

CARTA DESCRIPTIVA (FORMATO MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

I. Identificadores de la asignatura			
Instituto:	IADA	Modalidad:	Presencial
Departamento:	Diseño	Créditos:	8
Materia:	Marca y Envase	Carácter:	Obligatoria
Programa:	Licenciatura en Diseño Gráfico	Tipo:	Taller/Teórico
Clave:	Dis-1430-00		
Nivel:	Avanzado		
Horas:	8 por semana	Teoría: 2	Práctica: 6

II. Ubicación	
Antecedentes:	Clave
Identidad y Sistemas visuales	DIS- 1413-00
Introducción a la mercadotecnia	DIS-1419-00
Taller de producción II	DIS-1427-00
Laboratorio de ergonomía para el diseño gráfico	DIS-1418-00
Introducción a la publicidad	DIS-3611-04
Consecuente:	

III. Antecedentes

Conocimientos: Conocer los procesos de integración del sistema de identidad corporativa y diseño aplicado a proyectos. El estudiante habrá desarrollado sus habilidades de creación, pensamiento y crítica en la realización de una identidad corporativa y sistemas visuales.

Habilidades: Desarrollo de análisis y proceso creativo, conceptualización de la idea y autocritica constructiva.

Actitudes y valores: Originalidad, participación, actitud creativa, entusiasmo para la innovación.

IV. Propósitos Generales

Aplicación de los procesos del diseño en marca envase, empaque y embalaje, desarrollando una actitud creativa y emprendedora para la investigación, desarrollo y aplicación de sus conocimientos en proyectos integrales.

V. Compromisos formativos

Intelectual: Que el estudiante conozca, comprenda y aplique sus conocimientos con un enfoque creativo, crítico y de análisis en el desarrollo de proyectos integrales de marca y envase, empaque y embalaje.

Humano: Responsabilidad de participación en el proceso de aprendizaje.
Actitud crítica, como la promoción de habilidades de pensamiento. Compromiso social, económicos, legales y funcionales de la marca y el envase.

Social: Desarrollo e implementación de aspectos conceptuales, estratégicos, creativos, económicos, legales y funcionales de la marca y el envase.

Profesional: Tendrá la capacidad de desarrollar una actitud creativa y emprendedora para la investigación, desarrollo y aplicación de sus conocimientos en proyectos

integrales de marca, envase, empaque y embalaje.

VI. Condiciones de operación

Espacio:	Salón de clase (Visita laboratorio de uso de moldes y prototipo, y laboratorio de materiales)	
Laboratorio:		Mobiliario: Restiradores, Mesas de corte
Población:	25	
Material de uso frecuente:		Pc, proyector (2 veces por semana)
Condiciones especiales:		Ninguna

VII. Contenidos y tiempos estimados

Temas	Contenidos	Actividades
Introducción		Presentación del grupo: Técnica libre
Presentación de carta descriptiva		El alumno comparte su conocimiento sobre técnicas de aprendizaje y recolección de información y diseño de
antecedentes de	Sistemas de identidad	

<p>identidad, componente de la marca.</p>	<p>corporativa.</p> <p>Logotipo, slogan, marca, estructura de imagen, semántica. Signo, símbolo, señal, identidad, marcaje, marca, empresa, producto.</p>	<p>manera general, abordando conceptos fundamentales para la materia.</p> <p>Colectivamente se construye un mapa conceptual.</p> <p>Proyecto1.- diseño de caja prisma rectangular con ventan, enfocada en un aspecto social. necesidad social</p>
<p>Marca, tipos y categorías.</p> <p>+Lectura comunicación</p> <p>9 sesiones en total</p> <p>1er parcial</p>	<p>Tipos de marcas</p> <p>Conceptual.- constitución de sus partes.</p> <p>Formal, morfológico.- semántico, estético, psicológico.</p> <p>Creativo.- desarrollo del diseño de la marca</p> <p>Niveles de comunicación</p> <p>Categorías de marca</p> <p>Joan costa.... Portal de lecturas uacj</p>	<p>Exposición del maestro, Ejercicio de investigación y representación de los conceptos.</p> <p>Colectivamente se aclararan dudas mediante la elaboración de un mapa conceptual.</p> <p>Proyecto2.- estructuración conceptual y aspectos formales del proyecto –marca propia del proyecto social y enfoque responsable- desarrollo escrito y exposición.</p> <p>Proceso creativo del diseño- joan costa</p> <p>Análisis de lectura y exposición Elaboración y estructura formal del proceso seguido en el primer proyecto.</p> <p>Planteamiento de proceso para los proyectos siguientes y estructura de la carpeta de proyectos.</p>
<p>Capitulo 2</p> <p>Marca y sus distintos niveles segunda parte</p>	<p>Estratégico.- Productos y servicios promocionales, publicitarios, etc.</p>	<p>Proyecto3.- desarrollo formal de aspectos económicos, sociales, publicitarios, formalización de propuestas.</p>

<p>Sesiones (5) de 7 a 12</p>	<p>Económico.- Factores de precio, costos. Legal.- Aspectos generales y registros de propiedad.</p> <p>Funcional.- Integración,</p> <p>Sociológico.- Impacto y repercusiones.</p>	<p>Desarrollo del plan estratégico de mercadeo</p> <p>Conclusión 1 (proyecto 1, 2 y 3)</p>
<p>Capitulo 3</p> <p>Envase, Embalaje y empaque</p> <p>Sesiones (6) 13 a la18</p> <p>+Historia del envase</p>	<p>Antecedentes Definición, clasificación y función de aplicación.</p> <p>Aspectos históricos, cronología.</p> <p>Aspectos ergonómicos</p> <p>Aspectos mercadológicos y legales</p> <p>Procesos metodológicos para el diseño de un envase</p>	<p>Mapa conceptual, visualización gráfica de fechas.</p> <p>Investigación del mercado local e internacional y sus aplicaciones.</p> <p>Estructuración de proyecto prototipo (estudio de caso)</p>
<p>Key line*</p>	<p>Prototipo Dummie Propuesta Proyecto etiqueta</p>	<p>Proyecto 4.- etapa 1, proceso creativo,</p>

<p>Envase</p> <p>Empaques</p> <p>Embalajes</p> <p>2da evaluación parcial</p> <p>Sesion de 19 a la 35</p>	<p>Descripción</p> <p>Antecedentes</p> <p>Construcción</p> <p>Plano imagen jpg (portal de lecturas)</p>	<p>4.1 Aspectos formales. Manual marca y envase</p> <p>4.2 Bocetaje de prototipos de producto familiar</p> <p>4.3 Planos y proyecciones</p> <p>Características de entrega</p> <p>Integración de Manual de marca y envase</p>
<p>Materiales</p> <p>Soportes</p> <p>Contenedores</p> <p>Despachadores</p>	<p>Papeleros</p> <p>No papeleros</p> <p>Tecnologías</p> <p>Sistemas de impresión y procesos</p> <p>Acabados</p> <p>Cajas</p> <p>Bolsas</p> <p>Botellas</p> <p>Latas</p> <p>Blister</p> <p>Tetrapack</p>	<p>4.4 key line terminado</p>

<p>exhibidores</p>	<p>plegables</p> <p>display</p>	<p>elaboración física –prototipo- de propuestas</p> <p>continuidad manual marca – envase</p> <p>físico de envase – etiqueta- marca- físico de embalaje físico con empaque</p> <p>continuación de proceso creativo en manual</p> <p>realización de dummie</p> <p>4.5 aplicación en exhibidor mostrador y display a escala</p> <p>cunclusión 2 entrega de:</p> <p>manual de marca y envase completo investigación, bocetaje y key line final</p> <p>dummies 3:</p> <p>envase etiqueta aspectos legales y comerciales embalaje primario y terciario empaque display escala</p>
<p>Diseño sustentable</p> <p>Sesiones 3</p> <p>+ lectura ecodiseño</p>	<p>Ecodiseño</p> <p>Materiales orgánicos</p> <p>Reciclaje</p>	<p>Lectura Ecodiseño.” El boom de las bolsas reutilizables”</p> <p>Investigación conceptos básicos de</p>

<p>Aspectos comerciales</p> <p>Sesiones 3</p> <p>+Marketing design</p> <p>portal de lecturas</p> <p>Publicidad</p>	<p>Gestión de marca / brand management</p> <p>Marketing</p>	<p>ecodiseño</p> <p>Investigación internacional de ecodiseño</p> <p>Caso de estudio</p> <p>Plan de mercadeo Justificación Marketing Temas de clase de estrategias de mercado* referencia bibliográfica</p> <p>Propuesta general de proyecto (actividad sugerida en equipo de 2 a 3 integrantes, expo-venta)</p> <p>Cronograma de actividades</p> <p>Key line</p> <p>Proyección de resultados gráficos (presentación del previo del proyecto terminado)</p>
---	---	---

		<p>Presentación de dummies:</p> <p>1 por tipo de soporte 6 en total 4 materiales diferentes aplicados 1 display tamaño real</p> <p>Manual completo</p> <p>Proceso creativo Key line (todos los soportes 4) Previos gráficos Argumentos Propuesta física (render / foto) Estrategia de mercado Campaña</p>
--	--	---

VIII. Metodología y estrategias didácticas

Metodología Institucional

1. Modelo centrado en

- a) Teorías de aprendizajes cognoscitivo-constructivista y por descubrimiento.
- b) Los factores de los procesos de aprendizaje: inteligencias múltiples, estilos de aprendizaje y procesos críticos, creativos y motivacionales.
- c) Estrategias para proporcionar el aprendizaje: la enseñanza, la asesoría y tutor, académica.
- d) Función pedagógica-didáctica con relación profesor-alumno.

Estrategias del Modelo UACJ Visión 2020 recomendadas para el curso:

Estrategias del Modelo UACJ Visión 2020 recomendadas para el curso:

- a) El aprendizaje centrado del alumno. Estrategias orientadas al estudiante como individuo que tiene participación sobre el qué y cómo aprender.

- b) Trabajo en equipo o grupal, provee la oportunidad de que los alumnos aprendan de unos a otros.
- c) Aprendizaje flexible y sensitivo al contexto. Solución de problemas de la vida real que les rodea.
- d) Adquisición de valores para el desarrollo personal y la competencia profesional.

Proceso creativo de Joan Costa (preferentemente) basadas en la clase de metodología del diseño.

IX. Criterios de evaluación y acreditación

- a) Institucionales de acreditación:

Acreditación mínima de 80% de clases programadas

Entrega oportuna de trabajos

Pago de derechos

Calificación ordinaria mínima de 7.0

Permite examen único: no

- b) Evaluación del curso

Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:

Trabajos de Investigación : 30%

Proyectos parciales: 20%

Prácticas: 10%

Proyectos:

40%

Nota: Trabajo escritos que tengan de 3 a 5 faltas ortográficas no serán evaluados.

X. Bibliografía

A) Bibliografía obligatoria:

Diseño Gráfico de envases guía y metrología

De: L.D.G. Marcela Robles Mac Farland

ISBN: 968-859-233-1

1ra Edición, Año 1996, No. Páginas 131, Idioma: Español, País: México

Fundamentos de Marketing

De: Edward Russell

ISBN: 978-84-92643-44-8

Año 2010, No. Páginas 191, Idioma: Español, País: España

ISBN: 978-84-92643-44-8

B) Bibliografía extranjera

Design secrets: packaging: 50 real-life projects uncovered

De: Editorial Rockport Publishers Inc.

ISBN: 1-59253-006-0

Idioma: Ingles, País: Estados Unidos

HF 5828P66 2004 CGIIA

P.OP. Design 5

De: Editorial A.G. Publishers Inc.

ISBN: 4-900781-46-0 C3070

Año: 2004 Idioma. Japonés

HF 5828 P66 2004 CGIIA

C) Bibliografía complementaria y de apoyo:

50 trade secrets of great design packaging

De. Stafford Cliff

ISBN 1-56496-599-6

Editorial: Quintet Publishing, Año: 1999, País: Estados Unidos

HF 5770 C55 CGIIA

Lecturas del semestre en el portal de lecturas UACJ

X. Perfil deseable del docente

Licenciado, Conocimiento en teoría y aplicación de marca, envase, empaque y embalaje, estrategias de marketing.

XI. Institucionalización

Responsable del Departamento: Mtra. Guadalupe Gaytán Aguirre

Coordinador/a del Programa: Lic. Saulo Ángel Favela Castro

Fecha de elaboración: 30 Noviembre 2010

Elaboró: L.D.G. y C.V. Angélica Castellanos C., L.D.G. Marco Velazco.

Fecha de rediseño: 31 Mayo 2011

Rediseño: L.D.G. y C.V Angélica Castellanos C., L.D.G. Germán Aguilera Ampudia

Fecha de rediseño: 15 de enero 2013

Rediseño: L.D,G. Alba Velazco, L.D.G. Cristina Parra Parra L.D.G. y C.V Angélica Castellanos Cuevas

Fecha de rediseño: Diciembre 3, 2011

Rediseño: L.D.G. Angel Prieto, L.D.G. Angelica Martínez, L.D.G. Cristina Parra Parra