

1. DATOS IDENTIFICATIVOS DE LA ASIGNATURA

Titulación	Máster en Diseño Integral de Packaging para la Industria Alimentaria y Vitivinícola
Asignatura	Diseño gráfico aplicado a envases y embalajes
Materia	Diseño gráfico
Departamento responsable de la docencia	Diseño Gráfico
Idiomas en los que se imparte	Español/Inglés
Idiomas material de lectura/audiovisual	Español/Inglés
Carácter	Obligatorio
Semestre	1º
Créditos ECTS	6
Horas presenciales	90
Horas de trabajo autónomo	60

2. CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura se centra en el diseño gráfico aplicado al packaging, tanto desde el punto de vista compositivo 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.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas	CB1 CB3
Competencias específicas del máster	CE1 CE5 CE7
Resultados de aprendizaje de la asignatura	
1. Emplea correctamente la terminología profesional, demostrando la asimilación de los contenidos conceptuales tratados. 2. Profundiza en el análisis, interpretación y producción de información relativa a los procesos de investigación, reflexión y desarrollo de los proyectos. 3. Profundiza en las tareas de investigación, documentación y experimentación. 4. Elige y aplica adecuadamente las técnicas. 5. Demuestra sensibilidad visual y capacidad expresiva en la realización de proyectos. 6. Demuestra profesionalidad en los acabados y la presentación. 7. Manifiesta coherencia, madurez en la expresión y capacidad de síntesis en la defensa de los proyectos. 8. Exhibe capacidad para valorar críticamente los trabajos propios y de los demás compañeros y compañeras. 9. Muestra capacidad para el autoaprendizaje y para la transferencia de conocimientos. 10. Manifiesta una actitud autónoma, activa y participativa a lo largo del proceso didáctico. 11. Es responsable en el cumplimiento de los plazos de entrega, así como en lo relativo a	

- asistencia y puntualidad.
12. Se integra en el grupo-clase con un espíritu solidario y de colaboración.
 13. Muestra un espíritu crítico y autocrítico.

4. CONTENIDOS CURRICULARES

1. Los elementos básicos del diseño gráfico aplicados al diseño de envases y embalajes

- 1.1. Tipografía
- 1.2. Color
- 1.3. Imagen: Ilustración, fotografía e infografía

2. La marca y el factor de identidad en el diseño de envases y embalajes

- 2.1. Concepto y métodos de configuración de la identidad e imagen visual corporativa
- 2.2. La arquitectura de marca
- 2.3. Creación de nombres y marcas

3. La identidad corporativa y la identidad del producto

- 3.1. Packaging, envase y embalaje. Formatos, soportes y materiales
- 3.2. El valor comunicativo del envase
- 3.4. Características específicas del diseño gráfico aplicado al packaging
- 3.5. El diseño integral de packaging

4.- El diseño emocional

5. CRONOGRAMA Y ACTIVIDADES OBLIGATORIAS

Actividad Descripción	Número de semanas
Actividad 1 Aplicación de elementos básicos del diseño gráfico a etiquetas.	3
Actividad 2 Creación de marca aplicada a la industria alimentaria.	3
Actividad 3 Ejercicio de restyling.	3
Actividad 4 Aplicación de identidad corporativa a gama de Packs para la industria alimentaria.	3
Actividad 5 Ejercicio diseño Gráfico para packaging sostenible.	3

6. TIEMPO DE TRABAJO

Actividad formativa	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Volumen de trabajo total
Presentación asignatura	1		1
Clase expositiva/teórica	25		25
Aprendizaje basado en problemas	20	22	42

Aprendizaje orientado a proyectos	40	25	65
Tutorías		1	1
Presentaciones orales	4	12	16
Total	90	60	150

7. 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 y orientar la búsqueda de información.
- Se propiciará la participación del alumno y el debate sobre los contenidos que se impartan.

Clases prácticas

- Se aplicará el estudio de casos, el aprendizaje basado en problemas y orientado a proyectos concretos.
- 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 ejercicios propuestos. 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.
- Se llevarán a cabo puestas en común que, al ser comentados y visionados por toda la clase, enriquecerán los conocimientos del grupo e invitarán al intercambio de ideas.

Clases en empresas y entidades colaboradoras

- Determinadas sesiones lectivas (y por tanto, obligatorias) se llevarán a cabo en ubicaciones diversas según las indicaciones de los distintos colaboradores.

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.

8. EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA			
Procedimiento de evaluación	Indicadores de calidad	Evaluación continua	Pérdida evaluación continua*
Trabajo	– Evolución y desarrollo diario. – Asistencia activa a clase. – Participación en clase.	20% (Seguimiento)	60%
Proyectos	– Aspectos gráficos/estéticos. – Aspectos comunicativos. – Gráfica y tipografías aplicadas. – Aspectos técnicos. – Presentación adecuada (orden, limpieza, ortografía). – Entrega dentro del plazo.	60% (Memoria 5% Prototipos 5% Gráfica 30% Técnica 10% Integral 10%)	
Presentación / defensa	– Presentación adecuada. – Claridad expositiva. – Capacidad de análisis.	20%	
Prueba pérdida evaluación continua	– Conocimiento de contenidos.		40%

*La asistencia a clase es obligatoria. Según acuerdo de la Comisión de Coordinación Docente, la superación del 15% de faltas de asistencia hará que se pierda el derecho a la evaluación continua, pudiendo examinarse en la evaluación ordinaria y extraordinaria.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA		
Procedimiento de evaluación	- Indicadores de calidad	Ponderación
Proyectos	– Aspectos gráficos/estéticos. – Aspectos comunicativos. – Aspectos estructurales. – Aspectos técnicos. – Presentación adecuada (orden, limpieza, ortografía). – Entrega dentro del plazo.	60%
Prueba teórico-práctica	– Conocimiento de contenidos.	40%

9. RECURSOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Materiales y recursos didácticos

- Se facilitará al alumno documentación bibliográfica, ejemplos reales y material didáctico para que pueda hacer un seguimiento completo de la asignatura. Asimismo, se visionarán y comentarán webs y audiovisuales que servirán de apoyo y ejemplo para la realización de proyectos concretos.
- El alumno tendrá libre acceso a la biblioteca de aula compuesta por libros especializados y se le instará a consultar las publicaciones periódicas que la Escuela recibe referidas al diseño gráfico aplicado al packaging.

Materiales aconsejables para el estudiante

- Los materiales necesarios para la realización de cada proyecto se comunicarán al estudiantado con la antelación suficiente para llevar a cabo cada trabajo.

Bibliografía

Ambrose G. y Harris P. (2011). Packaging de la marca. Badalona: Parramón.

Amell, C. (2016). Illustrated Packaging. Sant Adrià del Besòs: Monsa.

Dupuis, F. y Silva J. (2011). Package Design Workbook: The Art and Science of Successful Packaging. Massachusetts: Rockport.

Fredes, A. (2011). Around Europe Packaging. Barcelona: Index Book.

Jordá, A y Abellán, M. (2016). Handmade Packaging Graphics. Sant Adrià del Besòs: Monsa.

Klimchuk. M. R. y Krasovec S. A. (2012). Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf. Nueva Jersey: John Willwy & Sons.

Kozak, G. y Wiedemann, J. (2008). Package Design Now! Colonia: Taschen.

VV. AA. (2010). Desarrollo de un proyecto gráfico. Barcelona: Index Book.

VV. AA. (2009). Packaging 01. Claves del diseño. Barcelona: Gustavo Gili.

VV.AA. (2009). Le grand livre des étiquettes, des sacs et des marques. Barcelona: Atrium books.

VV.AA. (2021). The Package Design Book 6. Colonia: Taschen.

VV.AA. (2025). The Package Design Book 8. Colonia: Taschen.