**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA**

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA

COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA

**PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN** | | | | | | | | |
| 1. Unidad Académica: **Facultad de Arquitectura y Diseño** | | | | | | | | |
| 2. Programa de estudio: **Licenciatura en Diseño Gráfico** | | | | | | | 3. Vigencia del plan: **2006-2** | |
| 4. Unidad de aprendizaje: **Diseño V** | | | | | | | 5. Clave: **8284** | |
| 6. HC: **2** | HL: | HT: **4** | | HPC: | | HE: **2** | | CR: **8** |
| 7. Ciclo escolar: **2009-1** | | | 8. Etapa de formación a la que pertenece: **Disciplinaria** | | | | | |
| 9. Carácter de la unidad de aprendizaje: **Obligatoria** | | | | | | | | |
| 10. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje: | | | | | **8278 Diseño IV y**  **8279 Materiales y técnicas de realización III** | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Elaboró: | **MMER Beatriz Adriana Torres Román** | Vo.Bo.: **Arq.** **Mario Macalpin Coronado** |
| Fecha: **Octubre 2012** | | Puesto: **Subdirector** |

|  |
| --- |
| II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO. |
| Lograr que el alumno adquiera los conocimientos necesarios para generar el diseño de empaques y aparadores (display), tomando en cuenta las necesidades idóneas en las que serán utilizados el empaque y su aparador. |

|  |
| --- |
| III. COMPETENCIA DEL CURSO. |
| Generar y transmitir nuevas ideas a los problemas de diseño de empaque y display, mediante la elaboración de alternativas de solución innovadoras próximas a la realidad para su implementación en la vida diaria, analizando las fases del proceso de diseño posteriores a la fase de investigación y definición del problema de diseño, por medio de la elaboración de alternativas de solución que tomen en cuenta su investigación previa, las cuales se representarán en bocetos, esquemas, prototipos o maquetas que ilustren y expongan su justificación y funcionalidad. Todo lo anterior con la finalidad de cumplir con la fase de retroalimentación del proceso de diseño y evaluar de manera precisa y medible sus resultados, desarrollando en él una actitud de disciplina, certeza, rigor científico y responsabilidad. |

|  |
| --- |
| IV. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO. |
| A través del desarrollo de proyectos de diseño, el alumno demostrará identificar los conocimientos fundamentales en el diseño de empaque y display; aplicará el marco metodológico y vinculará los conocimientos de diseño aplicado con las necesidades de comunicación en el contexto social, tomando en cuenta al usuario, las condiciones ambientales y el entorno, manteniendo un enfoque en el valor de la marca. |

|  |
| --- |
| V. DESARROLLO POR UNIDADES |
| Encuadre del curso. Duración: 2 hora    Descripción temática del contenido del curso  Descripción del procedimiento de evaluación  Bibliografía. |
| Unidad I Duración: 46 horas  EMPAQUE  **Competencia:**  Aplicar el proceso de diseño y las especificaciones para diseñar empaques que cumplan con las necesidades y deseos del consumidor, mediante la realización de diversos prototipos de empaques.  **Contenido:**  1.1 Introducción  1.2 Terminología  1.3 Funciones del empaque  1.4 El empaque como objeto semiótico  1.5 El empaque y la marca  1.6 El empaque y el producto  1.7 Principales aspectos del empaque  1.8 Materiales  1.9 Abreviaturas de plásticos  1.10 Procesos  1.11 Plantillas  1.12 Metodología para el diseño de empaques  1.13 Normas ambientales  1.14 La función del diseño gráfico en el empaque  1.15 Sitios de compra  1.15.1 Negocios en cadena en el ámbito internacional  1.15.2 Tiendas de descuento  1.15.3 Club stores  1.15.4 Las grandes cadenas  1.15.5 ¿Qué entendemos por almacén, autoservicio, super e hiper?  1.15.6 Los convenience stores (C.S.)  1.15.7 La concentración: el shopping como fenómeno  1.15.8 El punto de venta tradicional  1.16 El consumidor  1.16.1 El packaging como factor motivador  1.16.2 El proceso de compra en un supermercado |
| Unidad II Duración: 48 horas  DISPLAY  **Competencia:**  Aplicar el proceso de diseño y las especificaciones para diseñar artículos en un ambiente ideal para su venta y exposición que cumplan con las necesidades y deseos del consumidor, mediante la realización de diversos trabajos de taller para crear accesorios estéticos para la presentación visual, adoptando los conceptos acerca de la realización de display, así como diferentes materiales, formas, colores, espacios, elementos y temas con los cuales se podrán enfrentar.  **Contenido:**  2.1 Introducción  2.2 Displays de piso  2.3 Displays de mesa  2.4 Calcomanías  2.5 Señales cut-out: Banners, Displays móviles y colgantes.  2.6 Punto de venta: la animación del local y el consumidor  2.6.1 Las promociones  2.6.2 La animación en el punto de venta  2.6.3 Ubicación del producto en el display  2.6.4 Niveles de captación del consumidor  2.7 El material P.O.P: objetivo básico y modalidad.  2.8 Pautas a tener en cuenta para la confección del material P.O.P |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **VI. ESTRUCTURA DE LAS PRACTICAS** | | | | |
| No. de Práctica | Competencia | Descripción | Material de Apoyo | Horas |
| 1 | Analizar un problema por medio de la aplicación de la experiencia y criterio para y construir una solución más eficiente y eficaz, con una actitud de certeza. | Introducción al empaque, realización de empaque experimental artístico. | Cartulinas, papeles de colores, pintura, pinceles, tijeras, pegamento, etc. | 3 |
| 2 | Conocer la terminología empleada en el mundo del envase y el empaque por medio de la investigación para su correcta aplicación, empleando una actitud profesional. | Búsqueda y análisis de terminología. | Computadora, software de diseño. | 3 |
| 3 | Identificar los aspectos funcionales y de comunicación de un empaque por medio de su examinación, para comparar y debatir el correcto empleo de los mismos, por medio de un sentido crítico e imparcial. | Análisis de la función de Bunker, la semiótica, la marca, el producto y principales aspectos de un empaque. | Computadora, software de diseño, bibliografía. | 6 |
| 4 | Investigar y comparar los materiales novedosos y tradicionales que se encuentran disponibles para el diseño de empaque, por medio de la búsqueda y la evaluación de las mejores opciones, con una actitud de cuidado por el medio ambiente y el individuo. | Investigar nombre, precio y medidas de materiales vendidos en la localidad.  Realizar 3 ejemplos de plantillas de empaques o displays de mesa. | Computadora, software de diseño.  Cartulinas, papeles de colores, pintura, pinceles, tijeras, pegamento, etc. | 6  9 |
| 5 | Proponer una metodología de trabajo por medio del análisis del caso para construir una guía sistematizada de trabajo y generar la solución, por medio de una actitud analítica y creativa. | Realizar su propia metodología de trabajo. | Computadora, software de diseño. | 3 |
| 6 | Aplicar el pensamiento creativo y las técnicas de representación considerando las necesidades de comunicación, para generar la solución a un problema de rediseño de empaque, con un sentido de trascendencia, integridad y respeto por el individuo. | Rediseño de empaque. | Computadora, software de diseño. | 18 |
| 7 | Aplicar el pensamiento creativo y las técnicas de representación considerando las necesidades de comunicación y de inovación, para generar una solución original a un problema nuevo de diseño de empaque, con un sentido de trascendencia, integridad y respeto por el medio ambiente. | Diseño de empaque. | Computadora, software de diseño. | 16 |

|  |
| --- |
| VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO. |
| * Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento del ejercicio a resolver. Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos. * Realización de trabajos prácticos terminales y/o ejercicios de clase: maquetas, prototipos y/o originales mecánicos; elaboración de trabajos escritos de análisis e investigación del marco conceptual. * Delimitación de las características de un proyecto a realizar por tema, mutuo acuerdo alumno-profesor; presentación y análisis de los trabajos, por parte de grupo. * Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual. * Implementación de dinámicas grupales (repentinas, mesas de discusión, investigaciones). * Pláticas con expositores, especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN. | | |
| **Criterios y medios de acreditación de acuerdo con el Estatuto Escolar de la UABC:**   * la calificación mínima aprobatoria para esta asignatura es de 60. * la calificación obtenida se expresará en escala centesimal de 0 a 100. * si la calificación final obtenida es mayor o igual que las 5 centésimas de cada unidad decimal, ésta no subirá a la unidad decimal superior. Ejemplo: 65 NO SUBIRÁ A 70. * el alumno deberá cubrir el 80% de asistencias para tener derecho a la calificación final ordinaria. | | |
| **Medios** | **Criterios de evaluación** | **Valor** |
| Participación  Prácticas y exposiciones  Tareas  Exámenes y/o entregas de proyectos al finalizar la unidad  **SUBTOTAL PARCIALES**  1er Parcial  2do Parcial  3er Parcial  Trabajo final  **TOTAL CALIFICACIÓN FINAL** | Responsabilidad en participar en las clases manteniendo el respeto al tiempo y las opiniones de los compañeros y el maestro.  Compromiso en llevar todos los datos y elementos necesarios para la correcta realización de las prácticas. Deberán entregarse la fecha y hora acordada. Capacidad de síntesis y análisis de los temas, claridad y dominio en el tratamiento del tema.  Entrega de los trabajos asignados para realizar extra clase. Deberán entregarse la fecha y hora acordada.  Manejo adecuado de los temas del curso evaluado por medio de un examen escrito y/o práctico. Entrega de proyecto al final de cada unidad en donde se ponen en práctica de manera general los conceptos y temas vistos en la unidad. | 10%  30%  30%  30%  **100%**  20%  20%  20%  40%  **100%** |

|  |  |
| --- | --- |
| IX. BIBLIOGRAFÍA. | |
| Básica. | Complementaria. |
| **Dolores, M**. (1995). El mundo del envase. Barcelona: Gustavo Gili.  **Mason, D**. (2001). Experimental packaging. Reino Unido: RotoVision.  **Cervera, A**. (1998). Envase y embalaje. Madrid: ESIC.  **Cliff, S**. (1995). The best in exhibition stand design. New York: Rotovision.  **Fuentes, F**. (2001). Punto de venta. México: UAM-A/Prentice Hall.  **Keller, M**. (1999). Light Fantastic: the art and design of stage lighting. Munich: Prestel.  **Watson, L**. (1990). Lighting Design Handbook. New York: MacGraw-Hill.  **Wheeler, A**. (1975). Display. London: Henemann. | **Wong, W**. (1995). Fundamentos del diseño. Gustavo Gili.  **Cornish, M**. (1997). El ABC de los plásticos. México: Universidad Iberoamericana.  **Teo, D**. (2006). Cajas: packs listos para usar. Barcelona: Index Book.  **Fresco, J**. (1999). Marketing desde el punto de venta. Buenos Aires: Macchi.  <http://www.envaseyembalaje.com.mx>/  <http://www.miempaque.com>/  <http://www.elempaque.com>/ |