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA

2.3.1. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA INTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

El procedimiento establecido por la ESDIR para la elaboración de propuestas de masters ha garantizado la participación de la comunidad educativa, en la que se incluyen alumnos, profesores, personal administrativo y administraciones superiores.

El proceso de creación del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* ha venido determinado por el trabajo de la comisión académica de Máster en enseñanzas artísticas de la Escuela Superior de Diseño: *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* ha estado formada por los siguientes miembros:

Nuria Alfaro Martínez (profesora de la ESDIR)

David Azpurgúa de Luis (profesor de la ESDIR)

Silvia Cerrolaza Calvo (profesora de la ESDIR)

Beatriz Fernández Ferrer (profesora de la ESDIR)

José Ángel Martín Pérez (profesor de la ESDIR)

Mónica Yoldi López (profesora de la ESDIR)

Carmen Urquía Almazán (profesora de la ESDIR)

Daniel Morales (diseñador gráfico. Moruba)

Javier Euba (diseñador gráfico. Moruba)

Miguel García Armentia (Técnico Operativo de Proyecto en Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja)

Dicha comisión ha contado con el consenso, participación y supervisión de los órganos de gobierno de la escuela, es decir, tanto la comisión de coordinación docente, como el consejo de escuela⁶⁸.

⁶⁷ ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación): *Libro Blanco Títulos de Grado en Bellas Artes / Diseño / Restauración*, Junio 2004. Págs. 686-687.

Gran parte del trabajo ha consistido en el análisis de otros másteres existentes, del contexto, económico y sociocultural de La Rioja, y de sopesar las necesidades formativas del alumnado.

La comisión académica de Máster en enseñanzas artísticas ha sometido sus propuestas a continuas consultas a los departamentos, tanto para la justificación general, como para aspectos más específicos del desarrollo de las materias y asignaturas.

Para que el Máster tuviera una perspectiva más cercana a la realidad del alumnado potencial y del contexto sociocultural de la región, se ha contado con la opinión de alumnos y exalumnos a través de entrevistas y de la colaboración de agentes externos pertenecientes a instituciones y empresas, como se menciona en el apartado 2.3.2.

2.3.2. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS DE CONSULTA EXTERNOS UTILIZADOS PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Del mismo modo que se ha contado con la completa participación interna del centro, se han posibilitado vías para la participación de agentes externos de empresas e instituciones que han colaborado en el proceso de creación de este Máster.

Parte importante del análisis ha sido la opinión de los alumnos mediante entrevistas personales y reflexiones en grupo. Los estudiantes de último curso fueron entrevistados en las horas dedicadas a tutoría. Además se realizaron, por vía telefónica, entrevistas individuales a egresados de las cuatro especialidades.

Las cuestiones que se plantearon en dichas entrevistas fueron:

1.- ¿Te gustaría seguir formándote?

2.- ¿En qué campo te gustaría continuar tu formación?

3.- De estas opciones, ¿cuál es la que más te interesaría? Las opciones que se ofertaban eran:

Máster de Diseño Integral de Packaging para la industria alimentaria y vitivinícola

Máster de innovación en el diseño de calzado .

Máster de interiorismo contemporáneo

Propuesta personal.

⁶⁸ Ver anexo 8.

El resultado fue el siguiente:

Un 75% de los estudiantes opinaban que querían seguir formándose.

El 95% de los que querían continuar su formación lo harían en el campo del diseño.

Un 60% de la especialidad de Producto y un 70% de Gráfico, opinó que estarían interesados en realizar el Máster de Diseño Integral de Packaging para la industria alimentaria y vitivinícola

Un 10% de la especialidad de Producto y un 70% de Moda estaban interesados en el Master de especialización de calzado.

Un 75% de los estudiantes de Interiorismo indicaban que su mayor necesidad consistía en adquirir más conocimientos de su especialidad, debido a la complejidad de la normativa que afecta a la práctica de esta profesión.

Algunas de las propuestas de los alumnos fueron: animación y audiovisual, diseño de moda para artes escénicas y prototipado.

El resultado de estas entrevistas ha influido de forma concluyente a la hora de centrar la especialización del máster en el ámbito específico del Diseño Integral de Packaging para la industria alimentaria y vitivinícola, pero no en la elección de los contenidos ni en el diseño del título.

El contexto de una comunidad uniprovincial como La Rioja, permite el contacto y colaboración con asociaciones y organizaciones de diversa índole en una colaboración muy estrecha. En particular, se cuenta con el apoyo de las siguientes entidades con cuya opinión y cooperación se ha contado para elaborar los módulos y filosofía del Máster (ver apartado 2.2.2 y anexo 7 con los escritos de apoyo e interés en la colaboración con el Máster)

- Consejería de Agricultura, Ganadería y Medio Ambiente. Gobierno de La Rioja
- Consejería de Industria, Innovación y Empleo. Gobierno de La Rioja
- Consejo Regulador DOC La Rioja
- Cámara de Comercio e Industria de La Rioja
- Federación de Empresarios de La Rioja
- Garnica Plywood

- Mineraqua, S.A. (Aguas).
- Bodegas Ontañón, S.L. (Vinos)
- Grupo de empresas vinícolas de La Rioja
- Vintae Luxury Wine Specialists, S.L.
- Repro Centro y Repro Estudio (Imprenta).
- Ochoa Impresores (Imprenta)
- Vargas, envases y embalajes de madera, S.L. (envases y embalajes).
- Argraf (imprensa).
- S. A. T. Frutas y Verduras Valle de Rincón (alimentación).
- Moruba (Diseño Gráfico).

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVOS

El *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* tendrá como principales objetivos:

- Aportar conocimientos, actividades formativas y herramientas que contribuyan a la adquisición por parte de los alumnos de una formación avanzada, de carácter especializado, multidisciplinar y orientada a la especialización académica y con un claro enfoque profesional en el sector del packaging.
- Proporcionar los recursos necesarios para la integración en el entorno profesional y la mejora de la empleabilidad en el ámbito del Diseño Integral de Packaging para el sector alimentario y vitivinícola.
- Desarrollar e incrementar la sensibilidad del futuro diseñador sobre el impacto medioambiental de los envases en el entorno.
- Fomentar la reflexión crítica sobre la práctica profesional ética en el área del Diseño Integral de Packaging para el sector alimentario y vitivinícola.

Además se proponen los siguientes objetivos de aprendizaje:

- Saber acotar un problema de diseño de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola y aportar soluciones variadas.
- Profundizar en el análisis, interpretación y producción de información relativa a los procesos de investigación, reflexión y desarrollo de los proyectos de diseño integral de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola.
- Utilizar correctamente la terminología profesional, demostrando la asimilación de los contenidos conceptuales tratados.
- Saber elegir los sistemas, estructuras y formatos adecuados, según la naturaleza del proyecto de packaging.
- Ser capaz de proponer a nivel profesional proyectos de diseño integral de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola originales y oportunos, y de seleccionar los materiales y procesos de producción más adecuados para el proyecto y localizar los profesionales que pueden suministrarlos, ejecutarlos y presupuestarlos.
- Desarrollar la capacidad crítica, la coherencia y la autoexigencia a la hora de defender los trabajos propios.
- Ser capaz de integrarse de forma activa en un equipo de trabajo.

- Mantener comunicaciones efectivas en el desarrollo del trabajo; en especial cuando éste tenga un carácter interdisciplinar y que exija un determinado grado de coordinación con otras áreas.

3.2. COMPETENCIAS

A continuación detallamos las competencias básicas y específicas que los estudiantes adquirirán a lo largo del desarrollo de este Máster. En el desarrollo de las competencias se han tenido en cuenta los derechos fundamentales de oportunidades entre hombres y mujeres según la ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres y los principios de igualdad de oportunidad y accesibilidad universal de las personas con discapacidad según Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de valores democráticos según la Ley 27/2005, de 30 de noviembre, de fomento de la educación y la cultura de la paz.

3.2.1. COMPETENCIAS BÁSICAS

CB 1. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas a entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios o multidisciplinares relacionados con su área de estudio.

CB 2. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB 3. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones, y los conocimientos y razones últimas que los sustentan, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB 4. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB-5.- Que los estudiantes sepan resolver y solucionar problemas complejos, específicos y profesionales de diseño utilizando los lenguajes y recursos técnicos de la representación y de la comunicación.

CB-6.- Que los estudiantes sepan dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas profesionales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos y en los resultados en la práctica del diseño.

3.2.2. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE LOS ESTUDIANTES DEBEN ADQUIRIR DURANTE SUS ESTUDIOS Y QUE SON EXIGIBLES PARA OTORGAR EL TÍTULO COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE1.- Desarrollar recursos gráficos, estéticos y simbólicos adecuados a requerimientos comunicativos concretos en el sector del Diseño para la Industria Alimentaria y Vitivinícola.

CE2.- Gestionar un proyecto de Diseño Integral de packaging desde las posibilidades reales de la empresa generando nuevas ideas y descubriendo alternativas en la resolución de un determinado problema.

CE3.- Utilizar correctamente los materiales y las tecnologías que maneja la industria del packaging y los sistemas de creación e impresión del envase.

CE4.- Ser capaz de determinar la rentabilidad del producto desde aspectos de producción, comercialización y distribución.

CE5.- Ser capaz de proyectar nuevos packagings específicos, viables y de calidad para el mercado alimentario y vitivinícola

CE6.- Generar envases y embalajes más eficientes y sostenibles a nivel ecológico que promuevan el diseño responsable y la óptima utilización de los materiales.

CE7.- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

CE8.- Analizar la historia y el contexto económico, social y cultural del Diseño Integral de packaging, demostrando capacidad crítica.

4. ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES

4.1. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PREVIA A LA MATRICULACIÓN Y PROCEDIMIENTOS ACCESIBLES DE ACOGIDA Y ORIENTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE NUEVO INGRESO PARA FACILITAR SU INCORPORACIÓN A LA UNIVERSIDAD Y LA TITULACIÓN

El *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* está principalmente dirigido a recién titulados en diseño o diseñadores experimentados con el objetivo de especializarse profesionalmente en el campo del packaging.

4.1.1 Sistemas de información previa

Está previsto que se proporcione información al alumnado potencial a través de las siguientes vías:

Información online:

- Página Web del centro: www.esdir.eu
- Portales de Internet de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo de La Rioja.
- Envío por correo electrónico de carteles y trípticos a departamentos e instituciones de áreas relacionadas con la temática del título, a escala nacional e internacional.
- Páginas Web especializadas.
- Web del portal europeo de Másteres (www.mastersportal.eu), donde es posible consultar la oferta por países clasificada según disciplinas de interés.

Información Impresa:

- Carteles programas de los másteres ofertados, expuestos en tableros de anuncios de los centros.
- Folletos de los másteres individualizados expuestos en los puntos de información de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja.
- Carteles publicitarios expuestos en la fachada de la Escuela.
- Carteles publicitarios expuestos en la vía pública o visibles desde la misma.
- Publicidad en periódicos gratuitos y otros medios de comunicación.
- Publicidad en revistas especializadas, autonómicas, nacionales e internacionales.
- Exposición de folletos y guías en las sedes de otras Escuelas Superiores de Diseño y de las entidades colaboradoras.

Información Personalizada.

- Información a través de las direcciones de correo electrónico: info@esdir.eu

- Atención al público a través de la secretaria de la Escuela con el apoyo del equipo directivo.
- Información a través de reuniones creadas a ese efecto con alumnos de último año y exalumnos.

4.1.2 Procedimiento de acogida y orientación de los/as estudiantes

Se realizarán las siguientes actividades de acogida y orientación de los estudiantes.

Reunión informativa previa al inicio del Máster en la que se tratarán asuntos generales del mismo: estructura de las asignaturas, distribución de créditos, horarios de clase y tutorías, prácticas externas y trabajo final, profesorado,...

Seminarios de orientación y seguimiento dirigidos al alumnado sobre el desarrollo del Máster.

Tutela del alumnado de Máster y contacto con el profesorado. Todos los alumnos/as tendrán un tutor que les orientará en el desarrollo del Máster.

Durante todo el proceso se contará con la información facilitada en la página Web de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja sobre el Máster.

4.2 ACCESO Y ADMISION

Los artículos 15 y 16 del Real Decreto 1614/2009 determinan el acceso y admisión a las enseñanzas artísticas oficiales de Máster. Según el primero, para acceder a las enseñanzas oficiales de Máster será necesario estar en posesión de un Título Superior oficial de enseñanzas artísticas, de un título oficial de Graduado o Graduada o su equivalente expedido por una institución del Espacio Europeo de Educación Superior que faculte en el país expedidor del título para el acceso a enseñanzas de Máster. Asimismo podrán acceder los titulados conforme a sistemas educativos ajenos al Espacio Europeo de Educación Superior sin necesidad de la homologación de sus títulos, previa comprobación por la Administración educativa competente de que aquellos acreditan un nivel de formación equivalente. El acceso por esta vía no implicará, en ningún caso, la homologación del título previo del que esté en posesión del interesado, ni su reconocimiento a otros efectos que el de cursar las enseñanzas artísticas de Máster.

Titulaciones obligatorias:

Titulado Superior en Diseño de producto

Titulado Superior en Diseño de gráfico

Titulado Superior en Diseño de interiores

Titulado Superior en Diseño de moda

Graduado o Graduada en Diseño de producto

Graduado o Graduada en Diseño de interiores

Graduado o Graduada en Diseño de gráfico

Graduado o Graduada en Diseño moda

Graduado o Graduada en Diseño

Graduado o Graduada en Creación y Diseño

Graduado o Graduada en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Productos

Graduado o Graduada en Proyectos de Interiorismo

Ingeniero Técnico en Diseño industrial

Graduado o Graduada en Bellas Artes

Los procedimientos relacionados tanto con el acceso como con la admisión del alumnado serán llevados a cabo por la comisión académica del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* con la supervisión de los órganos de dirección y coordinación de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja.

4.2.1 ACCESO DEL ALUMNADO AL MÁSTER

Los solicitantes interesados en cursar el *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* deberán cumplimentar la solicitud de admisión que estará disponible en la Escuela Superior de Diseño de La Rioja y que también podrá ser descargada de la página web del centro.

En el plazo que se determine, los solicitantes deberán presentar dicha solicitud de admisión junto con su curriculum vitae, la documentación acreditativa de los méritos alegados, además de un portfolio que recoja una muestra de sus trabajos.

Las solicitudes de admisión serán dirigidas a la Comisión académica del título de Máster de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja, encargada de resolver la admisión y acceso de los estudiantes según los criterios que a tal efecto determine.

Para establecer el orden de prelación de las solicitudes la comisión considerará:

- el **expediente académico**, que tendrá una ponderación del 70%
- el **currículum vitae**, que acreditará la experiencia profesional en diseño, valorada en función de los años de experiencia como diseñador o responsable de diseño en una empresa. Tendrá una ponderación del 10%
- el **portfolio**, que tendrá una ponderación del 10% y que acreditará la cualificación y motivación del alumno para el aprovechamiento del Máster, según los siguientes criterios:

La creatividad, valorada en función de la aportación de nuevas maneras de enfocar el problema abordado en cada proyecto presentado en su portfolio y la capacidad

proyectual, valorada en función de la capacidad para abordar soluciones, la memoria y el proceso desarrollado en los proyectos presentados en su portfolio.

- la **entrevista personal**, que tendrá una ponderación del 10%. Se valorará:

1. la disposición, el interés, la motivación y el grado de dedicación al Máster
2. su grado de madurez, nivel de reflexión y capacidad de emitir juicios de valor.
3. sus expectativas profesionales.

Conocimiento de lenguas. Se establecen como requisitos básicos, además de lo señalado anteriormente, el perfecto dominio de la lengua española y el conocimiento de inglés como un requisito de admisión al máster.

Se requiere un nivel B2 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas. Este nivel se podrá acreditar mediante el título oficial de la Escuela Oficial de Idiomas o con un título equivalente.

Asimismo, los estudiantes de otros países, que se preinscriban en el título, deberán acreditar el conocimiento de español con el título equivalente al B2 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

En caso de solicitud por parte de alumnado con necesidades educativas especiales se contará con asesoramiento profesional proporcionado por la Consejería de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno de La Rioja, que facilite las posibles adaptaciones curriculares, itinerarios o estudios alternativos.

4.2.2 ADMISIÓN DEL ALUMNADO DE MÁSTER

Según el Artículo 16 del Real Decreto 1614/2009 los estudiantes podrán ser admitidos a un Máster, conforme a los requisitos específicos y criterios de valoración de méritos que, en su caso, sean propios del título de Máster o establezca la Administración educativa competente. Las administraciones educativas incluirán los procedimientos y requisitos de admisión en el plan de estudios, entre los que podrán figurar requisitos de formación previa específica en algunas disciplinas. Estos sistemas y procedimientos deberán incluir, en el caso de estudiantes con necesidades educativas específicas derivadas de la condición de discapacidad, los servicios y apoyo y asesoramiento adecuados, que evaluarán la necesidad de posibles adaptaciones curriculares.

4.2.3 NORMAS DE PERMANENCIA, MODALIDADES DE MATRÍCULA Y CONVOCATORIAS

Una vez que el solicitante es admitido para cursar el *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola*, deberá formalizar su matrícula en los plazos que se determinen y con el abono de tasas correspondientes.

La única modalidad de matrícula que se contempla para el Máster propuesto es la matrícula presencial.

Para poder proseguir sus estudios, los estudiantes matriculados en el Máster deberán superar en su primer año académico, al menos el 20% de los créditos matriculados e impartidos en el primer curso del plan de estudios correspondiente.

El plazo de permanencia máxima para el Máster propuesto es de 4 semestres consecutivos. Cuando existan causas de tal naturaleza que pudieran justificar la suspensión del plazo de permanencia del estudiante, cuya duración no sea inferior a un semestre, se podrá solicitar dicha suspensión, considerándose causas justificadas, entre otras, todas ellas debidamente acreditadas: las familiares, laborales, por enfermedad o accidente.

Para superar una determinada asignatura, un estudiante dispondrá de un máximo de 1 convocatoria ordinaria y de convocatoria 1 extraordinaria por curso académico, no pudiendo superar el número máximo de 4 convocatorias consumidas durante la duración de los estudios. A estos efectos, la matrícula de una determinada asignatura da derecho a 2 convocatorias de evaluación. Cuando existan causas justificadas que impidan al estudiante someterse a evaluación en el tiempo y forma programados, se podrá solicitar la baja de esa convocatoria. Se considerarán causas justificadas, entre otras, todas ellas debidamente acreditadas: las familiares, laborales, por enfermedad o accidente.

Apoyo y orientación de los estudiantes una vez matriculados

Desde el momento de su matrícula y hasta el final del Máster, con el objetivo de facilitar y mejorar su rendimiento académico, los alumnos contarán con un tutor/a que observará y participará en su proceso en aprendizaje de una manera individualizada. Mediante el mismo se pretende dar una respuesta personal a los estudiantes de la titulación en cuanto a sus necesidades de orientación a lo largo de su periodo de estudio.

Las funciones específicas del tutor son las siguientes:

- Orientar al alumno en el seguimiento del programa.
- Servir de enlace y comunicación entre los responsables de los módulos y el alumno ante cualquier tipo de eventualidad o contingencia que se produzca en el transcurso del desarrollo del programa.
- Orientar al alumno en la elaboración del trabajo fin de Máster, así como en el desarrollo de las prácticas externas.
- Guiar al alumno en la demostración de las competencias genéricas adquiridas en las exposiciones del trabajo fin de Máster y en la memoria de prácticas externas.

- Participar como miembro asesor en la evaluación final del alumno.
- Elaborar un informe final de la marcha del proceso de tutela del alumno.

A este seguimiento académico realizado por el tutor, se añade la orientación proporcionada por la secretaría, dirección y resto de departamentos implicados de la Escuela Superior de Diseño sobre asuntos de interés para el alumno como pueden ser convocatorias de becas y ayudas, cursos, concursos, actividades de tiempo libre, ofertas de trabajo, búsqueda de alojamiento, convocatorias de movilidad, etc.

4.2.4 SISTEMA DE TRANSFERENCIA Y RECONOCIMIENTO DE CRÉDITOS

El Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores recoge en su preámbulo que “se propone la incorporación del sistema europeo de reconocimiento, transferencia y acumulación de créditos ECTS, como la unidad de medida que refleja los resultados del aprendizaje y el volumen de trabajo realizado por el estudiante para alcanzar las competencias de cada enseñanza y la expedición del Suplemento Europeo al Título a fin de promover la movilidad de estudiantes y titulados españoles en el espacio europeo de la enseñanza superior. El presente real decreto estructura las enseñanzas artísticas superiores en Grado y Postgrado, previendo en este último nivel las enseñanzas de Máster y los estudios de doctorado en el ámbito de las disciplinas que les son propias mediante convenios con las universidades.”

Con tal motivo, el mencionado Real Decreto, en su artículo 4 “Créditos europeos”, establece en las enseñanzas artísticas superiores que “los planes de estudios conducentes a la obtención de títulos oficiales de enseñanzas artísticas superiores se medirá en créditos europeos ECTS” y en su artículo 6.1 “Reconocimiento y transferencia de créditos” establece que “Con objeto de hacer efectiva la movilidad de estudiantes, tanto dentro del territorio nacional como fuera de él, las Administraciones educativas harán pública su normativa sobre el sistema de reconocimiento y transferencia de créditos de las enseñanzas artísticas superiores”.

Asimismo, el Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado de Diseño establecidas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, en su artículo 10, establece los criterios básicos para el reconocimiento y transferencia de créditos en los estudios de Grado de Diseño.

El Decreto 11/2012, de 4 de abril, por el que se regulan las enseñanzas artísticas superiores conducentes a la obtención del Título Superior de Diseño en la Comunidad Autónoma de La Rioja y se establece su Plan de estudios, en su Artículo 11 sobre “Reconocimiento de créditos” y en su Artículo 12 sobre “Transferencia de Créditos”, dice:

Artículo 11. Reconocimiento de créditos.

1. El centro donde el alumno o alumna curse sus estudios de enseñanzas artísticas de Titulado o Titulada Superior, podrá reconocer los créditos que habiendo sido obtenidos en centros de enseñanzas oficiales, en centros de enseñanzas artísticas superiores u otro centro del Espacio Europeo de Educación Superior, son computados a efectos de obtención del Título oficial de Titulado o Titulada Superior en Diseño.

2. Los criterios generales para el reconocimiento de créditos son los siguientes:

a) Con carácter general, los créditos obtenidos podrán ser reconocidos por las administraciones educativas teniendo en cuenta la adecuación entre las competencias y los contenidos de las asignaturas cursadas y los previstos en el plan de estudios que se encuentre cursando.

b) En el caso de traslado de expediente entre Comunidades Autónomas para continuar los mismos estudios, se reconocerá la totalidad de los créditos obtenidos.

c) Cuando se acceda a una nueva especialidad del mismo Título de Titulado o Titulada Superior en Diseño se reconocerá la totalidad de los créditos obtenidos correspondientes a las materias de formación básica.

d) En ningún caso serán objeto de reconocimiento los créditos asignados al trabajo fin de Estudios de Título Superior de los estudios que se encuentre cursando.

3. Se podrán reconocer a los que posean el Título de Técnico Superior de Artes Plásticas y Diseño, los créditos correspondientes a la formación básica y especializada cuando exista relación directa con las competencias específicas de la especialidad que se curse.

4. Quienes estando en posesión del Título de Diseño deseen obtener el Título de Titulado o Titulada Superior en Diseño en la misma especialidad, obtendrán el reconocimiento de, al menos, 180 créditos. A estos efectos, se establece la correspondencia entre las especialidades con igual denominación, así como entre la especialidad de Productos y la especialidad de Producto.

5. Quienes estando en posesión del Título de Diseño deseen obtener el Título de Titulado o Titulada Superior en Diseño en otra especialidad, obtendrán el reconocimiento de los créditos correspondientes a las materias de formación básica, siéndoles en lo demás de aplicación los criterios generales recogidos en el apartado 2 de este mismo artículo.

6. A quienes posean estudios parciales del Título de Diseño y deseen obtener el Título de Titulado o Titulada Superior en Diseño en la misma o distinta especialidad se les podrá reconocer créditos según los criterios generales recogidos en el apartado 2 de este mismo artículo.

7. Se podrán reconocer hasta un máximo de 6 créditos por la participación en actividades culturales, artísticas, deportivas, de representación estudiantil, solidarias y de cooperación, siempre y cuando las mismas no formen parte del plan de estudios correspondiente.

Artículo 12. Procedimiento para el reconocimiento de créditos.

1. El alumnado interesado, una vez obtenida plaza y matriculado en la Escuela, solicitará el reconocimiento de créditos presentando su solicitud en la misma durante el primer trimestre del curso académico.

2. Las solicitudes deberán ir acompañadas de la siguiente documentación:

a) Certificación académica correspondiente a los estudios que pretende reconocer.

b) Programas de las asignaturas, sellados por el centro de procedencia y en los que conste que corresponden al año académico en el que el interesado superó cada asignatura.

c) Plan de estudios sellado por el centro de procedencia.

d) En el caso de actividades, memoria de la actividad en la que conste la entidad organizadora y responsable de la misma, así como las horas de duración.

3. En el mes siguiente a la finalización del plazo de presentación de solicitudes, se convocará la Comisión Académica para el reconocimiento de créditos, que estará integrada por:

a) El Inspector o Inspectora de educación que tenga adscrito el centro, que actuará como Presidente.

b) Los Jefes o Jefas de todos los Departamentos del centro.

c) El Jefe o Jefa de Estudios.

d) El Secretario o Secretaria del centro, que actuará como Secretario.

4. Examinada la documentación presentada por los solicitantes, si ésta no fuera completa, se les requerirá para que en un plazo de 10 días hábiles proceda a la subsanación de la solicitud indicándole que de no proceder en este sentido se dará por desistida su petición, previa resolución que será dictada de acuerdo con lo previsto en el artículo 42 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre.

5. Vistas las solicitudes junto con la documentación presentada, la Comisión Académica elaborará un informe que será elevado a la Dirección del centro, que resolverá, con indicación del número de créditos reconocidos.

6. Contra la citada resolución se podrá interponer recurso de alzada en el plazo de un mes contado desde el día siguiente al de su notificación, ante la Dirección General competente en enseñanzas artísticas superiores.

7. Se incorporarán al expediente de los estudiantes las asignaturas y créditos reconocidos.

8. Los solicitantes de reconocimiento de créditos podrán formalizar la matrícula pagando el 50% del importe de los créditos que se pretenden reconocer, en concepto de gastos de gestión. En el caso de que la resolución sea denegatoria, deberán satisfacer el

50% restante del importe de los créditos no reconocidos en el plazo de quince días a partir de la recepción de la notificación.

Artículo 13. Transferencia de créditos.

Los centros docentes donde se impartan enseñanzas artísticas superiores de Título Superior en Diseño incluirán en los documentos académicos oficiales acreditativos de las enseñanzas seguidas por cada estudiante, la totalidad de los créditos obtenidos en enseñanzas oficiales cursadas con anterioridad, en centros de enseñanzas artísticas superiores u otro centro del Espacio Europeo de la Educación Superior, que no hayan conducido a la obtención de un título oficial.

El reconocimiento y transferencia de créditos en las enseñanzas oficiales de máster han de ajustarse a las mismas normas y procedimientos previstos para las enseñanzas oficiales de título superior.

5. PLANIFICACIÓN DE LAS ENSEÑANZAS

5.1. ESTRUCTURA DE LAS ENSEÑANZAS

El *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* consta de un total de 60 CRÉDITOS ECTS divididos de la siguiente forma:

- 5 asignaturas de 6 ECTS (30 ECTS)
- 3 asignaturas de 4 ECTS (12 ECTS)
- Prácticas (8 ECTS)
- Trabajo Final de Máster (10 ECTS)

El curso académico comprende desde septiembre de un año a junio del siguiente y está distribuido en dos semestres con una duración total de 36 semanas.

El Máster estará estructurado en módulos de tal manera que los contenidos y competencias están distribuidos para la correcta comprensión y práctica por parte de los estudiantes. Así se garantizará que los alumnos adquieran las competencias determinadas dentro del periodo previsto para ello.

DISTRIBUCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS EN CRÉDITOS ECTS POR TIPO DE MATERIA

- Asignaturas Obligatorias: 42
- Prácticas Externas: 8
- Trabajo Fin de Máster: 10
- Créditos totales: 60

MECANISMOS PARA ASEGURAR LOS DERECHOS FUNDAMENTALES Y DE IGUALDAD

El Real Decreto 1614/2009 en su introducción dice lo siguiente:

Entre los principios generales que deben inspirar los nuevos títulos, se debe tener en cuenta que la formación en cualquier actividad profesional debe contribuir al conocimiento y desarrollo de los Derechos Humanos, los principios democráticos, los principios de igualdad entre mujeres y hombres, de solidaridad, de protección medioambiental, de accesibilidad universal y diseño para todos, de respeto al patrimonio cultural y natural y de fomento de la cultura de la paz.

En el artículo 3. 4. del mismo RD dice:

Entre los principios generales que deberán inspirar el diseño de los nuevos títulos, los planes de estudios deberán tener en cuenta que cualquier actividad profesional debe realizarse:

a) Desde el respeto a los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos.

b) Desde el respeto y promoción de los Derechos Humanos y los principios de accesibilidad universal y diseño para todos de conformidad con lo dispuesto en la disposición final décima de la Ley 51/2003,

de 2 de diciembre, de Igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos derechos y principios.

c) De acuerdo con los valores propios de una cultura de paz y de valores democráticos, y debiendo incluirse, en los planes de estudios en que proceda, enseñanzas relacionadas con dichos valores.

Esta propuesta de Máster está diseñada siguiendo las indicaciones establecidas en la introducción del anteriormente citado RD, y en su artículo 3. 4.

EXPLICACIÓN GENERAL DE LA PLANIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

El artículo 14 del Real Decreto 1614/2009 que regula el diseño de los planes de estudios del título de Máster señala:

1. Los planes de estudios de los títulos de Máster serán elaborados por las Administraciones educativas a iniciativa propia o a propuesta de los Centros e inscritos en el Registro Central de Títulos de acuerdo con lo establecido en el presente real decreto.
2. Estos planes de estudios tendrán entre 60 y 120 créditos, que contendrá toda la formación teórica y práctica que el estudiante deba recibir: materias obligatorias, materias optativas, seminarios, prácticas externas, trabajos dirigidos, trabajo de fin de Máster, actividades de evaluación, y otras que resulten necesarias según las características propias de cada título.
3. Estas enseñanzas concluirán con la elaboración y defensa pública de un trabajo de interpretación, de creación o de investigación fin de Máster, que tendrá entre 6 y 30 créditos

Estas indicaciones han servido para diseñar la planificación de este Máster.

5.2. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA MOVILIDAD DE ESTUDIANTES PROPIOS Y DE ACOGIDA

El Máster que proponemos ofrece la posibilidad de movilidad para la realización de determinados módulos dentro del marco de movilidad europeo. La Escuela Superior de Diseño de La Rioja dispone de acuerdos con diferentes centros en los que se podrán realizar parte de los estudios de Máster.

En la actualidad el centro está en disposición de recibir la Carta Erasmus dentro del nuevo programa Erasmus Plus⁶⁹.

La política internacional de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja tiene como principal objetivo desarrollar la dimensión internacional de la institución para poder aportar una perspectiva europea a los estudiantes y resto de la comunidad educativa. Este aspecto se implementa a través de las movilidades europeas en todas sus modalidades. La movilidad europea e internacional está gestionada por la coordinación de programas internacionales del centro. Desde este departamento se

⁶⁹ Ver anexo 10.

coordinan las movilidades entrantes y salientes de alumnos para estudios y prácticas, de profesores para impartir docencia o recibir formación y de movilidad de PAS.

La comisión europea propone promover un esquema de movilidad para los masters, promover la excelencia en la movilidad y dando la posibilidad a todo el alumnado de realizar masters en otro estado miembro independientemente de su trasfondo social.

Desde el año 2007 la Escuela Superior de Diseño de La Rioja ha participado activamente en movilidades europeas de todo tipo en el marco del programa Erasmus en las enseñanzas artísticas superiores. La valoración de estas experiencias ha sido muy positiva para la institución y los efectos favorables en los estudiantes, profesores y personal participantes en las mismas han sido evidentes. Por lo tanto desde la organización académica del Máster se promoverán acciones de movilidad, informando sobre becas de movilidad y colaborando en la gestión de las mismas, *entre las que ya se encuentra el Programa Erasmus Plus*. La movilidad internacional dentro del programa de *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* abrirá nuevas posibilidades de cooperación y realización de proyectos conjuntos con otras instituciones europeas.

El Programa europeo Erasmus Plus, en su Acción clave 1, “Movilidad de las personas por motivos de aprendizaje”, incluye la movilidad de estudiantes, estudiantes en prácticas y personal de las instituciones educativas de educación superior. Los estudiantes que participan en esta acción pueden serlo de ciclo corto, primer, segundo o tercer ciclo. El segundo ciclo incluye los programas de Másters.

La movilidad de estudiantes incluye un periodo de estudios en el extranjero en una institución de educación superior o un periodo de formación práctica en una empresa o cualquier otro lugar de trabajo o ambos (el periodo de estudio en el extranjero también puede incluir un periodo de formación práctica).

La movilidad de personal permite al personal docente impartir clases en una institución de educación superior socia en el extranjero y a llevar a cabo periodos de formación en el extranjero en forma de acciones de formación y aprendizaje por observación en una institución de educación superior socia (o periodos combinados de enseñanza y actividades de formación).

La Unión Europea, mediante el SEPIE o Servicio Español para la Internacionalización de la Educación, ayuda a la financiación de dichos programas de movilidad:

- Con una duración de entre 3 y 12 meses por periodos de estudios para estudiantes*
- Con una duración de entre 2 y 12 meses por periodos de formación práctica*
- Con una duración de 2 días a 2 meses para movilidad de personal con países socios (entre 5 días a 2 meses para movilidad de personal con países asociados)*

Además de la financiación que respalda la movilidad entre los países del programa Erasmus plus, también se ayudará a financiar actividades internacionales entre países del programa y países

asociados del mundo. La Escuela Superior de Diseño de La Rioja prevé realizar movilidad de personal con países asociados en curso 2015-16 y movilidad de estudiantes el curso 2016-17.

Todos los trámites necesarios para llevar a cabo dichas movilizaciones y solicitar su financiación se llevan a cabo desde la Coordinación de Relaciones Internacionales de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja.

Para mayor información, consultar el anexo 12 que incluye un listado de acuerdos bilaterales e internacionales con la ESDIR⁷⁰.

5.3. DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LAS MATERIAS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE DE QUE CONSTA EL PLAN DE ESTUDIOS

El siguiente apartado describe las materias distribuidas en asignaturas con su correspondiente descripción, competencias, contenidos, actividades, metodología, volumen de trabajo y evaluación.

Las asignaturas se han diseñado de tal manera que aseguren la adquisición de todas las competencias y contenidos necesarios a lo largo del desarrollo del Máster y la adecuada coordinación docente entre las mismas. Ésta se realizará a través de reuniones periódicas entre los profesores, donde se contrastarán contenidos, competencias y progreso de los estudiantes; además de fomentar la interacción entre asignaturas.

⁷⁰ Ver anexo 12.

Diseño Gráfico aplicado a envases y embalajes

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Diseño gráfico aplicado a envases y embalajes				
MATERIA:	Diseño Gráfico				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	1º
CRÉDITOS ECTS:	6	HORAS PRESENCIALES:	90	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	60
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano e inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

La asignatura se centra en el diseño integral de packaging, tanto desde el punto de vista estructural como comunicacional, abarcando todas las facetas de la creación de la marca, es decir, la suma de todas y cada una de las sensaciones, percepciones y experiencias que una persona tiene como resultado del contacto con una organización, sus productos y servicios.

La creación de identidad de marca, el diseño emocional, la imagen: Ilustración, fotografía e infografía, la tipografía y el color son los pilares sobre los que se construye la asignatura de Diseño Gráfico aplicado a envases y embalajes.

REQUISITOS PREVIOS:

Es imprescindible que el alumno tenga conocimientos de diseño gráfico y medios informáticos.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 1. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB 3. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE1.- Generar recursos gráficos, estéticos y simbólicos adecuados a requerimientos comunicativos concretos en el sector del Diseño para la Industria Alimentaria y Vitivinícola.

CE5- Ser capaz de proyectar nuevos packagings específicos, viables y de calidad para el mercado alimentario y vitivinícola

CE7.- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Emplea correctamente la terminología profesional, demostrando la asimilación de los contenidos conceptuales tratados.
- Profundiza en el análisis, interpretación y producción de información relativa a los procesos de investigación, reflexión y desarrollo de los proyectos.
- Profundiza en las tareas de investigación, documentación y experimentación.
- Elige y aplica adecuadamente las técnicas gráfico-plásticas.
- Demuestra sensibilidad visual y capacidad expresiva en la realización de proyectos.
- Demuestra profesionalidad en los acabados y la presentación.
- Manifiesta coherencia, madurez en la expresión y capacidad de síntesis en la defensa de los proyectos.
- Exhibe capacidad para valorar críticamente los trabajos propios y de los demás alumnos.
- Muestra capacidad para el autoaprendizaje y para la transferencia de conocimientos.
- Manifiesta una actitud autónoma, activa y participativa a lo largo del proceso didáctico.
- Es responsable en el cumplimiento de los plazos de entrega, así como en lo relativo a asistencia y puntualidad.
- Se integra en el grupo-clase con un espíritu solidario y de colaboración.
- Muestra un espíritu crítico y autocrítico.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

- Los elementos básicos del diseño gráfico aplicados al diseño de envases y embalajes
 - Tipografía
 - Color
 - Imagen: Ilustración, fotografía e infografía
- La marca y el factor de identidad en el diseño de envases y embalajes
 - Concepto y métodos de configuración de la identidad e imagen visual corporativa
 - La arquitectura de marca
 - Creación de nombres y marcas
- La identidad corporativa y la identidad del producto
 - Packaging, envase y embalaje. Formatos, soportes y materiales
 - El valor comunicativo del envase
 - Características específicas del diseño gráfico aplicado al packaging
 - El diseño integral de packaging
- El diseño emocional

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Se planterán cuatro actividades encaminadas a poner en práctica los siguientes contenidos:

1. Los elementos básicos del diseño gráfico aplicados al diseño de envases y embalajes.
2. La marca y el factor de identidad en el diseño de envases y embalajes.
3. La identidad corporativa y la identidad del producto.
4. El diseño emocional.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Clases teóricas: Se utilizará la clase magistral, mediante la transmisión de información en un tiempo ocupado principalmente por la exposición oral y el apoyo de las TICs. Durante dicha exposición se podrán plantear preguntas o situaciones problemáticas sobre un tema, introducir pequeñas actividades prácticas, resolver las dudas que puedan plantearse, orientar la búsqueda de información, ocasionar el debate individual o en grupo, etc.

Clases prácticas: Se aplicará el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas, orientado a proyectos, etc.

Sesiones de tutoría/seguimiento:

Durante estas sesiones el estudiante podrá:

- preguntar al profesor todas aquellas dudas que no hayan podido ser solucionadas durante las clases presenciales teóricas.
- solicitar bibliografía de ampliación específica de algún tema concreto y/o cualquier otro tipo de información relacionada con la asignatura.

El docente realizará un seguimiento individualizado de los alumnos, supervisando y orientando más directamente el proceso a seguir en cada una de las actividades realizadas.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:			
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	1	-	1
Clase expositiva	25	-	25
Aprendizaje basado en problemas	20	20	40
Aprendizaje orientado a proyectos	40	25	65
Tutorías	3	-	3
Presentaciones orales	1	15	16
TOTAL	90	60	150

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Seguimiento	Capacidad de análisis	3
	Desarrollo de las actividades dentro del plazo previsto	
	Planificación y organización del tiempo	
Presentación oral	Puntualidad	1
	Claridad expositiva	
	Estructuración de ideas	
	Capacidad crítica y autocrítica	
Entrega	Originalidad y creatividad	6
	Precisión en los acabados	
	Cumplimiento del plazo de entrega	

Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria				
MATERIA:	Proyectos de Diseño Integral de Packaging				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	2º
CRÉDITOS ECTS:	6	HORAS PRESENCIALES	90	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	60
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano/Inglés	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano/Inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

La asignatura de *Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria* se imparte en el segundo cuatrimestre del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* y su principal objetivo es el de proporcionar al alumno todos aquellos conocimientos y recursos necesarios para abordar con éxito la producción de proyectos de Packaging para la Industria Alimentaria.

Diseñar implica, además de los propósitos estéticos y formales, la consideración de cuestiones técnicas, económicas, comerciales y funcionales del producto proyectado para que sea viable y pueda producirse en serie. Por ello, los aspectos centrales que se tratarán en el aula son los procesos y procedimientos necesarios para generar programas integrales de packaging para la industria alimentaria, partiendo del presupuesto de que es imprescindible para el alumno adquirir una sólida formación técnica y un conocimiento exhaustivo de las empresas del sector para emprender y llevar a buen término sus propios diseños. Si complementamos la creatividad con el dominio de la técnica, obtenemos un perfil profesional capaz de afrontar cualquier proyecto de Diseño Integral de Packaging.

De modo que una vez que el alumno conoce por la formación anterior adquirida los fundamentos del diseño y de la metodología proyectual, se pretende dotar al estudiante de las herramientas necesarias para planificar y estructurar sus futuros trabajos de manera adecuada y para llevar a cabo proyectos de Diseño Integral de Packaging que aborden soluciones en soportes diversos con todo lo que ello implica: estudio previo (documentación e investigación), elaboración de propuestas y proceso de realización.

En el marco del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* la asignatura de *Diseño Integral de Packaging para la Industria alimentaria* ocupa un lugar relevante en la estructura del curso dado que en ella confluyen los contenidos impartidos en materias como *Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción, Estructuras y sistemas o Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging*. Así, *Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria* tiene un carácter integrador y transversal, de modo que a lo largo del desarrollo de la materia se hará constante referencia a contenidos impartidos en asignaturas afines con el propósito de dar al alumno una visión global del proceso creativo.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 3. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-5.- Que los estudiantes sepan resolver y solucionar problemas complejos, específicos y profesionales de diseño utilizando los lenguajes y recursos técnicos de la representación y de la comunicación.

CB-6.- Que los estudiantes sepan dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas profesionales organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos y en los resultados en la práctica del diseño.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE1.- Generar recursos gráficos, estéticos y simbólicos adecuados a requerimientos comunicativos concretos en el sector del Diseño para la Industria Alimentaria y Vitivinícola.

CE2.- Gestionar un proyecto de Diseño Integral de packaging desde las posibilidades reales de la empresa generando nuevas ideas y descubriendo alternativas en la resolución de un determinado problema.

CE3.- Utilizar correctamente los materiales y las tecnologías que maneja la industria del packaging y los sistemas de creación e impresión del envase.

CE5.- Ser capaz de proyectar nuevos packagings específicos, viables y de calidad para el mercado alimentario y vitivinícola

CE7.- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

CE8.- Analizar la historia y el contexto económico, social y cultural del Diseño Integral de packaging, demostrando capacidad crítica.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Sabe acotar un problema de Diseño de Packaging para la Industria Alimentaria y aporta soluciones variadas.
- Crea, transforma y aplica imágenes y signos en función de requerimientos comunicativos concretos.
- Soluciona debidamente los problemas que puedan surgir durante la elaboración de un proyecto de Diseño de Packaging para la Industria Alimentaria.
- Estructura planes de trabajo capaces de economizar medios y recursos sin que por ello las soluciones estructurales y gráficas pierdan su esencia.
- Posee una visión clara e integradora de los procesos, técnicas y recursos necesarios para la realización óptima de los proyectos.
- Ajusta la realización del proyecto a los plazos establecidos.
- Mantiene comunicaciones efectivas en el desarrollo del trabajo; en especial cuando éste tenga un carácter interdisciplinar y exija un determinado grado de coordinación con otras áreas.
- Sabe defender un proyecto de Diseño de Packaging para la Industria Alimentaria propio.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

- Introducción. Diseño integral de Packaging para el sector alimentario y actividad proyectual.
- Procedimientos creativos y sistemas de producción.
- *Packaging y Merchandising* propios del sector alimentario. Formatos, soportes y materiales.
- Características específicas del diseño gráfico aplicado al Diseño integral de *Packaging*.
- Definición y realización de proyectos de diseño integral de Packaging específicos para el ámbito del sector alimentario.
 - Investigación
 - Naming
 - Estrategia comunicacional
 - Desarrollo del programa de Diseño Integral de Packaging
 - Implementación
 - Exhibición e identificación del producto:
 - Arquitectura comercial. Espacio caliente. Stands. Eventos efímeros.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

PROYECTO I. (Introducción al Diseño integral de *Packaging* para la industria alimentaria):

Documentación e investigación (estudio de mercado)

Bocetos

Desarrollo Gráfico

Desarrollo Estructural

Datos técnicos

Puesta en común, defensa y corrección pública del proyecto

PROYECTO II. (*Diseño* integral de *Packaging* para la industria alimentaria):

Documentación e investigación (estudio de mercado)

Bocetos

Desarrollo Gráfico

Desarrollo Estructural

Datos técnicos

Puesta en común, defensa y corrección pública del proyecto.

El supuesto práctico consistirá en el desarrollo de una propuesta que realizará una de las empresas colaboradoras y que se llevará a cabo en colaboración con las industrias gráficas.

METODOLOGÍA DOCENTE:

La metodología que se utilizará para impartir la asignatura de *Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria* pretende adecuarse al objetivo de la adquisición por parte del alumno de los conocimientos necesarios para gestar y llevar a cabo un proyecto de Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria en todas sus fases.

Entendemos que la metodología debe transmitir al alumno valores como la rigurosidad, la planificación, la capacidad de evaluación y los métodos de control que le permitirán plantear y programar la producción del Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria desde una posición destacada.

Clases teóricas:

Los contenidos de la asignatura se desarrollarán mediante exposiciones orales y visualización de ejemplos.

Se propiciará la participación del alumno y el debate sobre los contenidos que se impartan.

Clases prácticas:

El alumno pondrá en práctica de forma inmediata los conocimientos que gradualmente se vayan adquiriendo. En este sentido, se intentará que sea el alumno quien, siguiendo una pauta dada, intente resolver por sí mismo los problemas planteados en el aula.

El alumno hará uso de técnicas tanto manuales como digitales en la elaboración de los proyectos propuestos. El alumno deberá recurrir a los conocimientos adquiridos en otras asignaturas del Máster.

Asimismo, y siguiendo una metodología que impulsa el "aprender a aprender" se propondrán a los alumnos problemas que han de intentar resolver por sí mismos partiendo de las pautas proporcionadas previamente por el profesorado.

Dentro de esta metodología activa, se llevarán a cabo puestas en común de las fases de los proyectos que, al ser comentados y visionados por toda la clase, enriquecerán los conocimientos del grupo e invitarán al intercambio de ideas.

Seminarios:

Se llevarán a cabo al menos 2 seminarios impartidos por expertos y empresas vinculadas al Máster.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	2	-	2
Clase expositiva	12	-	12
Aprendizaje orientado a proyectos	54	30	84
Seminarios	10	10	20
Pruebas parciales	4	8	12
Examen final	8	12	20
TOTAL	90	60	150

EVALUACIÓN:

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Trabajo	· Evolución y desarrollo diario. · Asistencia activa a clase. · Participación en clase.	2
Proyectos	· Aspectos gráficos/estéticos. · Aspectos comunicativos. · Aspectos estructurales. · Aspectos técnicos. · Presentación adecuada: (orden, limpieza, ortografía) · Entrega dentro del plazo.	6
Presentación/defensa	· Presentación adecuada. · Claridad expositiva. · Capacidad de análisis.	2

Diseño Integral de Packaging para la Industria Vitivinícola

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Diseño Integral de Packaging para la industria Vitivinícola				
MATERIA:	Proyectos de Diseño Integral de Packaging				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	2º
CRÉDITOS ECTS:	6	HORAS PRESENCIALES	90	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	60
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano/Inglés	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano/Inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

La asignatura de *Diseño Integral de Packaging para la Industria Vitivinícola* se imparte en el primer cuatrimestre del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* y su principal objetivo es el de proporcionar al alumno todos aquellos conocimientos y recursos necesarios para abordar con éxito la producción de proyectos de Packaging para la Industria Vitivinícola.

Diseñar implica, además de los propósitos estéticos y formales, la consideración de cuestiones técnicas, económicas, comerciales y funcionales del producto proyectado para que sea viable y pueda producirse en serie. Por ello, los aspectos centrales que se tratarán en el aula son los procesos y procedimientos necesarios para generar programas integrales de Packaging para la industria vitivinícola, partiendo del presupuesto de que es imprescindible para el alumno adquirir una sólida formación técnica y un conocimiento exhaustivo de las empresas del sector para emprender y llevar a buen término sus propios diseños. Pues si complementamos la creatividad con el dominio de la técnica, obtenemos un perfil profesional capaz de afrontar cualquier proyecto de Diseño Integral de Packaging.

De modo que una vez que el alumno conoce (por la formación adquirida en etapas anteriores) los fundamentos del diseño y de la metodología proyectual, se pretende dotar al estudiante de las herramientas necesarias para planificar y estructurar sus futuros trabajos de manera adecuada y para llevar a cabo proyectos de Diseño Integral de Packaging que aborden soluciones en soportes diversos con todo lo que ello implica: estudio previo (documentación e investigación), elaboración de propuestas y proceso de realización.

En el marco del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola* la asignatura de *Diseño Integral de Packaging para la Industria Vitivinícola* ocupa un lugar relevante en la estructura del curso dado que en ella confluyen los contenidos impartidos en materias como *Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción, Estructuras y sistemas o Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging*. Así, *Diseño Integral de Packaging para la Industria Vitivinícola* tiene un carácter integrador y transversal, de modo que a lo largo del desarrollo de la materia se hará constante referencia a contenidos impartidos en asignaturas afines con el propósito de dar al alumno una visión global del proceso creativo.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 3. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-5.- Que los estudiantes sepan resolver y solucionar problemas complejos, específicos y profesionales de diseño utilizando los lenguajes y recursos técnicos de la representación y de la comunicación.

CB-6.- Que los estudiantes sepan dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas profesionales organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos y en los resultados en la práctica del diseño.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE1.- Generar recursos gráficos, estéticos y simbólicos adecuados a requerimientos comunicativos concretos en el sector del Diseño para la Industria Alimentaria y Vitivinícola.

CE2.- Gestionar un proyecto de Diseño Integral de packaging desde las posibilidades reales de la empresa generando nuevas ideas y descubriendo alternativas en la resolución de un determinado problema.

CE3.- Utilizar correctamente los materiales y las tecnologías que maneja la industria del packaging y los sistemas de creación e impresión del envase.

CE5- Ser capaz de proyectar nuevos packagings específicos, viables y de calidad para el mercado alimentario y vitivinícola

CE7.- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

CE8.- Analizar la historia y el contexto económico, social y cultural del Diseño Integral de packaging, demostrando capacidad crítica.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Sabe acotar un problema de Diseño de Packaging para la Industria Vitivinícola y aporta soluciones variadas.
- Crea, transforma y aplica imágenes y signos en función de requerimientos comunicativos concretos.
- Soluciona debidamente los problemas que puedan surgir durante la elaboración de un proyecto de Diseño de Packaging para la Industria Vitivinícola.
- Estructura planes de trabajo capaces de economizar medios y recursos sin que por ello las soluciones estructurales y gráficas pierdan su esencia.
- Posee una visión clara e integradora de los procesos, técnicas y recursos necesarios para la realización óptima de los proyectos.
- Ajusta la realización del proyecto a los plazos establecidos.
- Mantiene comunicaciones efectivas en el desarrollo del trabajo; en especial cuando éste tenga un carácter interdisciplinar y exija un determinado grado de coordinación con otras áreas.
- Sabe defender un proyecto de Diseño de Packaging para la Industria Vitivinícola propio.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

- Introducción. Diseño integral de Packaging para el sector vitivinícola y actividad proyectual.
- Procedimientos creativos y sistemas de producción.
- *Packaging* y *Merchandising* propios del sector vitivinícola. Formatos, soportes y materiales.
- Definición y realización de proyectos de diseño integral de Packaging específicos para el ámbito del sector vitivinícola.
 - Investigación
 - Naming
 - Estrategia comunicacional
 - Desarrollo del programa de Diseño Integral de Packaging
 - Implementación
 - Exhibición e identificación del producto:
 - Arquitectura comercial. Espacio caliente. Stands. Eventos efímeros.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

PROYECTO I. (Introducción al Diseño integral de *Packaging* para la industria vitivinícola):

Documentación e investigación (estudio de mercado)

Bocetos

Desarrollo Gráfico

Desarrollo Estructural

Datos técnicos

Puesta en común, defensa y corrección pública del proyecto

PROYECTO II. (*Diseño* integral de *Packaging* para la industria vitivinícola):

Documentación e investigación (estudio de mercado)

Bocetos

Desarrollo Gráfico

Desarrollo Estructural

Datos técnicos

Puesta en común, defensa y corrección pública del proyecto.

El supuesto práctico consistirá en el desarrollo de una propuesta que realizará la empresa y que se llevará a cabo en colaboración con las industrias gráficas.....

METODOLOGÍA DOCENTE:

La metodología que se utilizará para impartir la asignatura de *Diseño Integral de Packaging para la Industria Vitivinícola* pretende adecuarse al objetivo de la adquisición por parte del alumno de los conocimientos necesarios para gestar y llevar a cabo un proyecto de Diseño Integral de Packaging para la industria vitivinícola en todas sus fases.

Entendemos que la metodología debe transmitir al alumno valores como la rigurosidad, la planificación, la capacidad de evaluación y los métodos de control que le permitirán plantear y programar la producción del Diseño integral de Packaging para la industria vitivinícola desde una posición destacada.

Clases teóricas:

Los contenidos de la asignatura se desarrollarán mediante exposiciones orales y visualización de ejemplos.

Se propiciará la participación del alumno y el debate sobre los contenidos que se impartan.

Clases prácticas:

El alumno pondrá en práctica de forma inmediata los conocimientos que gradualmente se vayan adquiriendo. En este sentido, se intentará que sea el alumno quien, siguiendo una pauta dada, intente resolver por sí mismo los problemas planteados en el aula.

El alumno hará uso de técnicas tanto manuales como digitales en la elaboración de los proyectos propuestos. El alumno deberá recurrir a los conocimientos adquiridos en otras asignaturas del Máster.

Así mismo y siguiendo una metodología que impulsa el "aprender a aprender" se propondrán a los alumnos problemas que han de intentar resolver por sí mismos partiendo de las pautas proporcionadas previamente por la profesora.

Dentro de esta metodología activa, se llevarán a cabo puestas en común de las fases de los proyectos que, al ser comentados y visionados por toda la clase, enriquecerán los conocimientos del grupo e invitarán al intercambio de ideas.

Seminarios:

Se llevarán a cabo al menos 2 seminarios impartidos por las empresas y profesionales expertos vinculados al Máster.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	2	-	2
Clase expositiva	12	-	12
Aprendizaje orientado a proyectos	54	30	84
Seminarios	10	10	20
Pruebas parciales	4	8	12
Examen final	8	12	20
TOTAL	90	60	150

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Trabajo	· Evolución y desarrollo diario. · Asistencia activa a clase. · Participación en clase.	2
Proyectos	· Aspectos gráficos/estéticos. · Aspectos comunicativos. · Aspectos estructurales. · Aspectos técnicos. · Presentación adecuada: (orden, limpieza, ortografía) · Entrega dentro del plazo.	6
Presentación/defensa	· Presentación adecuada. · Claridad expositiva. · Capacidad de análisis.	2

Estructuras y sistemas

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Estructuras y sistemas				
MATERIA:	Materiales y tecnología aplicados al diseño de packaging				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	2º
CRÉDITOS ECTS:	4	HORAS PRESENCIALES	45	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	55
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano e Inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

Los envases y embalajes son contenedores de productos, servicios e ideas, que el diseñador puede comunicar de múltiples formas. Para ello, debe conocer a la perfección todas las posibilidades estructurales que los diferentes formatos pueden ofrecer, así como otros detalles constructivos que puedan suponer una diferencia o innovación respecto a los existentes. De igual modo, conocer los sistemas de unión y cierre, permite lograr objetivos más precisos y acordes a las necesidades del productor o cliente

Las aplicaciones al campo de la industria agroalimentaria son extensas tanto por la diversificación de productos, como en los entornos posibles de interacción. En este proceso, los envases interactúan entre ellos según las funciones y requerimientos que deban desempeñar, constituyendo un sistema de estructuras interrelacionadas.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 1. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB 2. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB 4. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB-5.- Que los estudiantes sepan resolver y solucionar problemas complejos, específicos y profesionales de diseño utilizando los lenguajes y recursos técnicos de la representación y de la comunicación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE3.- Utilizar correctamente los materiales y las tecnologías que maneja la industria del packaging y los sistemas de creación e impresión del envase.

CE4.- Ser capaz de determinar la rentabilidad del producto desde aspectos de producción, comercialización y distribución.

CE5- Ser capaz de proyectar nuevos packagings específicos, viables y de calidad para el mercado alimentario y vitivinícola

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Utilización precisa y ágil del lenguaje de packaging.
- Ampliación de las capacidades de análisis, síntesis y sentido crítico, así como de la creatividad demostrada.
- Conocimientos y manejo de los procedimientos adecuados en la resolución de los problemas formales, funcionales y comunicativos.
- Correcta elección de los sistemas, estructuras y formatos, según la naturaleza del proyecto de packaging.
- Saber plantear y gestionar el desarrollo de proyectos de autoproducción.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

1. Sistemas estructurales:
 - componentes básicos
 - ligereza y plegabilidad
 - tipos de estructuras: esfuerzos y refuerzos
 - divisores, flecados y retículas
 - métodos de cierre: comunes y específicos
2. Tipologías: cajas, bandejas y otros formatos
3. Aplicaciones básicas:
 - según función, número y constitución
 - según entornos de uso: disposiciones espaciales y puntos de venta
4. Optimización de recursos
5. Glosario técnico

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

BLOQUE 1

Documentación e investigación

- Observación directa: análisis de tipos de envases, según componentes y sistemas estructurales
- Observación indirecta: evolución histórica de las necesidades y los mercados
- Especulación sobre el futuro de las estructuras

BLOQUE 2

Conceptualización y desarrollo de talleres

- Conexión con la propuesta
- Las estructuras: belleza en función
- Definición de las líneas de actuación

BLOQUE 3

Aproximación técnica

Selección y justificación de componentes y materiales.

Presentación de resultados y prototipos.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Clases teóricas:

Consisten en clases magistrales como introducción al aprendizaje no demasiado extensas (aprox. 1h), donde el profesor expone los contenidos mediante presentaciones audiovisuales.

El objetivo es definir y organizar el contenido de cada bloque. Trataremos de que no sea una simple transmisión de información y fomentaremos el diálogo, la discusión y la participación con preguntas sencillas y estimulantes, o con ejercicios de comprensión intercalados de forma espontánea en la exposición.

El afianzamiento de la información se realizará a través de los talleres.

Clases prácticas

En la medida de lo posible, los contenidos se refuerzan con prácticas. El alumno recibe la propuesta estructurada en bloques, a través de ellos se le plantean actividades y se le ofrecen recursos y técnicas para solucionarlos.

Como la carga del trabajo autónomo es amplia, se le exigirá al alumno la preparación regular de los temas mediante lecturas, análisis de casos y experimentación. Los estudiantes presentarán el resultado de la actividad desarrollada y la expondrán públicamente.

Se valorará el trabajo expuesto y cómo se comunica, la capacidad para responder de forma clara a las dudas, además de la aportación de cada alumno a la crítica pública de los trabajos de sus compañeros. Se pretende motivar al alumno y animar a la participación y al autoaprendizaje entre compañeros.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	1	-	1
Clase expositiva	14	-	14
Aprendizaje orientado a proyectos	12	53	65
Seminarios	12	1	13
Pruebas parciales	4	-	4
Presentación final	2	1	3
TOTAL	45	55	100

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Actividades relativas a las primeras fases del proyecto	Capacidad de análisis y síntesis Presentación según el formato Estructura los contenidos Responde a los contenidos exigidos Creatividad Entrega dentro del plazo	2,5
Participación en clase	Respeto por sus compañeros Nivel de reflexión Emitir juicios de valor cualitativos y cuantitativos Capacidad autocrítica Disposición y actitud	1
Presentación de la propuesta	Entrega a tiempo Calidad profesional Orden Corrección ortográfica Utilización de técnicas adecuadas bi y tridimensional Definición e interés de la propuesta Viabilidad	2
Presentación de los prototipos	Evolución de la forma-función Calidad en la presentación Fidelidad con el objeto definido en la propuesta Utilización de diferentes recursos (tanto del aula como externos)	3
Visitas al tejido industrial	Acude a la visita Interés por la información facilitada	0,5
Presentación/defensa	Comunicación de ideas Claridad expositiva	1

Historia del Packaging

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Historia del Packaging				
MATERIA:	Historia				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	1º
CRÉDITOS ECTS:	4	HORAS PRESENCIALES	45	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	55
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

La Historia del packaging nos muestra cómo los envases han jugado papeles diferentes e importantes a través de la historia y cómo el ser humano ha evolucionado en su desarrollo en paralelo a los avances tecnológicos de nuestra sociedad.

Por ello esta asignatura propone una visión general de la evolución del envase desde la Prehistoria hasta la actualidad, estudiando con mayor profundidad desde los años de la revolución industrial hasta el momento actual. En su desarrollo y periodización se plantea la relación del diseño de packaging con las transformaciones tecnológicas y sociales que se producen simultáneamente en nuestra sociedad.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 2. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB 3. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB 4. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE8.- Analizar la historia y el contexto económico, social y cultural del Diseño Integral de packaging, demostrando capacidad crítica.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Conocimiento, juicio y valoración de las creaciones más significativas del diseño del packaging a lo largo de la historia.
- Conocimiento de la terminología propia del diseño de packaging así como de los diseñadores más importantes.
- Competencia para la investigación acerca de determinados autores y orientaciones del diseño de packaging.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

- Antecedentes del diseño de Packaging.
- El camino hacia la industrialización. S.XIX.
- El diseño del S.XX. Vanguardias. 2ª mitad del S.XX.
- El diseño de packaging en el cambio de milenio.
- Diseñadores y tendencias. Diseño, innovación tecnológica y ecodiseño.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Actividad 1.

Conocimiento de las fuentes para el estudio del diseño de packaging (4 semanas).

Actividad 2.

Trabajo de investigación sobre un diseño o un diseñador contemporáneo (6 semanas).

Actividad 3.

Exposición en clase del trabajo de investigación.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Clases teóricas: dos de las tres horas presenciales se dedicarán a la explicación de los contenidos del temario, siempre acompañada de presentaciones de imágenes o textos que ilustren la evolución o los ejemplos más significativos de cada período.

Al introducir cada tema se presentarán imágenes que permitan plantear preguntas acerca de los conocimientos previos tanto en materia histórica como artística.

Además, el comentario y valoración crítica de las imágenes servirá para introducir el debate y la participación del alumnado.

Clases prácticas: al menos dos tercios del bloque presencial se dedicarán a los comentarios y presentaciones de los trabajos de investigación.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:			
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	1	1	2
Clase expositiva	25	30	55
Aprendizaje orientado a proyectos	10	15	25
Pruebas parciales	6	5	11
Examen final	3	4	7
TOTAL	45	55	100

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Asistencia y participación activa en el aula	Interés y capacidad crítica	1
Trabajo de investigación	Capacidad de síntesis, rigor en la selección de obras e imágenes. Entrega en fecha y presentación	2
Presentación pública del trabajo de investigación	Capacidad comunicativa	1
2 pruebas parciales con imágenes seleccionadas de las presentaciones impartidas en clase.	Demostrar el conocimiento de los contenidos del programa.	6

Marketing. La estrategia empresarial. Consumo, empresa y mercado.

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Marketing. La estrategia empresarial. Consumo, empresa y mercado.				
MATERIA:	Marketing				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	1º
CRÉDITOS ECTS:	4	HORAS PRESENCIALES	45	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	55
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

En la actualidad, el marketing es un área fundamental para alcanzar el éxito con nuevos productos, que las empresas continuamente deben sacar al mercado. En primer lugar se ocupa de obtener y analizar información clave sobre oportunidades de negocio (viabilidad de productos propios o de la competencia, satisfacción de los clientes, posicionamiento...) y sobre el público objetivo (perfiles de clientes, segmentos del mercado...). En segundo lugar se encarga de determinar y coordinar las medidas de política comercial para, una vez desarrollado un producto, que éste tenga mayores probabilidades de éxito.

Todas estas contribuciones al desarrollo de nuevos productos deberán coordinarse con otras actividades (organizativas, de gestión o de la propia actividad de diseño) para contribuir a que los objetivos corporativos se puedan conseguir a través del nexo fundamental entre la empresa y su cliente: el producto.

La gestión del diseño se ocupa de la gestión de estrategias, procesos y proyectos de diseño dentro y para una empresa concreta. El papel primordial de la gestión del diseño es comprender los objetivos estratégicos de la empresa y entender cuál será el papel del diseño para cumplir estos objetivos, así como para desarrollar los medios, las herramientas, los métodos, los equipos, la planificación, la pasión y el entusiasmo necesarios para lograr estos objetivos con éxito.

Todas las exigencias internas y externas, desde los objetivos corporativos hasta los requisitos de los clientes y las responsabilidades sociales y medioambientales deben tenerse en cuenta en la gestión del diseño, y todos estos aspectos deben poseer su correspondiente logística para maximizar el tiempo, el dinero y los recursos que una empresa invierte en el diseño para presentar una imagen favorable ante los consumidores actuales y potenciales.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 2. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB 3. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan– a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB 4. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE4.- Ser capaz de determinar la rentabilidad del producto desde aspectos de producción, comercialización y distribución.

CE6.- Generar envases y embalajes más eficientes y sostenibles a nivel ecológico que promuevan el diseño responsable y la óptima utilización de los materiales.

CE7.- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

Pretendemos que al finalizar el semestre el alumno sea capaz de llevar a cabo un proyecto de gestión del diseño de un producto Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola. Empleando una metodología ordenada; entendiendo el método como control, análisis y adaptación a las necesidades concretas de la estrategia empresarial.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

- Proceso de investigación comercial: Metodologías y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa. Planificación y estrategias comerciales. Estudio del comportamiento del cliente.
- Imagen de marca. Políticas comerciales.
- Técnicas de comunicación y negociación.
- Branding. Gestión del proceso de diseño. Formulación de la estrategia de diseño. Estrategias de marca a través del diseño. Ventaja competitiva basada en el diseño. Gestión de la implantación del diseño. Técnicas para medir el éxito del diseño.
- Concepto de Producto: Clasificación y dimensión del Producto.
- Organización y gestión de la cartera: Calidad. Ciclo de vida del producto.
- Marca, envase y etiqueta. Nuevos productos. Desarrollo de nuevos productos.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Actividades formativas	Metodología	% Créditos Ects
Actividades presenciales 60%	Clase magistral para que el alumno adquiera Competencias (conocimientos y actitudes) que deberá aplicar.	20%
	Seminario para ampliación y aplicación de conocimientos	10%
	Sesiones de planteamiento de cuestiones relacionadas con el desarrollo del proyecto propuesto para el semestre.	15%
	Análisis de casos prácticos de discusión.	10%
	Evaluación	5%
Actividades no presenciales Trabajo autónomo 40%	Trabajos de síntesis y aplicación de las competencias relacionadas con el modulo.	20%
	Estudio independiente del alumno y realización de pruebas escritas y/u orales.	20%

METODOLOGÍA DOCENTE:

Clases teóricas

En todos los bloques se dedicará cierto tiempo al contenido teórico por medio de clases expositivas no demasiado extensas como introducción al aprendizaje. El objetivo es definir y organizar el contenido del bloque. Trataremos de que no sea una simple transmisión de información y fomentaremos el diálogo, la discusión y la participación con preguntas sencillas y estimulantes o ejercicios de comprensión intercalados de la forma espontánea en la exposición.

Clases prácticas

Todos los contenidos se refuerzan con prácticas. El alumno recibe el problema estructurado en bloques, a través de ellos se le plantean actividades y se le ofrecen recursos y técnicas para solucionarlos.

Se valorará el trabajo expuesto y cómo lo comunica, la capacidad para responder de forma clara a la dudas, además de la aportación de cada alumno a la crítica pública de los trabajos de sus compañeros.

Se pretende motivar al alumno, animar a la participación, observar el auto aprendizaje y el de sus compañeros, así como descubrir nuestras debilidades y fortalezas.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:			
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	1	1	2
Clase expositiva	25	30	55
Aprendizaje orientado a proyectos	10	15	25
Pruebas parciales	6	5	11
Examen final	3	4	7
TOTAL	45	55	100

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Trabajo	Presentación según el formato Entrega dentro del plazo Claridad expositiva Estructura los contenidos Responde a los contenidos exigidos Capacidad de análisis y síntesis Originalidad Creatividad	4
Ejercicios/Proyectos	Entrega a tiempo Calidad profesional Orden Corrección ortográfica Utilización de técnicas adecuadas bi y tridimensional Definición del objeto Interés de la propuesta Viabilidad	3
Presentación/defensa	Evolución de la forma-función Calidad en la presentación Fidelidad con el objeto definido en la memoria Utilización de recursos en el aula Utilización de diferentes recursos	3

Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción				
MATERIA:	Materiales y Tecnología aplicados al diseño de packaging				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	1º
CRÉDITOS ECTS:	6	HORAS PRESENCIALES	60	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	90
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano e Inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

En la sociedad actual, tanto los envases como los embalajes han dejado de tener en exclusiva la finalidad de proteger y contener el producto, para significar y diferenciarse en la dura competencia por alcanzar el éxito en el mercado. En este sentido, la innovación también puede surgir desde ámbitos tan diversos como los materiales, los soportes, o las técnicas de impresión y producción. Un campo de opciones donde es determinante conocer y saber elegir adecuadamente las múltiples opciones y recursos que están al alcance del diseñador.

Algunos de los contenidos principales de la asignatura abarcan los envases flexibles, rígidos y semirígidos, materiales como el cartón y sus alternativas, o procesos de troquelado e impresión. A su vez, se pretende valorar la reciclabilidad, reutilización y rentabilidad propias del ecodiseño. Todos ellos complementan otras asignaturas, al dotar a los alumnos de conceptos y herramientas indispensables para su futuro desarrollo.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 1. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB 2. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB 4. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB-6.- Que los estudiantes sepan dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas profesionales organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos y en los resultados en la práctica del diseño.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE3.- Utilizar correctamente los materiales y las tecnologías que maneja la industria del packaging y los sistemas de creación e impresión del envase.

CE4.- Ser capaz de determinar la rentabilidad del producto desde aspectos de producción, comercialización y distribución.

CE5.- Ser capaz de proyectar nuevos packagings específicos, viables y de calidad para el mercado alimentario y vitivinícola

CE6.- Generar envases y embalajes más eficientes y sostenibles a nivel ecológico que promuevan el diseño responsable y la óptima utilización de los materiales.

CE7.- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Utilización precisa y ágil del lenguaje de packaging.
- Ampliación de las capacidades de análisis, síntesis y sentido crítico, así como de la creatividad demostrada.
- Conocimientos y manejo de los procedimientos adecuados en la resolución de los problemas formales, funcionales y comunicativos.
- Correcta elección de los procesos y formatos, según la naturaleza del proyecto de packaging.
- Desarrollo de la sensibilidad del diseñador sobre el impacto medioambiental de los envases en el entorno.
- Saber plantear y gestionar el desarrollo de proyectos de autoproducción.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

- El envase flexible
- El envase rígido y semirígido
- Materiales troquelables
- Materiales básicos.
- Preimpresión e impresión
- Rentabilidad, reutilización y reciclabilidad.
- Procesos de industrialización: Tecnología, maquinaria y herramienta.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

BLOQUE 1

Documentación e investigación

- Observación directa: análisis de tipos de envases, según materiales y procesos de fabricación.
- Observación indirecta: evolución histórica de las necesidades y los mercados
- Especulación sobre el futuro de los materiales

BLOQUE 2

Conceptualización y desarrollo de talleres

- Conexión con la propuesta
- El material como elemento inspirador
- Definición de las líneas de actuación

BLOQUE 3

Aproximación técnica

- Selección y justificación de componentes, materiales y acabados.
- Presentación de resultados y prototipos.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Clases teóricas:

Consisten en clases magistrales como introducción al aprendizaje no demasiado extensas (aprox. 1h), donde el profesor expone los contenidos mediante presentaciones audiovisuales.

El objetivo es definir y organizar el contenido de cada bloque. Trataremos de que no sea una simple transmisión de información y fomentaremos el diálogo, la discusión y la participación con preguntas sencillas y estimulantes, o con ejercicios de comprensión intercalados de forma espontánea en la exposición.

El afianzamiento de la información se realizará a través de los talleres.

Clases prácticas

En la medida de lo posible, los contenidos se refuerzan con prácticas. El alumno recibe la propuesta estructurada en bloques, a través de ellos se le plantean actividades y se le ofrecen recursos y técnicas para solucionarlos.

Como la carga del trabajo autónomo es amplia se le exigirá al alumno la preparación regular de los temas mediante lecturas, análisis de casos y experimentación. Presentará el resultado de la actividad desarrollada y la expondrá públicamente.

Se valorará el trabajo expuesto y cómo lo comunica, la capacidad para responder de forma clara a las dudas, además de la aportación de cada alumno a la crítica pública de los trabajos de sus compañeros. Se pretende motivar al alumno y animar a la participación y al autoaprendizaje entre compañeros.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	1	-	1
Clase expositiva	14	-	14
Aprendizaje orientado a proyectos	20	45	65
Seminarios	20	40	60
Pruebas parciales	4	4	8
Presentación final	1	1	2
TOTAL	60	90	150

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Actividades relativas a las primeras fases del proyecto	Capacidad de análisis y síntesis Presentación según el formato Estructura los contenidos Responde a los contenidos exigidos Creatividad Entrega dentro del plazo	2,5
Participación en clase	Respeto por sus compañeros Nivel de reflexión Emitir juicios de valor cualitativos y cuantitativos Capacidad autocrítica Disposición y actitud	1
Presentación de la propuesta	Entrega a tiempo Calidad profesional Orden Corrección ortográfica Utilización de técnicas adecuadas bi y tridimensional Definición e interés de la propuesta Viabilidad	2
Presentación de los prototipos	Evolución de la forma-función Calidad en la presentación Fidelidad con el objeto definido en la propuesta Utilización de diferentes recursos (tanto del aula como externos)	3
Visitas al tejido industrial	Acude a la visita Interés por la información facilitada	0,5
Presentación/defensa	Comunicación de ideas Claridad expositiva	1

Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging				
MATERIA:	Materiales y Tecnología				
CARÁCTER:	Obligatoria	CURSO:	1º	SEMESTRE:	1º
CRÉDITOS ECTS:	6	HORAS PRESENCIALES:	60	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	90
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano/Inglés	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano/Inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

La materia pretende dotar al alumno de técnicas de diseño asistidas por ordenador aplicadas a la fabricación de envases y embalajes, optimizando el ciclo de concepción, diseño y fabricación.

El uso de herramientas informáticas agiliza y mejora notablemente la creación de todo tipo de envases, embalajes, estructuras y envoltorios, además de estandarizar los resultados y la comunicación con las máquinas de producción mediante técnicas CAD-CAM-CAE.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

CB 1. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB 4. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB-5.- Que los estudiantes sepan resolver y solucionar problemas complejos, específicos y profesionales de diseño utilizando los lenguajes y recursos técnicos de la representación y de la comunicación.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

CE1.- Generar recursos gráficos, estéticos y simbólicos adecuados a requerimientos comunicativos concretos en el sector del Diseño para la Industria Alimentaria y Vitivinícola.

CE3.- Utilizar correctamente los materiales y las tecnologías que maneja la industria del packaging y los sistemas de creación e impresión del envase

CE7.- Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Adquisición de las destrezas necesarias para representar con solvencia los documentos gráficos en formato digital e impreso que precisa el desarrollo del diseño de packaging.
- Conocimiento y manejo de los procedimientos digitales adecuados en la resolución de los problemas formales, funcionales y comunicativos.
- Manejo de los medios informáticos como herramienta para el análisis y la creación de propuestas.
- Optimizar los procesos de diseño y producción.
- Generar la documentación técnica apropiada, en un lenguaje correcto.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

1. Creación de propuestas geométricas adecuadas al packaging mediante programas de modelado 3D.
2. Herramientas de desarrollo y desdoble aplicadas al modelado tridimensional. Del 3D al 2D.
3. Creación de imágenes bidimensionales (logos y etiquetas) mediante dibujo vectorial y de mapa de bits. Aplicación de estas imágenes a soportes tridimensionales. Mapeados.
4. Creación de planos de montaje acotados y a escala (reducida y real).
5. Creación de embalajes reales a través de la impresión de los desarrollos generados y posterior plegado y montaje de los volúmenes planteados.
6. Aplicación de materiales, iluminación y renderizado a las propuestas creadas.
7. Animación del proceso de creación, plegado y montaje de las propuestas.
8. Creación de documentos finales interactivos que integren los procesos de idea, desarrollo, montaje y acabados de las propuestas.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

- Modelado 3D por ordenador de propuestas de envases y embalajes en coordinación con el resto de asignaturas.
- Desenvolvimiento de los prototipos tridimensionales creados, y posterior transposición en formato vectorial bidimensional.
- Normalización de los despieces creados mediante la acotación adecuada.
- Transferencia y Montaje de los patrones creados en diversos soportes: cartón, plástico, etc.
- Paralelamente se desarrollarán propuestas de logotipos e imágenes corporativas que se transferirán a los despieces creados.
- Recreación virtual de las propuestas en imágenes fijas. Renderizados.
- Recreación virtual del montaje y de vistas panorámicas. Animaciones.
- Trabajo final a modo de dossier interactivo que integre los procesos y propuestas.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Clases teórico – prácticas:

En cada sesión, se planteará una explicación acompañada de un caso práctico. El profesor realizará una exposición de cómo resolverlo, y posteriormente, cada alumno (de modo individual), comenzará a resolver un ejercicio propuesto.

La primera hora de clase, será de explicaciones del profesor mediante el apoyo de un proyector.

La segunda hora, se dedicará al trabajo personal del alumno, tutelado por el profesor. Si hubiera dudas, al ser éstas habitualmente de carácter general, el profesor las resolverá a través del proyector al considerar que su resolución es del interés del resto del alumnado.

Además del trabajo en clase, el alumno deberá completar los ejercicios con trabajo personal fuera del aula.

Sesiones de **tutoría - seguimiento**:

En la segunda hora de cada clase, el profesor resolverá aquellas dudas que surjan en el momento de desarrollar los ejercicios prácticos. En los horarios de tutoría (fuera del horario de clase), el profesor estará a disposición del alumno para resolver las dudas que no sean resueltas en el aula.

Además, se utilizará la plataforma Moodle como medio de comunicación fuera del aula. Allí aparecerá la documentación que precisa el alumno, y será el lugar virtual de entrega de los ejercicios para poder ser evaluado.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Presentación asignatura	2	-	2
Clase expositiva	30	-	30
Aprendizaje basado en problemas	15	60	75
Aprendizaje orientado a proyectos	8	30	38
Tutorías	2	-	2
Examen final	3	-	3
TOTAL	60	90	150

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Actividades relativas a las primeras fases del proyecto	Capacidad de análisis y síntesis Presentación según el formato Estructura los contenidos Responde a los contenidos exigidos Creatividad	3
Participación en clase	Respeto por sus compañeros Nivel de reflexión Emitir juicios de valor cualitativos y cuantitativos Capacidad autocrítica Disposición y actitud	1
Presentación de la propuesta	Entrega a tiempo Calidad profesional Orden Corrección ortográfica Técnicas adecuadas de representación técnica y de modelado tridimensional Definición e interés de la propuesta Viabilidad	2
Presentación de los prototipos	Evolución de la forma-función Calidad en la presentación de planos. Calidad de la documentación técnica elaborada.	3
Presentación/defensa	Comunicación correcta de las ideas en un lenguaje apropiado Claridad expositiva. Estructura de la propuesta completa y apropiada	1

Prácticas externas

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Prácticas externas				
MATERIA:	Prácticas externas				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1	SEMESTRE:	2º
CRÉDITOS ECTS:	8	HORAS PRESENCIALES:	185	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	15
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano e inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

Las prácticas curriculares se integran en el plan de estudios del Master con carácter formativo. De su realización no se derivarán obligaciones propias de una relación laboral, pero permitirán al estudiante perfeccionar, utilizar y poner en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de su formación académica.

El objetivo es adquirir competencias relacionadas con la práctica profesional, el trabajo en equipo, la autonomía personal y la iniciativa. El alumno disfruta de una experiencia práctica que facilitará su inserción en el mercado laboral.

Responden a un proyecto formativo específico para cada alumno que desarrollará tareas profesionales habituales en el diseño de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola.

Podrán realizarse en entidades colaboradoras como empresas, instituciones, entidades públicas y privadas, u otro organismo en el que se realicen actividades profesionales del sector del envase y el embalaje. Serán tuteladas por un profesor-tutor de la Eadir que fijará y contactará con puestos formativos en centros de trabajo, proyectará el programa formativo, orientará a los alumnos, mantendrá contactos periódicos con el responsable en la entidad y evaluará y calificará las prácticas según informe valorativo del responsable de la entidad colaboradora.

REQUISITOS PREVIOS:

La asignatura se desarrolla durante el segundo cuatrimestre del curso.

El alumno no mantendrá ninguna relación contractual con la empresa, institución o entidad en la que va a realizar las prácticas.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB 1.** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB 2.** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB 3.** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB 4.** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE1.-** Generar recursos gráfico, estéticos y simbólicos adecuados a requerimientos comunicativos concretos en el sector del Diseño para la Industria Alimentaria y Vitivinícola.
- CE2.-** Gestionar un proyecto de Diseño Integral de packaging desde las posibilidades reales de la empresa generando nuevas ideas y descubriendo alternativas en la resolución de un determinado problema.
- CE4.-** Ser capaz de determinar la rentabilidad del producto desde aspectos de producción, comercialización y distribución.
- CE6.-** Generar envases y embalajes más eficientes y sostenibles a nivel ecológico que promuevan el diseño responsable y la óptima utilización de los materiales.
- CE7.-** Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

Las prácticas formativas externas se establecen como un ámbito básico del recorrido curricular del alumno, puesto que la familiarización con la realidad laboral supone la integración en el entorno profesional de los procesos de aprendizaje realizados en los centros educativos, facilitando su empleabilidad.

El alumno al superar las prácticas será capaz de:

- . Conocer la metodología de trabajo adecuada a la realidad profesional aplicando los conocimientos adquiridos.
- . Gestionar y desarrollar proyectos de diseño complejos
- . Integrarse de forma activa en un equipo de trabajo
- . Aplicar una metodología adecuada al proyecto
- . Generar soluciones alternativas a los problemas planteados

CONTENIDOS Y TEMARIO:

A cada alumno se le propone un proyecto formativo, acordado entre el tutor de prácticas y el responsable del alumno en la empresa, que incluirá el conjunto de actividades que debe realizar durante el periodo de prácticas.

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

Del mismo modo que en el epígrafe anterior, en cada convenio se especifican las actividades que el alumno llevará a cabo en su periodo de formación en la empresa.

El alumno entregará al tutor una Memoria final de prácticas con los siguientes contenidos mínimos:

- Datos personales / Especialidad / Curso
- Entidad colaboradora / Lugar de realización
- Descripción detallada de los trabajos realizados y el departamento al que estuvo adscrito.
- Nivel de realización de las actividades formativas propuestas en el convenio.
- Semejanzas y diferencias entre los conocimientos adquiridos en la empresa y en los estudios.
- Problemas surgidos en el período de realización y modos de solución
- Aportaciones de las prácticas en materia de aprendizaje
- Evaluación y sugerencias de las prácticas.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Clases prácticas:

Actividad formativa presencial que consiste en la realización de las actividades de forma tutelada en las que el alumno pone en práctica las competencias adquiridas a través del curriculum

Sesiones de tutoría/seguimiento:

El tutor académico realizará el seguimiento del alumno a través de conversaciones con el tutor en la empresa y con el propio alumno para revisar la marcha de las prácticas, el cumplimiento de los horarios y el programa, y la realización de las memorias del estudiante.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:			
ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Realización de Prácticas externas		185	
Tutorías	5		
Elaboración de memorias		10	
TOTAL			200

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Asistencia y participación en tutoría académica	Puntualidad Frecuencia con la que acude Disposición y actitud proactiva Nivel de reflexión, capacidad para emitir juicios de valor cuantitativos y cualitativos Nivel de presentación de avances Capacidad autocrítica	2.5
Informe del proceso, conversaciones del tutor académico y visitas a los centros de prácticas	Adecuación a las pautas Dominio de conceptos Comprensión de la información facilitada al alumno para el desarrollo Correcta ejecución Asistencia y actitud Puntualidad de entregas	
Informe del responsable en la entidad	Adecuación a las pautas Dominio de conceptos Comprensión de la información facilitada al alumno para el desarrollo Correcta ejecución Asistencia y actitud Puntualidad de entregas	5
Memoria del alumno	Redacción correcta Descripción completa y clara de lo solicitado Maquetación Estructura y orden de contenidos Profesionalidad	2.5

PROCEDIMIENTO PARA LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En caso de calificación negativa el alumno deberá volver a cursar la asignatura en cursos posteriores.

BIBLIOGRAFÍA

DOCUMENTOS DE REFERENCIA

. Artículo 14 del Real Decreto 1614/2009 que regula el diseño de los planes de estudios del título de Máster.

Trabajo Fin de Máster

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola

TITULACIÓN:	Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola				
ASIGNATURA:	Trabajo Fin de Máster				
MATERIA:	Trabajo Fin de Máster				
TIPO:	Obligatoria	CURSO:	1	SEMESTRE:	2º
CRÉDITOS ECTS:	10	HORAS PRESENCIALES:	25	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO:	225
DEPARTAMENTO RESPONSABLE DE LA DOCENCIA:					
IDIOMAS EN LOS QUE SE IMPARTE:				Castellano	
IDIOMAS DEL MATERIAL DE LECTURA O AUDIOVISUAL:				Castellano e inglés	

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA:

El principal objetivo del *Trabajo Fin de Máster* es que el alumno, a través de un trabajo original e inédito, aplique, desarrolle y ponga en práctica los conocimientos adquiridos a lo largo de la titulación.

El *Trabajo Fin de Máster* consistirá en la concepción y correcto desarrollo de un proyecto original para el ámbito de la producción del Diseño de Producto. Podrá realizarse en la Eadir o fuera de ella, así como en colaboración con instituciones, empresas, estudios de diseño o de arte competentes. Asimismo, podrá consistir en la realización de trabajos profesionales académicamente dirigidos, o bien otros efectuados en el marco de programas de intercambio nacional o internacional.

El *Trabajo Fin de Máster* ocupa un lugar relevante en la formación del alumno pues le permitirá demostrar que ha alcanzado las competencias necesarias que le capacitan para el correcto ejercicio de su actividad profesional.

REQUISITOS PREVIOS:

Para poder matricularse en el TFM el alumno deberá haberse matriculado del resto de créditos hasta completar el total del plan de estudios.

COMPETENCIAS:

COMPETENCIAS BÁSICAS:

- CB 1.** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CB 2.** Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- CB 3.** Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CB 4.** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DEL MÁSTER:

- CE1.-** Generar recursos gráfico, estéticos y simbólicos adecuados a requerimientos comunicativos concretos en el sector del Diseño para la Industria Alimentaria y Vitivinícola.
- CE3.-** Utilizar correctamente los materiales y las tecnologías que maneja la industria del packaging y los sistemas de creación e impresión del envase.
- CE5.-** Ser capaz de proyectar nuevos packagings específicos, viables y de calidad para el mercado alimentario y vitivinícola.
- CE7.-** Emplear las nuevas tecnologías de la comunicación para la promoción y la difusión del producto en el sector alimentario o vitivinícola.
- CE8.-** Analizar la historia y el contexto económico, social y cultural del Diseño Integral de packaging, demostrando capacidad crítica.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE:

- Sabe trabajar de manera autónoma.
 - Aplica la metodología de investigación más adecuada en cada caso para generar ideas, proyectos y soluciones viables de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola.
 - Soluciona debidamente los problemas que puedan surgir durante la elaboración de un proyecto complejo de packaging para la industria alimentaria y vitivinícola aplicando de manera lógica la metodología proyectual.
 - Es capaz de proponer a nivel profesional proyectos de diseño originales y oportunos y de seleccionar los materiales y procesos de producción más adecuados para el proyecto y localizar los profesionales que pueden suministrarlos, ejecutarlos y presupuestarlos.
- Posee una visión clara e integradora de los procesos, técnicas y recursos necesarios para la realización óptima de proyectos de packaging complejos.
- Ajusta la realización del proyecto a los plazos establecidos.
- Sabe defender un proyecto de packaging propio.

CONTENIDOS Y TEMARIO:

El Trabajo Fin de Máster consiste en la concepción y correcto desarrollo de un proyecto de diseño packaging para la industria alimentaria y vitivinícola original y tiene como objetivo comprobar que el alumno ha asimilado y es capaz de integrar, sintetizar y aplicar los conocimientos teórico-prácticos adquiridos a través de las enseñanzas cursadas en el Máster.

El Trabajo Fin de Máster incluirá:

Descripción del proyecto

Fase de investigación

Influencias

Históricas

Conceptuales

Estéticas

Bocetos

Desarrollo

Datos Técnicos

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES

El alumno realizará el Trabajo Fin de Máster de manera autónoma a lo largo del segundo cuatrimestre, siguiendo las pautas e indicaciones de un profesor-tutor.

METODOLOGÍA DOCENTE:

Sesiones de Tutoría/seguimiento:

Las sesiones de tutoría/seguimiento servirán de estímulo para que el alumno produzca y gestione proyectos complejos y de mayor enjundia. Se facilitará al alumno documentación bibliográfica y material específico para que pueda mejorar sus trabajos y llevarlos a cabo de la manera más óptima.

Se dará especial importancia a la correcta elaboración de las memorias que componen un proyecto de packaging, así como a las soluciones creativas y funcionales propuestas por el alumno.

VOLUMEN DE TRABAJO DEL ESTUDIANTE:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS PRESENCIALES	HORAS DE TRABAJO AUTÓNOMO	VOLUMEN DE TRABAJO TOTAL
Realización de Trabajo Fin de Máster		220	
Tutorías	25		
Defensa		5	
TOTAL			250

EVALUACIÓN:		
PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD	PONDERACIÓN (SOBRE 10)
Tutoría	Puntualidad Frecuencia con la que acude Disposición y actitud preactiva Nivel de reflexión, capacidad para emitir juicios de valor cuantitativos y cualitativos Nivel de presentación de avances Capacidad autocrítica	1
Fase de conceptualización	Aplicación de procesos de búsqueda oportunidades Programa de necesidades Definición y valoración de la propuesta Nivel de innovación respecto del mercado Búsqueda de referencias histórico-sociales. Capacidad de análisis y síntesis Inspiración · Extensión · Justificación del tema · Análisis y comentario de antecedentes y competencia · Bibliografía · Proceso de investigación · Estructuración, orden y claridad · Ortografía y expresión escrita · Fuentes documentales citadas · Originalidad, creatividad · Limpieza y cuidado en la ejecución Segmento, posicionamiento, usuario y entorno de uso	2
Desarrollo proyectual	Desarrollo de la idea inicial hacia un concepto, por medio de distintos lenguajes. Nivel de evolución y adaptación de la idea germinal a las necesidades que surgen Investigación de colores, acabados, materiales y procesos Nivel de definición de la propuesta definitiva Valor funcional y práctico de la propuesta definitiva Valor estético y comunicativo de la propuesta definitiva Viabilidad técnica y económica	3
Memorias	Redacción correcta Descripción completa y clara de la propuesta definitiva Comunicación gráfica eficaz Memoria técnica completa Maquetación profesional Estructura y orden de contenidos Nivel de contenidos	1

Prototipo	Proceso de desarrollo, adaptación y validación completo Utilización de diferentes recursos Calidad de presentación Fidelidad con la propuesta definitiva, definida en la memoria	2
Defensa pública	Profesionalidad Uso de diferentes recursos para transmitir el concepto, el desarrollo y la intención de la propuesta	1

El tribunal evaluará cada Trabajo Fin de Máster de forma global y teniendo en cuenta la calidad de todas sus partes: la fase de investigación, la fase creativa, el desarrollo del diseño y la verificación, junto a comunicación del producto y las especificaciones técnicas.

Se valorará la capacidad de observación y detección de oportunidades, la metodología de investigación, el nivel del análisis del problema, la originalidad y oportunidad de la propuesta, la capacidad creativa junto al volumen y la calidad del trabajo de exploración formal, volumétrica, matérica y procesual. Asimismo, se valorará el resultado del diseño desde sus aportaciones funcionales, comunicativas, estéticas, emocionales, materiales y técnicas. La capacitación para realizar correctamente los planos técnicos necesarios, seleccionar los materiales más adecuados y especificar el proceso productivo, localizando los profesionales y presupuestos de ejecución. La adecuación del resultado a las tendencias de uso, consumo y estilos de vida actuales, como aportación original del diseñador para mejorar la vida de las personas.

Además, se tendrá en cuenta la calidad y el nivel de comunicación del trabajo a través de las memoria, panel y maqueta final, valorándose otros aspectos formales: correcta expresión, redacción y ortografía en castellano; apartados equilibrados y completos en cuanto a contenido; calidad en la maquetación gráfica, adecuada al carácter y estética del proyecto; calidad en todas las fotografías y renders; y calidad profesional en los acabados de las maquetas finales o prototipos.

El trabajo deberá incluir un apartado de investigación y otro de bocetos manuales y/o digitales.

Se valorará la coherencia entre los aspectos desarrollados en el apartado de influencias y los aplicados en el desarrollo, así como la correcta maquetación del proyecto, el cuidado en la expresión escrita y en la ortografía y el uso compositivo de tipografías y elementos gráficos de cualquier índole. Así mismo los aspectos técnicos deberán estar debidamente especificados.

En la defensa se valorarán la claridad expositiva y la estructuración de ideas, así como la capacidad de análisis y síntesis.

La incorporación de bibliografía será obligatoria. Se valorará negativamente el uso del plagio (se considerará plagio cualquier texto y/o imagen aportada en la documentación sin citar la fuente y/o el autor de esta).

La **calificación** del TFM será global y única, teniendo en cuenta todos sus contenidos y será puesta por acuerdo de la mayoría de los miembros del tribunal. El trabajo se calificará según escala numérica de 1 a 10, con un decimal. Se considerará superado el trabajo si la calificación es igual o superior a 5.

RESUMEN DEL PLAN DE ESTUDIOS

Materia	Asignatura	Contenidos	Créditos ECTS
<i>Diseño Gráfico</i>	Diseño Gráfico aplicado a envases y embalajes	- Los elementos básicos del diseño gráfico aplicados al diseño de envases y embalajes - Tipografía - Color - Imagen: Ilustración, fotografía e infografía - La marca y el factor de identidad en el diseño de envases y embalajes - Concepto y métodos de configuración de la identidad e imagen visual corporativa - La arquitectura de marca - Creación de nombres y marcas - La identidad corporativa y la identidad del producto - Packaging, envase y embalaje. Formatos, soportes y materiales - El valor comunicativo del envase - Características específicas del diseño gráfico aplicado al packaging - El diseño integral de packaging - El diseño emocional	6
<i>Materiales y Tecnología aplicados al diseño de packaging</i>	Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción	*El envase flexible *El envase rígido y semirígido *Materiales troquelables *Materiales básicos. *Preimpresión e impresión *Rentabilidad, reutilización y reciclabilidad. - Procesos de industrialización: Tecnología, maquinaria y herramienta.	6
	Estructuras y sistemas	- Sistemas estructurales: - componentes básicos - ligereza y plegabilidad - tipos de estructuras: esfuerzos y refuerzos - divisores, flecados y retículas - métodos de cierre: comunes y específicos - Tipologías: cajas, bandejas y otros formatos - Aplicaciones básicas: - según función, número y constitución - según entornos de uso: disposiciones espaciales y puntos de venta - Optimización de recursos - Glosario técnico	4
	Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging	1.- Creación de propuestas geométricas adecuadas al packaging mediante programas de modelado 3D. 2.- Herramientas de desarrollo y desdoble aplicadas al modelado tridimensional. Del 3D al 2D. 3.- Creación de imágenes bidimensionales (logos y etiquetas) mediante dibujo vectorial y de mapa de bits. Aplicación de estas imágenes a soportes tridimensionales. Mapeados. 4.- Creación de planos de montaje acotados y a escala (reducida y real). 5.- Creación de embalajes reales a través de la impresión de los desarrollos generados y posterior plegado y montaje de los volúmenes planteados. 6.- Aplicación de materiales, iluminación y renderizado a las propuestas creadas. 7.- Animación del proceso de creación, plegado y montaje de las propuestas. 8.- Creación de documentos finales interactivos que integren los procesos de idea, desarrollo, montaje y acabados de las propuestas.	6
<i>Historia</i>	Historia del Packaging	Antecedentes del diseño de Packaging. El camino hacia la industrialización. S.XIX. El diseño del S.XX. Vanguardias. 2ª mitad del S.XX. El diseño de packaging en el cambio de milenio. Diseñadores y tendencias. Diseño, innovación tecnológica y ecodiseño.	4

Proyectos de Diseño integral de Packaging	Diseño integral de Packaging para la industria vitivinícola	- Introducción. Diseño integral de Packaging para el sector vitivinícola y actividad proyectual. - Procedimientos creativos y sistemas de producción. - Packaging y Merchandising propios del sector vitivinícola. Formatos, soportes y materiales. - Definición y realización de proyectos de diseño integral de Packaging específicos para el ámbito del sector vitivinícola. - Investigación - Naming - Estrategia comunicacional - Desarrollo del programa de Diseño Integral de Packaging - Implementación - Exhibición e identificación del producto: - Arquitectura comercial. Espacio caliente. Stands. Eventos efímeros.	6
	Diseño integral de Packaging para la industria alimentaria	- Introducción. Diseño integral de Packaging para el sector alimentario y actividad proyectual. - Procedimientos creativos y sistemas de producción. - Packaging y Merchandising propios del sector alimentario. Formatos, soportes y materiales. - Características específicas del diseño gráfico aplicado al Diseño integral de Packaging. - Definición y realización de proyectos de diseño integral de Packaging específicos para el ámbito del sector alimentario. - Investigación - Naming - Estrategia comunicacional - Desarrollo del programa de Diseño Integral de Packaging - Implementación - Exhibición e identificación del producto: - Arquitectura comercial. Espacio caliente. Stands. Eventos efímeros.	6
Marketing	Marketing. La estrategia empresarial Consumo, empresa y mercado	- Proceso de investigación comercial: Metodologías y técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa. Planificación y estrategias comerciales. Estudio del comportamiento del cliente. - Imagen de marca. Políticas comerciales. - Técnicas de comunicación y negociación. - Branding. Gestión del proceso de diseño. Formulación de la estrategia de diseño. Estrategias de marca a través del diseño. Ventaja competitiva basada en el diseño. Gestión de la implantación del diseño. Técnicas para medir el éxito del diseño. - Concepto de Producto: Clasificación y dimensión del Producto. - Organización y gestión de la cartera: Calidad. Ciclo de vida del producto - Marca, envase y etiqueta. Nuevos productos. Desarrollo de nuevos productos	4
Prácticas externas		Conjunto de actividades a realizar durante el periodo de prácticas	8
Trabajo fin de Máster		Descripción del proyecto - Fase de investigación - Influencias - Históricas - Conceptuales - Estéticas - Bocetos - Desarrollo - Datos Técnicos	10
			60

PLANIFICACIÓN TEMPORAL		
Diseño gráfico aplicado a envases y embalajes	Primer semestre	6 ECTs
Estructuras y sistemas	Primer semestre	4 ECTs
<i>Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging</i>	Primer semestre	6 ECTs
<i>Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción</i>	Primer semestre	6 ECTs
Historia del Packaging	Primer semestre	4 ECTs
Marketing. La estrategia empresarial. Consumo, empresa y mercado	Primer semestre	4 ECTs
Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria	Segundo semestre (Horario matutino)	6 ECTs
Diseño Integral de Packaging para la industria Vitivinícola	Segundo semestre (Horario matutino)	6 ECTs
Prácticas externas	Segundo semestre (Horario vespertino)	8 ECTs
Trabajo Fin de Máster	Segundo semestre (Horario vespertino)	10 ECTs

ASIGNATURAS	COMPETENCIAS BÁSICAS													
	CB1	CB2	CB3	CB4	CB5	CB6	CE1	CE2	CE3	CE4	CE5	CE6	CE7	CE8
Diseño Gráfico aplicado a envases y embalajes	X		X				X				X		X	
Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción	X	X		X		X			X	X	X	X	X	
Estructuras y sistemas	X	X		X	X				X	X	X			
Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging	X			X	X		X		X				X	
Historia del Packaging		X	X	X										X
Diseño integral de Packaging para la industria vitivinícola			X		X	X	X	X	X		X		X	X
Diseño integral de Packaging para la industria alimentaria			X		X	X	X	X	X		X		X	X
Marketing. La estrategia empresarial. Consumo, empresa y mercado		X	X	X						X		X	X	
Prácticas Externas	X	X	X	X			X	X		X		X	X	
Trabajo Fin de Máster	X	X	X	X			X		X		X		X	X

SISTEMA DE EVALUACIÓN GENERAL

PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN	INDICADORES DE CALIDAD
Actividades relativas a las primeras fases del proyecto	Capacidad de análisis y síntesis Presentación según el formato Estructura los contenidos Responde a los contenidos exigidos Planificación y organización del tiempo Creatividad Entrega dentro del plazo
Asistencia y participación activa en el aula	Respeto por sus compañeros Nivel de reflexión Emitir juicios de valor cualitativos y cuantitativos Capacidad crítica y autocrítica Disposición y actitud Muestra interés y participa
Trabajo / Proyecto	Presentación según el formato Entrega dentro del plazo Claridad expositiva Estructura los contenidos Responde a los contenidos exigidos Originalidad y creatividad Calidad profesional Orden Corrección ortográfica Definición del objetivo de la propuesta Fidelidad del resultado con el objetivo de la propuesta Utilización de diferentes recursos Viabilidad
Defensa del trabajo / proyecto	Comunicación correcta de las ideas en un lenguaje adecuado Claridad expositiva y estructuración de ideas Calidad en la presentación y documentación

6. PERSONAL ACADÉMICO

6.1. PROFESORADO Y OTROS RECURSOS HUMANOS NECESARIOS Y DISPONIBLES PARA LLEVAR A CABO EL PLAN DE ESTUDIOS PROPUESTO

La Escuela Superior de Diseño de La Rioja cuenta con una plantilla docente con la cualificación y experiencia necesaria para impartir de modo adecuado los contenidos del Máster y guiar al alumnado en su proceso de aprendizaje orientado a la especialización académica y/o profesional. Además, dado el perfil profesional del Máster, está previsto incorporar profesores especialistas de reconocido prestigio profesional capaces de ayudar a los estudiantes a alcanzar las competencias y objetivos determinados en el plan de estudios.

6.1.1. DOCENTES DISPONIBLES

La Escuela Superior de Diseño de La Rioja dispone en la actualidad de una plantilla de 40 profesores, número que se ha mantenido estable durante los 5 últimos cursos académicos. Dicha plantilla está compuesta en su totalidad por profesores del cuerpo de artes plásticas y diseño con experiencia profesionales en la docencia que oscilan entre los 25 y los 3 años de dedicación profesional.

Categorías académicas del profesorado disponible.: 8% de catedráticos de artes plásticas y diseño, 45% de profesores funcionarios de carrera y 55% de profesores interinos.

Número total de personal académico a tiempo completo y porcentaje de dedicación al Título: 90% de personal a tiempo completo.

Número total de personal académico a tiempo parcial y horas/semanas de dedicación al Título: 10% de personal a tiempo parcial.

Experiencia docente como profesor de artes plásticas y diseño: más de 10 años: 67%, de 5-10 años: 15%, menos de 5 años: 18%

La plantilla está distribuida en siete departamentos de los que se detalla la siguiente información.

- Departamento de arte: compuesto por profesores de las especialidades de historia del arte, inglés y organización industrial y legislación.
- Departamento de medios audiovisuales: compuesto por profesores de las especialidades de medios audiovisuales, fotografía, y maestro de taller de fotografía y procesos de reproducción.
- Departamento de diseño gráfico: compuesto por profesores de las especialidades de diseño gráfico y maestro de taller de grabado.

- Departamento de diseño de interiores: compuesto por profesores de las especialidades de diseño de interiores y dibujo y color.
- Departamento de diseño de producto: compuesto por profesores de las especialidades de diseño de producto, volumen, y maestro de taller de técnicas cerámicas.
- Departamento de diseño de moda: compuesto por profesores de las especialidades de diseño de moda y maestro de taller de patronaje.
- Departamento de materiales: compuesto por profesores de la especialidad de materiales y tecnología: diseño.
- Departamento de medios informáticos: compuesto por profesores de la especialidad de medios informáticos.

6.1.1.1. Profesores adscritos al Máster:

El Artículo 20 de Real Decreto 1614/2009 determina los *Requisitos para ejercer la docencia en las enseñanzas artísticas superiores*.

1. Los centros de enseñanzas artísticas superiores contarán con la estructura docente necesaria para la organización y desarrollo de enseñanzas conducentes a los títulos de graduado y a los títulos de Máster en enseñanzas artísticas, así como a los estudios de doctorado propios de las enseñanzas artísticas según los convenios de las Administraciones educativas con la universidades y el fomento de programas de investigación en el ámbito de las disciplinas que les son propios.

2. Cuando un centro de enseñanzas artísticas superiores imparta estudios de Máster, al menos un 15 por 100 del personal docente que vaya a impartir dichos estudios deberá hallarse en posesión del título de Doctor.

3. Para ejercer la docencia de las enseñanzas artísticas superiores será necesario estar en posesión del título de Graduado, Licenciado, Ingeniero o Arquitecto, o titulación equivalente a efectos de docencia, sin perjuicio de la habilitación de otras titulaciones que, a efectos de docencia, pudiera establecer el Gobierno para determinadas materias, previa consulta a las Comunidades Autónomas.

4. En la regulación de las enseñanzas artísticas superiores el Gobierno, previa consulta a las comunidades autónomas, podrá incluir otras exigencias para el profesorado que las asuma, derivadas de las condiciones de inserción de estas enseñanzas en el marco de la educación superior

5. Excepcionalmente, para determinadas materias de las enseñanzas artísticas superiores se podrán incorporar como profesores especialistas a profesionales, no necesariamente titulados, que ostenten la necesaria cualificación profesional y desarrollen su actividad en el ámbito laboral o tengan nacionalidad extranjera, de conformidad con su cualificación y las necesidades del sistema educativo.

Dicha incorporación se realizará en régimen laboral o administrativo de acuerdo con la normativa que resulte de aplicación.

6. Para estas enseñanzas el Gobierno, previa consulta a las comunidades autónomas, establecerá la figura de profesor emérito.

Está previsto que el personal docente adscrito al Máster se concrete en colaboración con la Consejería de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno de La Rioja.

6.1.1. DOCENTES DISPONIBLES

DEPARTAMENTOS RESPONSABLES DE LA DOCENCIA

Departamento de Diseño Gráfico y Departamento de Diseño de Producto

DOCENTES RESPONSABLES Y COORDINADORAS DEL MÁSTER

Mónica Yoldi López, Funcionaria de carrera (Profesora titular de Diseño Gráfico), Jefa del Departamento de Diseño Gráfico y Doctora en Bellas Artes.

Beatriz Fernández Ferrer, Funcionaria de carrera (Profesora titular de Diseño de Producto), Jefa del Departamento de Diseño de Producto, con D.E.A. en Bellas Artes.

DOCENTES DE LA ESCUELA SUPERIOR DE DISEÑO CON COMPETENCIA DOCENTE

	FUNCIONARIOS DE CARRERA	FUNCIONARIOS INTERINOS	DOCTORES	EN PROCESO DE OBTENER EL TÍTULO DE DOCTOR	CATEDRÁTICOS
Departamento de Diseño Gráfico	3	3	2	2	
Departamento de Diseño de Producto	4	2	1	2	
Departamento de Medios Informáticos	4	2	1	1	
Departamento de Medios Audiovisuales	2			1	
Departamento de Arte	1	3	1		1
Departamento de Materiales y Tecnología		3			

La Esdir dispone de personal suficiente para cumplir la relación numérica profesor/alumno que será como máximo 1/20 en las clases teóricas y 1/10 alumnos por grupo en las clases teórico-prácticas y en los talleres, según especifica el RD303/2010 en su artículo 30.

PERFILES DOCENTES IDÓNEOS PARA LA IMPARTICIÓN DEL MASTER

ASIGNATURAS	Especialidad	Requisitos específicos
Diseño Gráfico aplicado a envases y embalajes	Diseño Gráfico	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, DISEÑO, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS. - DOCTOR. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS. - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA
Materiales, soportes, técnicas de impresión y producción	Materiales Diseño de Producto	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, INGENIERO, ARQUITECTO. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS. - DOCTOR. - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA
Estructuras y sistemas	Materiales	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, INGENIERO, ARQUITECTO. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS. - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA
Tecnología Digital aplicada al desarrollo de Packaging	Medios informáticos	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, INGENIERO, ARQUITECTO, INFORMÁTICO. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS. - DOCTOR - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA - INGLÉS NIVEL B2
Historia del Packaging	Historia del Arte	- LICENCIADO/GRADUADO EN HISTORIA DEL ARTE, BELLAS ARTES. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS.
Diseño integral de Packaging para la industria vitivinícola	Diseño Gráfico Diseño de Producto	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, DISEÑO, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, INGENIERO. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS - DOCTOR - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA - INGLÉS NIVEL B2
Diseño integral de Packaging para la industria alimentaria	Diseño Gráfico Diseño de Producto	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, DISEÑO, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, INGENIERO. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA - INGLÉS NIVEL B2
Marketing. La estrategia empresarial. Consumo, empresa y mercado	Organización y Legislación	- LICENCIADO/GRADUADO EN DERECHO, ECONÓMICAS, CIENCIAS DEL TRABAJO, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS., COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS. - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA
Prácticas Externas	Diseño Gráfico Diseño de Producto	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, DISEÑO, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, INGENIERO. - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA - EXPERIENCIA COMO TUTOR DE PRÁCTICAS ACADÉMICAS EXTERNAS
Trabajo Fin de Máster	Diseño Gráfico Diseño de Producto Materiales	- LICENCIADO/GRADUADO EN BELLAS ARTES, DISEÑO, PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, INGENIERO., ARQUITECTO - EXPERIENCIA DOCENTE NO INFERIOR A 5 AÑOS - EXPERIENCIA O COLABORACIÓN CON EL MUNDO EMPRESARIAL EMPRESA PRIVADA

PERFILES DOCENTES CON LOS QUE CUENTA LA ESDIR PARA LA IMPARTICIÓN DEL MASTER

Diseño Gráfico

. Profesora con 12 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de diseño gráfico. Funcionaria de carrera.

En posesión de título de doctora.

Asignaturas impartidas:

Proyectos de Diseño Gráfico.

Acabados y artes Finales.

Tecnología de Artes Gráficas.

Tutor de Prácticas Académicas Externas.

Tutor de Trabajo de Fin de Estudios.

Nivel de inglés: C1 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

Línea de investigación: estudia los vínculos entre arte y diseño para la creación aplicaciones gráficas.

Diseño Gráfico

. Profesora con 10 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño. Funcionaria de carrera.

En posesión de título de doctora.

Asignaturas impartidas:

Proyectos de Diseño Gráfico.

Composición.

Tecnología de Artes Gráficas.

Tutor de Trabajo de Fin de Estudios.

Línea de investigación: Ámbito de la identidad corporativa y del marketing cultural.

Diseño de Producto

. Profesor con 9 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de **diseño de producto**. Funcionario interino.

En posesión de título de doctor.

Asignaturas impartidas:

Proyectos de Diseño de Producto.

Composición.

Comunicación y presentaciones profesionales.

Diseño de envases y embalajes para la industria vitivinícola.

Tutor de Prácticas Académicas Externas.

Tutor de Trabajo de Fin de Estudios.

Línea de investigación: Estudia y elabora materiales aplicados a membranas y revestimientos.

Diseño de Producto

. Profesora con 11 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de diseño de Producto. Funcionaria de carrera.

Asignaturas impartidas:

Proyectos de Diseño de Producto.

Proyectos de envases y embalajes.

Diseño de envases y embalajes para la industria del calzado.

Tutor de Trabajo de Fin de Estudios.

Diseño de Producto

. Profesora con 9 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de diseño de Producto. Funcionaria interina.

Asignaturas impartidas:

Proyectos de Diseño de Producto.

Diseño de envases y embalajes para la industria del calzado.

Tutor de Trabajo de Fin de Estudios.

Nivel de inglés: B2 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

Materiales

. Profesor con 5 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de Materiales. Funcionario interino.

Asignaturas impartidas:

Materiales y tecnología.

Ciencia aplicada al diseño.

Técnicas de producción y montaje.

Tutor de Trabajo de Fin de Estudios.

Nivel de inglés: B2 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

Línea de investigación: impresión de superficies y acabados con diversas tecnologías.

Materiales

. Profesor con 6 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de Materiales. Funcionario interino.

Asignaturas impartidas:

Estructuras y sistemas.

Técnicas de producción y montaje.

Tribunal de Trabajo de Fin de Estudios.

Nivel de inglés: B2 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

Medios informáticos

. Profesor con 10 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de medios informáticos. Funcionario interino.

En posesión de título de doctor.

Asignaturas impartidas:

Tecnología Digital.

Multimedia.

Papercraft. Modelado en papel y cartón asistido por ordenador.

Tutor de Trabajo de Fin de Estudios.

Nivel de inglés: B2 del Marco Común Europeo de referencia para las lenguas.

Línea de investigación: Didáctica del diseño Gráfico y aplicaciones multimedia.

Historia del Arte

. Profesora con 27 años de experiencia docente en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño en la especialidad de Historia del Arte y del Diseño. Funcionaria de carrera.

Catedrática de Historia del Arte.

Asignaturas impartidas:

Historia del Diseño.

Historia de las Artes y del Diseño.

Tribunal de Trabajo de Fin de Estudios.

Línea de investigación: Historia del diseño contemporáneo.

Organización y Legislación

. Profesora con experiencia profesional de 5 años en el Formación y Orientación Laboral. Funcionaria interina.

Asignaturas impartidas:

Gestión del diseño.

Comunicación y marketing.

Formación y orientación laboral.

Tutor de Prácticas Académicas Externas.

El porcentaje de doctores en el núcleo Básico de profesorado de este Máster es del 40%

6.1.3 OTROS RECURSOS HUMANOS DISPONIBLES

La Escuela Superior de Diseño de La Rioja cuenta con una plantilla de personal de administración y servicios adecuada al tamaño de la misma y que participará en el desarrollo de las actividades del Máster.

Administrativa: Maria Soledad Pascual Andrés

Auxiliar administrativo: Julio Alonso Manrique

Ordenanza: José Antonio Montoya Villar

Ordenanza: Maria Pilar Villodas Galilea

Responsable de biblioteca: Alfonso Valenciano

TICs: Ramón Hernández Alonso

Actividades extraescolares: Miguel Roperó Pérez de Albéniz

6.1.2. OTROS RECURSOS DOCENTES DISPONIBLES

Talleres, seminarios y conferencias impartidos por especialistas y expertos invitados.

6.1.3. PERSONAL PROFESIONAL DE APOYO DISPONIBLE

Contamos con el siguiente personal profesional de apoyo:

. Agencia de Diseño:

Moruba

Experiencia:

Moruba son Daniel Morales y Javier Euba. Dos diseñadores incapaces de no entusiasmarse con cada uno de sus trabajos y que no se conforman con encontrar la mejor solución formal, además consiguen que ésta se sostenga en un concepto sólido. Cuando su pasión por el diseño se encuentra con la plena confianza de sus clientes, se produce la mejor de las conjunciones: trabajos que trascienden su objetivo inicial y terminan siendo reconocidos con premios nacionales e internacionales y publicados en libros y revistas.

Premios:

Red Dot. Berlin, 2014 Red Dot. Packaging, One Show. New York, 2014 Lapiz de Plata. Packaging, D&AD. London, 2014 In book. Packaging, 2013 In book. Packaging, Pentawards. Belgium, 2014 Plata. Packaging, 2013 Oro. Packaging, 2012 Plata. Packaging, Dieline Package Design Awards, 2014 1º puesto. Packaging, 2013 2º puesto. Packaging, 2013 3º puesto. Packaging, ADC*E Awards. Barcelona, 2012 Nominación. Identidad, 2011 Nominación. Packaging, AIGA. New York, 2011 365: AIGA Design Effectiveness. Packaging, 2009 365: AIGA Annual. Packaging, Best Pack. Barcelona, 2010 Plata. Packaging de vino, 2008 Plata. Packaging de vino, FAB Awards. London, 2011 FAB Award Packaging, Harpers Design Awards. London, 2012 Oro. Mejor diseño de producto, 2012 Oro. Familia, 2012 Plata. Vino tinto, Laus. Barcelona, 2014 Oro. Packaging, 2014 Plata. Packaging, 2014 Bronce. Packaging, 2013 Plata. Packaging, 2013 Plata. Packaging, 2013 Plata. Packaging, 2013 Bronce. Naming, 2013 Bronce. Naming, 2013 Bronce. Identidad, 2013 Bronce. Packaging, 2013 Bronce. Packaging, 2013 Bronce. Packaging, 2012 Plata. Sistema visual, 2012 Plata. Identidad, 2012 Bronce. Dirección de arte, 2012 Bronce. Packaging, 2011 Plata. Dirección de arte, 2011 Bronce. Packaging, 2011 Bronce. Gráfica aplicada, 2011 Bronce. Identidad, 2011 Bronce. Sistema visual, 2009 Bronce. Packaging

Toormix,

Creado en 2000 en Barcelona por Ferran Mitjans y Oriol Armengou, toormix es un estudio de diseño enfocado a las ideas y con una clara vocación por la innovación y el trabajo en red que trabaja para clientes nacionales e internacionales, ya sean grandes o pequeños. Nuestro portafolio, las conferencias y workshops que nos invitan a hacer en diferentes países y nuestra labor docente en diversas escuelas de diseño avalan nuestra trayectoria profesional. Además, parte de nuestros proyectos han sido publicados en varias publicaciones y hemos participado en exposiciones de varios países.

Desde el año 2012 invertimos parte de nuestro tiempo en el taller, un espacio paralelo al estudio creado con el objetivo de estimular el desarrollo de nuevos procesos, facilitar la investigación creativa,

formal y de pensamiento y donde establecer nuevas metodologías de trabajo con el cliente. Un laboratorio de ideas en el que aprender, crecer profesionalmente y enriquecer los proyectos futuros.

Compuesto por:

Imma Padilla

Con formación en publicidad y dirección de empresas, apoya en la gestión de proyectos así como en tareas relacionadas con estrategia de comunicación y redacción creativa. La avalan más de 20 años de experiencia.

Gerard Marin

Diseñador gráfico con experiencia en varios estudios de diseño de Barcelona. Forma parte del equipo de toormix desde 2011

Albert Trulls

Diseñador gráfico con experiencia en estudios de diseño y agencias de publicidad de Barcelona. Forma parte del equipo de toormix desde 2013.

Dorian⁷¹.

Dorian es un estudio de diseño y comunicación gráfica ubicado en la ciudad de Barcelona. Creado en el año 2009 por Gaëlle Alemany y Gabriel Morales, dos profesionales con una dilatada y consolidada trayectoria, aporta a empresas e instituciones soluciones de comunicación que tienen como ejes principales la búsqueda de la excelencia y la voluntad de que los proyectos perduren en el tiempo. Especializado en identidad corporativa, diseño editorial y packaging, Dorian desarrolla minuciosamente cada proyecto sobre un concepto sólido trabajado a medida del encargo y prestando una especial atención en los pequeños detalles.

Premios

· Graphis:

Mérito Packaging, Typography 3, 2015

· Laus Awards:

Shortlist, Unidad o línea de pack y/o etiqueta, 2015. Plata, Unidad de pack y/o etiqueta, 2012. Plata, Línea de packs y/o etiqueta, 2012

· German Design Award:

Mención Especial, 2014

· European Design Awards:

Plata, Packaging Bebidas Alcohólicas, 2012

· The Dieline Awards:

3er Puesto, Vino y Champagne, 2012

⁷¹ Ver experiencia profesional en el apartado 2.2.2.

Actividades, conferencias y talleres

- Jurado Premios Laus - Categoría Diseño Gráfico, 2014
- Workshop packaging de vino, Escuela Superior de Diseño de La Rioja, 2013
- Charla Behance Portfolio Review 2º Ed., Fábrica Moritz Barcelona, 2012
- Conferencia Jueves de Diseño 2011, Escuela Superior de Diseño de La Rioja, 2011

Prensa (libros, revistas y TV)

· GD4 - Graphic design for wine, Lettera Ventidue, 2015 · Elle Gourmet (Revista - España), Primavera, 2015 · Creative Anarchy, How Books, 2015 · Nuevo Estilo (Revista - España), Nº 441, 2014 · Laus 2014, Penguin Random House & ADG-FAD, 2014 · CITIX60 Barcelona, Victionary, 2014 · Basic Poster, Index Book, 2014 · German Design Award 2014, German Design Council, 2014 · On Diseño (Revista - España), Nº 340, 2014 · TimeOut Barcelona (Revista - España), Nº 300, 2014 · Unpack Me!, Sandu, 2013 · Global Innovation Report, Nº 50, GDR Creative Intelligence, 2013 · Basic Type, Index Book, 2013 · cedit (Revista - España), Nº 37, 2013 · Design Portfolio, Rockport, 2013 · European Design Awards 2012, European Design Ltd, 2013 · Design and Design: Book of the Year - Vol. 5, Index Book, 2012 · Basic Stationary, Index Book, 2012 · Good Idea Two, Hightone Design Book, 2012 · Design: Type, Rockport, 2012 · International Design Yearbook 2012, Mdxbook, 2012 · Laus 2012, ADG-FAD, 2012 · DesignNet (Revista - Korea del Sur), Nº 1.1790, 2012 · We invite you, Monsa, 2012 · Choi's Package Vol. 4, Choi's Gallery, 2012 · News Packaging (Revista - España), Nº 1, 2012

. Diseñadores:

Eduardo del Fraile,

Es un diseñador gráfico nacido en Valladolid, España. Completó sus estudios de diseño gráfico en la Escuela Elisava de Barcelona y en la HDK de Gotemburgo (Suecia). Se ha especializado en identidad corporativa, packaging y el diseño de libros, y también ha colaborado en diferentes proyectos medioambientales. Su filosofía de trabajo consiste en "cocinar" sus proyectos "a fuego lento", creando una base sólida y tratando de generar valor que surgirá un sentimiento positivo en cada proyecto. Ha desarrollado la campaña gráfica de los Premios Laus 2009, además de haber participado como miembro del jurado en diversos premios de diseño internacionales. Ha publicado obras y publicaciones en más de 25 empresas editoriales y ha obtenido más de 60 premios de diseño.

Raquel Pelta

Es historiadora del diseño, la mejor... Es doctora por la Universidad de Barcelona, licenciada en Geografía e Historia por la UNED y licenciada en Comunicación Audiovisual. Ha recibido el Premio Extraordinario de la Universidad de Barcelona por su tesis doctoral "Diseño y diseños gráficos, 1984-1999". Actualmente es profesora de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona y profesora de Elisava. Fue directora de "Visual", revista de diseño y comunicación. Es una mujer hiperactiva con un curriculum impresionante, que era capaz de viajar, escribir y dar clase a la vez en Segovia, Madrid y Barcelona todas las semanas. Ha sido profesora de la Facultad de Publicidad y

Relaciones Públicas del Colegio Universitario de Segovia, adscrito a la Universidad de Valladolid, desde 1998, donde impartía la asignatura de Historia del Diseño Gráfico e Industrial; también ha sido profesora de Historia del Diseño Gráfico en el Instituto Europeo di Design de Madrid y en la Escola Elisava de Barcelona, donde imparte un curso monográfico semestral dedicado a las últimas tendencias del diseño. Ha sido profesora asociada de Tecnología de la Información Escrita en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. También ha sido profesora de Historia del Diseño en la Escuela Superior de Artes y Espectáculos (TAI) de Madrid. Comparte su actividad docente con la práctica profesional como freelance.

Ha organizado cursos sobre diseño, como los Cursos de Verano del Escorial de la Universidad Complutense de Madrid, en 1998, 1999, 2000 y 2002; Curso de Verano de la Universidad de Cuenca en 2001. Fue directora científica de las Jornadas de Diseño Motiva 2003.

Ha impartido conferencias en la Universidad de Salamanca, CEU, Fundación Pedro García Cabrera de Tenerife, Facultad de Publicidad del Colegio Universitario de Segovia, Fundación la Caixa de Vic, Premios Laus 01, Jornadas Motiva de Oviedo, Escola Industrial de Barcelona, Espai d'Art de Castellón, CAI de Zaragoza, Universidad de Málaga, CEU-Abat Oliva de Barcelona, Universidad Ramón Llull, Universidad de Barcelona, Escuela de Arte de Murcia, ESDI, Escuela de Arte nº 10 de Madrid, Fundación Antonio Pérez de Cuenca, Universidad SEK de Segovia, entre otros muchos lugares.

También, y durante unos cuantos años, ha impartido clase en el master que sobre Patrimonio, Turismo y Naturaleza, organiza anualmente la Fundación Ortega y Gasset de Madrid.

Ha formado parte del colectivo que edita la revista "Grrr". Es miembro de la redacción de la revista "Tipógrafos.com", dirigida por Chema Ribagorda y editada por Cromotex de Madrid. Ha colaborado también con Experimenta, Cuadernos Hispanoamericanos, Diseño Interior, Quad, Box (Argentina), Punto Doc (Bolivia), Visual... entre otras publicaciones, así como con la Enciclopedia Diseñar con Mariscal. Ha publicado gran número de textos en catálogos, como Los humoristas del 27, Cándido Fernández Mazas, Un móvil en la patera, Signos del siglo. 100 años de diseño gráfico en España, Seoane Grafista, Carteles entre las olas, 100 años de publicidad comercial en España, Los carteles del IVAM, ¡Ooolé! Los diseñadores españoles interpretan la fiesta taurina, entre otros.

Ha colaborado como investigadora y asesora de exposiciones, como Los humoristas del 27, Signos del siglo, y ha comisariado diversas muestras, como García Fonts 1991-2002, Diez años de tipografía independiente en España (Gijón, 2002 e itinerancias), Sin límites. Visiones del diseño actual (Zaragoza, 2003), Homenaje a Toulouse-Lautrec (Vic y Granollers, 2003) y 100% Catalán (FAD sección editorial, Nueva York, 2003).

Es vocal de la Junta Directiva de la ADG-FAD (Asociación de Diseñadores Gráficos del FAD) de Barcelona y miembro de la AEPD (Asociación Española de Profesionales del Diseño) de Madrid. Sus intereses se orientan hacia la historia del diseño gráfico actual, centrándose en las corrientes ideológicas, la relación entre diseño gráfico, política y sociedad y entre arte y diseño.

Es autora del libro Diseñar hoy y de gran número de artículos en revistas especializadas.

Como Raquel dice, el aporte de las mujeres a la Historia del Diseño Gráfico parece perderse en el vacío historiográfico; tan sólo algunas diseñadoras alcanzan hoy importancia en los medios especializados,

hecho que contrasta con el número creciente de profesionales existentes en el firmamento femenino. “Hoy vivimos y respiramos diseño. Pocas de las experiencias que valoramos en la casa, en el tiempo libre, en la ciudad o en la calle están libres de su toque alquímico. Absorbemos el diseño tan profundamente, que no reconocemos la miríada de caminos en los que nos mueve, engatusa, perturba y excita”, dice Raquel parafraseando a Rick Poynor.

Martín Azúa

Diseñador nacido en Vitoria, aunque reside en Barcelona, sus diseños ya forman parte de colecciones tan importantes como la permanente del MoMA de Nueva York, del Vitra Design Museum o del Museo de Artes Decorativas de Barcelona. En dardonews nos acercamos a conocer su trabajo, en el que defiende el desarrollo de un diseño útil y justificado.

Profesor en la Escuela Superior de Diseño Elisava (Barcelona), es licenciado en Bellas Artes en la especialidad de Diseño por la Universidad de Barcelona, y también posgraduado en Arquitectura y Diseño de Montajes Efímeros por la Universidad Politécnica de Barcelona. Concibe su área de trabajo como un valor intrínseco en el objeto, no como un extra: el diseño necesita ser reflexivo y cuidado para su optimización.

Antoine et Manuel

Antoine Audiau y Manuel Warosz se conocieron en la escuela de arte de París. Salieron de ella como pareja profesional, con el nombre de Antoine+Manuel creando su taller en París en 1993. Representan la suma de dos maneras de hacer. Inquisitivos y deseando hacer frente a una gran variedad de temas con un enfoque original e innovador, el dúo ha explorado muchos caminos en diversos campos. Combinan el dibujo manual y la ilustración por ordenador con la fotografía y el diseño de tipografías. El resultado, aunque variado, posee una unidad evidente y un estilo gráfico singular.

La dirección de ambas expresiones visuales, altamente singulares y personales, funciona a veces de forma independiente y, a menudo, en combinación.

El Musée des Arts Décoratifs de París les ha dedicado en 2009 una exposición antológica de su obra, que incluye trabajos para Yale University, Christian Lacroix, Sèvres, las galerías Lafayette o Coca-Cola. El cabinet que han diseñado para Bd supone su primer trabajo dentro del mundo del mobiliario.

Matali Crasset

(1965) es una diseñadora francesa cuyo trabajo se ha caracterizado por su constante búsqueda de lo original e innovador. Llena de hipótesis más que de principios, Matali es una diseñadora polifacética. Su propuesta es crear espacios versátiles que favorezcan la interacción para evitar el condicionamiento que el uso de los muebles puede traer a nuestro entorno y a nuestra vida diaria. Ha trabajado para diseñadores como Denis Santachiara en Milán, y para Philippe Starck en París. Sus innovadoras creaciones, llenas de colores la han llevado a trabajar para firmas como Artemide, Cristal

Saint-Louis, De Vecchi, Domodinamica, Domeau & Perès, Dornbracht, Felice Rossi, Lexon, Néotu, Orangina, San Lorenzo, Swaroski, entre otros.

Sus proyectos independientes más importantes son la tienda Lieu Commun, el anexo para la BHV en París, el museo SM's en los Países Bajos y el hotel Hi, en Niza.

. Imprentas:

Argraf,

Empresa de más de 25 años de experiencia. Primer grupo español y uno de los mayores de Europa en diseño e impresión de etiquetas alimentarias, siendo líder en el sector del vino en nuestro país.

Gráficas Ochoa

Ochoa Impresores, empezó a imprimir en 1915 y ya son casi 100 años en el mundo de las artes gráficas: desde los antiguos chibaletes de madera con bandejas llenas de tipos -las letras- que colocaban uno a uno para componer cada palabra, cada frase, cada página.... hasta la moderna impresión digital, que les permite personalizar tiradas desde un ejemplar.

Comenzaron en una pequeña imprenta en el centro de Logroño y ahora están en una nave de 5.000 m2 equipada con la mejor tecnología: 14 cuerpos de máquinas de impresión, torre de barniz, impresión en UVI, plegadoras, encuadernadoras, troqueladoras, estampadoras y la más avanzada tecnología informática. Imprimen en papel y también en otros soportes como plástico, materiales laminados, etc...

Y desde hace muchos años tiene sede también en Soria.

La mejor tecnología es importante, pero no sería nada sin el equipo humano que la hace funcionar y hace realidad cada trabajo con su experiencia, profesionalidad y dedicación. Llevan a cabo proyectos estará con especialistas en maquetación y artes finales, impresión, acabados, comercial y logística.

Repro Centro y Repro Estudio⁷².

En unas instalaciones de más de 1.500 m2 y tecnología de impresión digital de última generación, su trabajo abarca desde el procesado de la imagen digital, hasta su aplicación en espacios concretos (suelos, paredes, fachadas, escaparates...); así como la impresión sobre todo tipo de soportes y el montaje final, ya sea un espacio exterior, museo, feria, hotel, casa particular, o edificio institucional. Los proyectos a medida aportan valor añadido y diferencian de la competencia.

Con un equipo joven y cualificado, apuestan por el respeto al medio ambiente y la salud de las personas utilizando procesos de gestión y sistemas de impresión no contaminantes.

⁷² Ver experiencia profesional en el apartado 2.2.2.

6.1.4. MECANISMOS DE QUE SE DISPONE PARA ASEGURAR LA IGUALDAD ENTRE HOMBRES Y MUJERES, Y LA NO DISCRIMINACIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

La Consejería de Educación, Cultura y Turismo es el órgano competente de los procedimientos de selección y contratación del personal docente que imparte docencia en el Máster. Estos procedimientos garantizan el respeto tanto a los principios y medidas previstos en los Capítulos I, II y III del Título V de la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, como a las disposiciones concordantes de la Ley 7/2007, de 12 de abril, del Estatuto Básico del Empleado Público.

7. RECURSOS MATERIALES Y SERVICIOS

7.1 JUSTIFICACIÓN DE LA ADECUACIÓN DE LOS MEDIOS MATERIALES Y SERVICIOS DISPONIBLES

La Escuela Superior de Diseño de La Rioja, con el apoyo de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno de La Rioja, pone a disposición de las enseñanzas de Máster las instalaciones necesarias para su correcta implantación y desarrollo de acuerdo con las metodologías de enseñanza-aprendizaje previstas. Ello incluye el uso de las instalaciones en cuanto a aulas, seminarios,

departamentos, aulas específicas, laboratorios, talleres, etc. destinados a la actividad docente, al trabajo autónomo de los estudiantes y al resto de actividades que se deriven de la implantación del título.

La ESDIR cuenta con los recursos materiales y de servicios suficientes para garantizar que la relación numérica profesor/alumno será como máximo 1/20 en las clases teóricas y 1/10 alumnos por grupo en las clases teórico-prácticas y en los talleres, según especifica el RD 303/2010, en su artículo 30. Así como el equipamiento y las instalaciones necesarias para el correcto desenvolvimiento de las actividades educativas, de acuerdo con la finalidad que para estas enseñanzas se establece en el artículo 45.1 de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

El edificio que alberga la Escuela Superior de Diseño de La Rioja dispone de la infraestructura necesaria para garantizar un adecuado proceso de enseñanza-aprendizaje del *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola*. Se cuenta con aulas y talleres específicos dotados con material suficiente para el desarrollo de las clases teóricas y prácticas.

La Escuela Superior de Diseño es un edificio de cuatro plantas altamente equipado con los últimos avances en tecnología para su uso escolar. En concreto cuenta con las siguientes instalaciones:

Aulas teóricas: aulas de mediana capacidad, dotadas de equipo informático, cañones de video, sonido y cableadas para que los estudiantes puedan utilizar sus ordenadores portátiles. Se utilizan para clases magistrales a grupos completos o desdoblados, pruebas escritas y orales y presentaciones de los estudiantes.

Aulas de proyectos: aulas de capacidad media, dotadas de equipos informáticos, cañón de vídeo, sonido e instalaciones para que el alumno trabaje de forma autónoma. Se utilizan para el desarrollo de proyectos, seminarios, talleres, etc.

Aulas informáticas: aulas de uso docente dotadas de equipos informáticos fijos, cañón y sonido. Se utilizan para la docencia práctica de materias con contenido de programas informáticos tanto en entorno Mac como PC.

Biblioteca: La biblioteca de la ESDIR tiene a disposición de alumnos, profesores y público en general un fondo aproximado de 12.000 títulos distribuidos entre libros, vídeos, revistas y documentos en formato CD-Rom y DVD. La biblioteca funciona con libre acceso a los fondos y con préstamo a la comunidad educativa.

Salón de actos: salón dispuesto en escenario y butacas dotado de medios de proyección y amplificación de sonido. Se utiliza para conferencias, proyecciones, mesas redondas, reuniones amplias y actos oficiales.

Departamentos: se dispone de 6 espacios destinados al trabajo de los departamentos didácticos, en los cuales el profesorado de cada departamento puede trabajar al mismo tiempo que se utilizan para desarrollar prácticas tutoriales y de seguimiento del alumnado.

Despachos administrativos. Espacio de trabajo del personal no docente.

Dos salas de exposiciones: dos instalaciones, una de 500 m² y otra de 80 m², destinadas a la exposición de trabajos de alumnos, profesores, actividades de la comunidad educativa y de organizaciones e instituciones interesadas en ello.

Talleres especializados y equipados con el material necesario:

- Taller de grabado
- Taller de patronaje
- Plató de Fotografía
- Taller de Cerámica
- Taller de producto

Las instalaciones mencionadas cumplen con los requisitos de accesibilidad universal y de diseño para todos según lo dispuesto en la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad.

La Escuela Superior de Diseño de La Rioja cuenta con los acuerdos con empresas mencionados en el anexo 11 utilizados hasta el momento para las prácticas externas de las enseñanzas artísticas superiores en diseño. Se prevé que los acuerdos se mantengan para la realización de las prácticas incluidas en la presente propuesta de Máster.

Otros recursos materiales

Aparte de las infraestructuras y dotaciones ubicadas en espacios concretos de docencia aprendizaje, existe un material diverso que puede ser utilizado por profesorado y estudiantes en su actividad en el Centro. El uso de este material es controlado por el servicio de Conserjería del centro mediante un sistema establecido que incluye el compromiso para una utilización adecuada por parte de la usuaria/o. En el caso de los talleres, se cuenta también con la supervisión del maestro de taller que controla el uso adecuado de los materiales e instalaciones.

La Escuela Superior de Diseño cuenta con las instalaciones TIC necesarias para la impartición de la docencia y resto de actividades formativas. Como recursos más relevantes podemos mencionar los siguientes:

- Página web con la información actualizada y dinámica, que se utiliza para la difusión de las actividades así como de la oferta docente del centro.
- Presencia en las redes sociales: Facebook y twitter.

- Internet de banda ancha.
- Conexión inalámbrica a Internet, servicio al que todos los miembros de la comunidad educativa tienen acceso.
- Firewall.
- Servidor .

B) RECURSOS MATERIALES PROPIOS DE LA ORGANIZACIÓN DEL MÁSTER

Además, existen una serie de prácticas llevadas a cabo por el personal no docente de la Emdir (técnicos informáticos y de mantenimiento) que tienen el objetivo de garantizar el mantenimiento de las instalaciones y equipos. Entre ellas destacan:

- Revisión de los sistemas informáticos.
- Actualización del software.
- Mantenimiento de equipos e impresoras.
- Instalación de periféricos.
- Reparación de ordenadores y periféricos.
- Coordinación del servidor.
- Servicio telemático de asistencia al profesorado.
- Adquisición de hardware y software.

Convenios con instituciones y empresas para la realización de las prácticas externas: Ver Anexo 11 (Listado de acuerdos de la ESDIR con empresas).

8. RESULTADOS PREVISTOS

8.1. VALORES CUANTITATIVOS ESTIMADOS PARA LOS INDICADORES Y SU JUSTIFICACIÓN

Según el índice de matriculación de la escuela durante el último curso escolar y la tasa de egresados, se estima que las tasas de graduación, abandono y eficiencia sean las siguientes.

TASA DE GRADUACIÓN: 90%

TASA DE ABANDONO: 10%

TASA DE EFICIENCIA: 90%

Ya que no se cuenta con experiencia previa en la impartición de postgrados en la Escuela Superior de Diseño de La Rioja, **estos datos aportados** se infieren del perfil del alumnado al que se dirige el Máster, del control en el proceso de acceso y admisión, y la duración del Máster. La experiencia previa del centro en los estudios equivalentes -a todos los efectos a grado- indica que la incorporación al mercado laboral, o circunstancias personales / familiares imprevistas, pueden hacer que un reducido porcentaje del alumnado no se gradúe y abandone los estudios. **No obstante, se trata de alumnos muy motivados, que son conscientes de la aportación y mejora a su futuro profesional.**

8.2. PROGRESO Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El proceso de enseñanza-aprendizaje se realizará a través del seguimiento periódico de los estudios, así como de una valoración final cuando el Máster se acabe de impartir. El seguimiento será realizado por la comisión académica del título, informando de los resultados a los diversos órganos de gestión del centro. A tal fin se tendrán en cuenta dos tipos de indicadores:

- Indicadores de rendimiento académico (tasa de éxito, tasa de eficiencia, rendimiento, abandono, etc.)
- Indicadores de eficacia del Máster en cuanto a la inserción en el mercado laboral de los alumnos que lo han cursado.

Tras la evaluación de dichos indicadores, la comisión tiene previsto elaborar dos tipos de informes de carácter anual:

1. Informe sobre la calidad de los instrumentos de evaluación del rendimiento de los estudiantes. En él se analizará el funcionamiento de cada instrumento utilizado en cada una de las materias, de forma que se disponga de un control de calidad de las técnicas de evaluación que se utilizan por parte del profesorado.
2. Informe sobre los resultados del aprendizaje. Se realizará un estudio de carácter anual en el que incluirá la información sobre los resultados, así como un análisis de los factores asociados al aprendizaje. Se trata, pues, de realizar un estudio periódico acerca de la adquisición de competencias, incluida la información sobre las prácticas externas y el trabajo fin de Máster.

La evolución anual del alumnado se llevará a cabo a través de cuestionarios realizados por los responsables de las materias. Tanto la información recabada como los informes realizados se tendrán en cuenta una vez finalice la primera promoción del Máster para controlar la calidad del mismo e implementar las mejoras que se consideren oportunas.

9. SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL TÍTULO

La calidad y la evaluación de los Títulos de enseñanzas artísticas superiores se regulan en el Artículo 19 del Real Decreto 1614/2009:

1. Las Administraciones educativas impulsarán sistemas y procedimientos de evaluación periódica de la calidad de estas enseñanzas. Los criterios básicos de referencia serán los definidos y regulados en el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior. Para ello, los órganos de evaluación que las Administraciones educativas determinen, en el ámbito de sus competencias, diseñarán y ejecutarán en colaboración con los Centros de enseñanzas artísticas superiores los planes de evaluación correspondientes.
2. La evaluación de la calidad de estas enseñanzas tendrá como objetivo mejorar la actividad docente, investigadora y de gestión de los centros, así como fomentar la excelencia y movilidad de estudiantes y profesorado.

9.1 RESPONSABLES DEL SISTEMA DE GARANTÍA DE CALIDAD DEL PLAN DE ESTUDIOS

La comisión de calidad de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja será la responsable de gestionar, coordinar y realizar el seguimiento del sistema de garantía interno de calidad del nuevo plan de estudios. Dicha comisión está compuesta por:

- dos representantes del alumnado
- dos representantes del profesorado del Máster
- un representante de la Consejería de Educación, Cultura y Turismo del Gobierno de La Rioja
- un representante de las empresas colaboradoras
- un representante de la dirección del centro

El presidente será el representante de la dirección del centro y se contará con la participación del resto de los miembros como vocales. El resto de los agentes implicados en el título participarán de la manera indicada por la comisión, tanto profesores como estudiantes y agentes externos.

La comisión tendrá como referencia los siguientes documentos:

- *Real Decreto 1614/2009, de 26 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas artísticas superiores reguladas por la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.*
- *Real Decreto 303/2010, de 15 de marzo, por el que se establecen los requisitos mínimos de los centros que impartan enseñanzas artísticas reguladas en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.*
- Convenios específicos de movilidad de estudiantes entre el centro y otras instituciones.
- Planes de estudio de Enseñanzas Artísticas Superiores y Máster.

Dicha documentación será la utilizada para el control de calidad en el resto de apartados.

La comisión de calidad se reunirá periódicamente, al menos una vez al inicio para planificar el curso y otra para revisar los resultados alcanzados. Esta comisión tendrá fundamentalmente tareas encaminadas al diseño, seguimiento y evaluación del Título correspondiente.

Con el objetivo de generar una cultura evaluativa dentro de la institución para trabajar por una mejora continua, lograr alcanzar una mayor calidad y buscar procesos de evaluación destinados a garantizar la calidad de los estudios, las funciones de la comisión de calidad serán las siguientes:

- Definición, aprobación y revisión de la Política de Calidad del centro.
- Definición, seguimiento y aprobación de objetivos de calidad. Definición de indicadores.
- Supervisión y asesoramiento técnico a las necesidades marcadas por las diferentes Comisiones y Organismos involucrados en este proceso.
- Realización del Informe de Calidad del Título.
- Gestionar los mecanismos de información dirigidos a los estudiantes y a la sociedad actuando como vehículo de comunicación de los objetivos, planes, programas, etc.

Por otro lado, la comisión de calidad será la encargada de velar por la gestión de la calidad interna del título. Sus funciones a este respecto serán las siguientes:

- Gestión académica del Título.
- Definición de los objetivos anuales de calidad del Título.
- Elaboración del informe de gestión del Título.
- Controlar y considerar las posibilidades de revisión y mejora de los títulos.
- Diseño del Plan de Mejora del Título. Puesta en marcha, seguimiento y evaluación del mismo.
- Impulsar la participación de los agentes involucrados en el desarrollo de los títulos.

Será necesario que toda la información quede convenientemente registrada de manera que se pueda utilizar para conocer a fondo los títulos y poder participar en su desarrollo y mejora.

9.2 PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y MEJORA DE LA CALIDAD DE LA ENSEÑANZA Y EL PROFESORADO

Si bien la Consejería de Educación, Cultura y Turismo del gobierno de La Rioja es la responsable última del profesorado que impartirá docencia en el *Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola*, está previsto que desde la comisión de calidad de la Escuela Superior de Diseño de La Rioja se establezcan procedimientos de evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza y del profesorado.

La comisión de calidad de la ESDIR, contando con los miembros mencionados anteriormente, además de la colaboración del resto de agentes implicados, valorará la calidad de la enseñanza y del profesorado llevando a cabo las siguientes actividades:

- Comprobar que el plan de estudios se está impartiendo de acuerdo con el proyecto propuesto. Para ello se tendrán en cuenta las guías docentes y las memorias de los títulos impartidos.
- Seguimiento de los procedimientos y criterios de evaluación y su adecuación a las guías docentes.
- Desarrollar mecanismos de organización docente que coordinen la asignación de docencia, distribución de grupos, tutorías, y otras responsabilidades de manera equitativa y razonada.
- Comprobar que las actuaciones docentes son las adecuadas para la obtención de las competencias indicadas.
- Adecuación y disponibilidad de los materiales y recursos docentes, bibliografía, recursos tecnológicos, de talleres, etc.
- Seguimiento de los resultados del aprendizaje.

A partir de la información obtenida se realizará un informe de valoración de la calidad de la enseñanza y del profesorado, que incluirá las mejoras relativas a cada uno de los indicadores para que se pongan en práctica en cursos sucesivos.

9.2.1. Procedimiento para la evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza

El procedimiento para la evaluación y mejora de la calidad de la enseñanza asegurará que se han seguido los siguientes puntos:

- Difundir el programa formativo e informar a futuros estudiantes.
- Facilitar la adaptación e integración de los nuevos estudiantes.
- Proporcionar orientación académica a los estudiantes en su formación.
- Fomentar la participación de los estudiantes en los programas de movilidad.
- Coordinar al profesorado sobre contenidos y actividades de enseñanza, aprendizaje y evaluación.
- Proporcionar apoyo al aprendizaje de aquellos estudiantes que lo necesiten.
- Proporcionar orientación profesional a los estudiantes.

Procedimiento de Medición y Análisis de la información

Mediante documentos oficiales, información de secretaría y cuestionarios de opinión se recabará la siguiente información:

- Datos generales sobre matrícula (totales, perfil de ingreso, estudiantes preinscritos, forma de acceso a la titulación...).
- Estructura del Título (tamaño medio de los grupos, tasa de estudiantes que participan en programas de movilidad, tasa de estudiantes que realizan prácticas externas no obligatorias, número de convenios de prácticas, número de convenios de movilidad,...).
- Accesibilidad y difusión de las Guías Docentes (accesibilidad, difusión, revisión y actualización).
- Claridad y adecuación de los contenidos, objetivos y competencias (claridad, adecuación al perfil, coherencia con el resto de elementos de la guía docente...).
- Concreción, suficiencia y diversidad de estrategias docentes, recursos, oferta tutorial y sistemas de evaluación del Máster.
- Estructura y características del personal académico del Título (categorías de profesorado, experiencia docente, investigadora y profesional, coordinación...).
- Estructura y características del personal de administración y servicios del Título (categorías, formación...).
- Recursos e infraestructuras (puestos de ordenador, conexiones a red, fondos bibliográficos, laboratorios, puestos de lectura, recursos docentes en aulas...).
- Satisfacción de los grupos de interés (estudiantes, profesores/as, PAS...).
- Cumplimiento de lo planificado (grado de cumplimiento, incidencias surgidas en el desarrollo del programa y respuestas dadas a las mismas).

Mediante el procedimiento se analizarán la idoneidad de los indicadores y procedimientos de obtención de los mismos que se utilizan para el análisis de los resultados de la titulación, de los procesos de aprendizaje y del profesorado.

9.3 PROCEDIMIENTO PARA GARANTIZAR LA CALIDAD DE LAS PRÁCTICAS EXTERNAS Y LOS PROGRAMAS DE MOVILIDAD

La comisión de calidad será la responsable de proponer los procedimientos para controlar y revisar las prácticas externas y la movilidad de estudiantes. Este proceso tendrá lugar al finalizar el curso para poder planificar el curso siguiente, ya que con la información recogida se realizarán las propuestas de mejora correspondientes.

En cuanto a las prácticas en empresa se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Búsqueda y selección de empresas.
- Formalización de convenios.
- Preparación del material para informar a los estudiantes.
- Selección y asignación de los estudiantes a las empresas.
- Orientación a los estudiantes sobre los diferentes aspectos relacionados con las prácticas.
- Desarrollo y seguimiento de las prácticas.
- Trabajo del tutor del centro y de la empresa.

En el caso del seguimiento de los programas de movilidad, se tendrán en cuenta los siguientes aspectos:

- Ratio de solicitudes.
- Ratio de estudiantes enviados.
- Ratio de estudiantes recibidos.
- Indicadores cualitativos: Grado de satisfacción, desarrollo de competencias, etc.
- Número de acuerdos firmados.

En ambos casos será de especial relevancia el uso de las encuestas a los participantes en todas las actividades de prácticas y movilidad.

9.4 PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE LA INSERCIÓN LABORAL DE LOS GRADUADOS Y DE LA SATISFACCIÓN CON LA FORMACIÓN RECIBIDA

La comisión de calidad de la ESDIR tiene previsto realizar una encuesta que permita conocer la satisfacción de los egresados y el grado de inserción laboral de los mismos. Está previsto que se realice a los dos años de terminar la titulación. También se prevé controlar la inserción laboral a largo plazo en la medida que sea posible.

La información obtenida se difundirá a los agentes interesados y se utilizará para proponer mejoras necesarias en los planes.

9.5 PROCEDIMIENTO PARA EL ANÁLISIS DE LA SATISFACCIÓN DE LOS DISTINTOS COLECTIVOS IMPLICADOS (ESTUDIANTES, PERSONAL ACADÉMICO Y DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS, ETC.) Y DE ATENCIÓN A LA SUGERENCIAS Y RECLAMACIONES. CRITERIOS ESPECÍFICOS EN EL CASO DE EXTINCIÓN DEL TÍTULO

La comisión de calidad de la ESDIR tiene previsto establecer los procedimientos que permitan medir y analizar la satisfacción de estudiantes, docentes, PAS, empresas, etc. implicados en el título. Se pretende recoger información mediante encuestas adaptadas a los perfiles y necesidades de los diferentes agentes implicados. La información obtenida se difundirá a los agentes interesados y se utilizará para proponer mejoras necesarias en los planes.

Por último mencionaremos el procedimiento para la renovación de la acreditación de los títulos de las enseñanzas artísticas oficiales de Máster según determina el artículo 17 del Real Decreto 1614 a tener en cuenta en el futuro desarrollo del Máster propuesto

1. Los títulos de Máster de las enseñanzas artísticas superiores oficiales deberán someterse a un procedimiento de evaluación cada 6 años a contar desde la fecha de su homologación, con el fin de mantener su acreditación.
2. La acreditación de los títulos se mantendrá cuando obtengan un informe de acreditación positivo efectuado por la ANECA o los órganos de evaluación creados por las comunidades autónomas y comunicado al Registro Central de Títulos para la renovación de la inscripción.
3. Para obtener un informe positivo se deberá comprobar que el plan de estudios correspondiente se está llevando a cabo de acuerdo con el proyecto autorizado, mediante una evaluación que incluirá, en todo caso, una visita externa al Centro docente. En caso de informe negativo, se comunicará a la Administración Educativa competente para que las deficiencias encontradas puedan ser subsanadas. De no serlo, el título causará baja en el mencionado Registro y perderá su carácter oficial y su validez en todo el territorio nacional, estableciéndose en la resolución correspondiente las garantías necesarias para los estudiantes que se encuentren cursando dichos estudios.
4. La ANECA y los órganos de evaluación que las comunidades autónomas determinen, harán un seguimiento de los títulos registrados, basándose en la información pública disponible, hasta el momento que deban someterse a la evaluación para renovar su acreditación. En caso de detectarse alguna deficiencia, ésta será comunicada a la Administración Educativa competente para que pueda ser subsanada.

10. CALENDARIO DE IMPLANTACIÓN

10.1 CRONOGRAMA DE IMPLANTACIÓN DE LA TITULACIÓN

CURSO 2014/2015

La solicitud y admisión se realizarán durante el curso 2014/2015:

- Junio 2015: presentación de solicitud, entrega de CV, méritos y portfolio.
- Junio 2015: selección de estudiantes y admisión.
- Julio 2015: matrícula.

CURSO 2015/2016

Durante el curso 2015/2016 se plantea el inicio de la impartición del Máster:

- Septiembre: jornada de presentación, comienzo de las clases lectivas del primer semestre
- Octubre: clases lectivas.
- Noviembre: clases lectivas.
- Diciembre: clases lectivas.
- Enero: clases lectivas.
- Febrero comienzo de las clases lectivas del segundo semestre.
- Marzo: clases lectivas, prácticas externas.*
- Abril: clases lectivas, prácticas externas.*
- Mayo: clases lectivas, prácticas externas.*
- Junio: defensa del Trabajo Fin de Máster.

* Las clases lectivas y las prácticas externas podrán compatibilizarse durante estos meses.

10.2 PROCEDIMIENTO DE ADAPTACIÓN DE LOS ESTUDIANTES, EN SU CASO, DE LOS ESTUDIANTES DE LOS ESTUDIOS EXISTENTES AL NUEVO PLAN DE ESTUDIO

No procede

10.3 ENSEÑANZAS QUE SE EXTINGUEN POR LA IMPLANTACIÓN DEL CORRESPONDIENTE TÍTULO PROPUESTO

No procede

ÍNDICE DE ANEXOS (en referencia a los números de las notas al pie)

Anexo 1: Normativa regional.

Anexo 2: Normativa europea.

Anexo 3: Boletines informativos del CEDIR.

Anexo 4: Programa Jornada Packaging en el sector del vino.

Anexo 5: Cuaderno de venta de la Agencia de Desarrollo Económico de La Rioja (ADER).

Anexo 6: Memoria de Actividades CTIC/CITA.

Anexo 7: Cartas de apoyo de instituciones y empresas.

Anexo 8: CCD, Dirección y Consejo Escolar.

Anexo 9: Decálogo para el diseño de producto.

Anexo 10: Concesión de Carta Erasmus Plus y Modelo de acuerdo interinstitucional.

Anexo 11: Listado de acuerdos de la ESDIR con empresas.

Anexo 12: Listado de acuerdos bilaterales e internacionales con la ESDIR .

Anexo 13: Datos relativos a la situación del sector alimentario y vitivinícola.