

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Arquitectura y Diseño, Mexicali, Facultad de Ciencias de la Ingeniería y la Tecnología, Valle de las Palmas.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Diseño Gráfico
- 3. Plan de Estudios:** 2022-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Diseño de Envases y Embalajes
- 5. Clave:** 40119
- 6. HC:** 02 **HT:** 04 **HL:** 00 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 08
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Terminal
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



Equipo de diseño de PUA

Lizbeth González Romero
Oscar Gutiérrez Ruiz
Beatriz Torres Román

Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Daniela Mercedes Martínez Plata
Paloma Rodríguez Valenzuela

Fecha: 09 de febrero de 2021

II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

El propósito de esta Unidad de Aprendizaje es desarrollar los procesos creativos para el diseño de productos tangibles en el área de empaque como la parte gráfica del envase y embalaje; se ubica en el área de tecnología, en la etapa terminal y es de carácter obligatorio. Se recomienda tener conocimientos de Publicidad, Mercadotecnia, Sistemas de Impresión.

III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar proyectos de empaque, envase y embalaje, a partir de métodos de investigación y selección de materiales y procesos, para generar propuestas innovadoras competitivas, funcionales y eficientes, que cumplan con las especificaciones y normativas para implementarse en un punto de venta, con una actitud proactiva, colaborativa y responsable con el medio ambiente.

IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Realizar un proyecto integral e innovador en el que se diseñe un prototipo de empaque aplicable a un envase y/o embalaje, que responda a las necesidades del mercado laboral considerando al segmento de mercado objetivo y características destacables del producto.

V. DESARROLLO POR UNIDADES
UNIDAD I. Definiciones y clasificaciones

Competencia:

Analizar los tipos de materiales utilizados en empaques, envases y embalajes por medio de estudio de casos de productos actuales del mercado, para desarrollar criterios de selección adecuados a las necesidades del proyecto respetando al medio ambiente, con actitud crítica y ética profesional.

Contenido:

Duración: 14 horas

- 1.1 Antecedentes históricos del envase y el embalaje
- 1.2 Definición de empaque, envase y embalaje
 - 1.1.2 Envase primario, secundario y terciario
- 1.3 Clasificación de acuerdo a:
 - 1.3.1 Su material
 - 1.3.1.1 Vidrio y cerámicos
 - 1.3.1.2 Papel y cartón
 - 1.3.1.3 Metal
 - 1.3.1.4 Plástico
 - 1.3.1.5 Envase compuesto
 - 1.3.2 Al producto
 - 1.3.2.1 Para productos perecederos
 - 1.3.2.2 Para productos no perecederos
 - 1.3.2.3 Para productos peligrosos y especiales
 - 1.3.3 A su manejo
 - 1.2.3.1 Rígido
 - 1.2.3.2 Flexible

UNIDAD II. Diseño de empaque

Competencia:

Desarrollar una propuesta de diseño de empaque funcional y creativo por medio de una metodología de diseño, considerando el aspecto legal, así como los materiales y procesos de impresión, para crear soluciones con base a los requerimientos del producto, con responsabilidad social y apegado a la normatividad vigente.

Contenido:

Duración: 10 horas

- 2.1 La función del diseño gráfico en el empaque
- 2.2 El empaque y la marca
- 2.3 El empaque y el producto
- 2.5 Materiales y procesos
- 2.6 Corte y suajado.
- 2.7 Metodología para el diseño de empaques
- 2.8 Normatividad
 - 2.8.1 Normas ambientales
 - 2.8.2 Las Normas oficiales mexicanas (NOMs)
- 2.9 Diseño gráfico sustentable aplicado al empaque
- 2.10 Tendencias en el diseño de empaques

UNIDAD III. Empaque y Merchandising

Competencia:

Elaborar un proyecto integral de empaque, considerando las estrategias de exhibición, promoción y manipulación del producto para desarrollar un prototipo funcional y creativo de envase y embalaje, con actitud proactiva, responsable con el medio ambiente y de manera colaborativa.

Contenido:

Duración: 8 horas

- 3.1 La concentración: el shopping como fenómeno
- 3.2 ¿Qué entendemos por almacén, autoservicio, super e hiper?
- 3.3 Promoción, estrategias comerciales y acomodo del producto
 - 3.3.1 Negocios en cadena en el ámbito internacional
 - 3.3.2 Tiendas de descuento
 - 3.3.3 Club stores
 - 3.3.4 Las grandes cadenas
 - 3.3.5 Tiendas de conveniencia (C.S.)
 - 3.3.6 Punto de venta Botella abierta (Open-bottle sales)
 - 3.3.7 El punto de venta tradicional
 - 3.3.8 Punto de venta en línea
- 3.4 La mercadotecnia aplicada al envase
 - 3.4.1 Análisis de las necesidades
 - 3.4.2 Impacto publicitario
 - 3.4.3 La campaña publicitaria y su mensaje en el envase
- 3.5 El diseño gráfico en el envase
 - 3.5.1 Su análisis visual y semiótico

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE TALLER

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
UNIDAD I				
1	Manual de Materiales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recopilar materiales para analizar sus características 2. Clasificar los materiales con base en sus usos y funciones. 3. Elaborar un manual con la información recopilada de cada material. 4. Realizar una presentación del manual y retroalimentación frente al grupo. 5. Entregar manual para revisión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos digitales y tecnológicos. • Video tutoriales, • Base de datos • libros digitales • Pizarrón • Plumones • Libros o revistas • Materiales reutilizables 	12 horas
UNIDAD II				
2	Rediseño de empaque para envase	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asignar un producto y marca por parte del docente con el que se trabajará el rediseño. 2. Realizar una investigación de todos los aspectos relevantes de la marca y el diseño. 3. Realizar el prototipo del empaque considerando la normatividad y procesos de impresión. 4. Realizar una presentación del prototipo y retroalimentación frente al grupo. 5. Entregar prototipo y su 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos digitales y tecnológicos. • Videotutoriales, • Base de datos • libros digitales • Pizarrón • Plumones • Bibliografía especializada en Normatividad • Materiales diversos 	12 horas

		memoria metodológica para revisión.		
3	Rediseño de empaque para embalaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. integración de equipos de trabajo. 2. Asignar un producto y marca por parte del docente con el que se trabajará el rediseño. 3. Realizar una investigación de todos los aspectos relevantes de la marca y el diseño. 4. Realizar el prototipo del empaque considerando la normatividad y procesos de impresión. 5. Realizar una presentación del prototipo y retroalimentación frente al grupo. 6. Entregar prototipo y su memoria metodológica para revisión. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos digitales y tecnológicos. • Videotutoriales, • Base de datos • libros digitales • Pizarrón • Plumones • Bibliografía especializada en Normatividad • Materiales diversos 	12 horas
UNIDAD III				
4	Bitácora de visita a puntos de venta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asignar al alumno dos puntos de venta con diversas características para su visita. 2. Visitar los puntos asignados 3. Analizar el entorno según su tamaño, segmento de mercado, distribución de espacios y producto 4. Elaborar la bitácora anexando evidencia visual. 5. Realizar una presentación 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos digitales y tecnológicos. • Cámara fotográfica • Cañón • Pizarrón • Plumones 	8 horas

		<p>de la bitácora y retroalimentación frente al grupo.</p> <p>6. Entregar la bitácora para revisión.</p>		
5	Propuesta de Empaque, envase y embalaje	<ol style="list-style-type: none"> 1. integración de equipos de trabajo. 2. Elegir un producto y marca por parte del alumno con el que se trabajará el diseño. 3. Realizar una investigación de todos los aspectos relevantes de la marca y el diseño. 4. Realizar el prototipo del empaque considerando la normatividad, procesos de impresión, estrategias de exhibición, promoción y manipulación del producto. 5. Realizar una presentación del prototipo y retroalimentación frente al grupo. 6. Entregar prototipo y su memoria metodológica para revisión 	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos digitales y tecnológicos. • Videotutoriales, • Base de datos • libros digitales • Pizarrón • Plumones • Libros o revistas • Materiales reutilizables 	20 horas

VII. MÉTODO DE TRABAJO

Encuadre: El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

Estrategia de enseñanza (docente):

- Organizadores visuales: mapas conceptuales, bocetos.
- Reportes de investigación de materiales y procesos.
- Rediseño de empaques.
- Diseño de envase y embalaje.
- Elaboración de prototipos.
- Técnica expositiva
- Estudio de caso.
- Retroalimentación individual y grupal

Estrategia de aprendizaje (alumno):

- Trabajo colaborativo
- Análisis de casos
- Exposiciones
- Organizadores visuales: bitácoras, manual, memoria metodológica.
- Investigaciones de campo

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

Criterios de evaluación

- Exámenes.....	20%
- Participación.....	10%
- Prácticas.....	30%
- Proyecto integral.....	40%
Total.....	100%

IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
<p>Cervera Fantoni, A. L. (2003). Envase y embalaje: La venta secreta (2a Ed). ESIC. [Clásica]</p> <p>Denison, E., & Alda, E. (2007). Prototipos de packaging. (1a Ed) Gustavo Gili. [Clásica]</p> <p>Dolores, M. (2003). El mundo del envase. Barcelona (1a Ed). Gustavo Gili . [Clásica] Empaques del futuro. (2013). Industria Alimenticia, 24 (9), 38–45.</p> <p>Hampshire, M., & Stephenson, K. (2008). Packaging : cómo diseñar envases para un público concreto (1a Ed). Index Book [Clásica]</p> <p>Knight, C., Farauo Gener, X., & Glaser, J. (2008). Expandir la marca : convierte tu marca en objeto de deseo (1a Ed). Promopress. [Clásica]</p> <p>Morgan, C. L. (1998). Diseño de packaging (1a Ed). Somohano. [Clásica]</p> <p>Palomares Borja, R. (2011). Merchandising : Teoría, práctica y estrategia (2a ed.). ESIC.</p> <p>Pérez Fernández, D., González Tabares, R. (2017). Técnicas básicas de merchandising (1a ed.). Paraninfo.</p> <p>Povea Garcerant, I., & López Molinello, A. (2015). La función del envase : en la conservación de alimentos (1a Ed). ECOE</p> <p>Prieto Herrera, J. E. (2011). Merchandising : la seducción en el punto de venta (1a Ed). Starbook. [Clásica]</p> <p>Reynolds, J. (2004). The complete e-commerce book : design, build [and] maintain a successful Web-based</p>	<p>Bolumen, S., Alfonso, I., & Cuesta, M. (2006). Envases Y Medio Ambiente. Ecodiseño. Ciencia y Tecnología de Los Alimentos, 16(1), 70–74. [Clásica]</p> <p>Fish, E. (2018). Envase audaz para el futuro. Industria Alimenticia, 40.</p> <p>Jabil Inc. (6 C.E. 2019). JabilPackagingSolutions lanza nuevos servicios de embalaje sostenible y acelera la innovación en los embalajes sostenibles . Business Wire (Español). https://www.businesswire.com/news/home/20190627005431/es/</p> <p>Kazarian, K. (2019). Derribar las barreras para el embalaje de comercio electrónico: Para sobrevivir al mercado en línea, el embalaje del comercio electrónico se debe diferir de su competencia. Las marcas deben buscar empaques premium y esforzarse por diferenciarse en los embalajes. Industria Alimenticia, 12–13.</p> <p>Sascha P, & Diana D. (2019). Materials in Progress : Innovations for Designers and Architects. Birkhäuser. http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=2242347&lang=es&site=ehost-live.</p> <p>Szaky, T., & ProQuest (Firm). (2018). <i>The Future of Packaging : From Linear to Circular</i>. Berrett-Koehler Publishers. http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1833681&lang=es&site=ehost-live</p>

business (2nd ed.). CMP Books. [Clásica]

Rojas Álvarez, C. J. (2017). Geometría para diseño gráfico. Universidad del Norte.
<http://libcon.rec.uabc.mx:2051/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=1690050&lang=es&site=ehost-live>

Theben, A., Gerards, M., & Folkvord, F. (2020). The Effect of Packaging Color and Health Claims on Product Attitude and Buying Intention. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(6).
<https://libcon.rec.uabc.mx:4440/10.3390/ijerph17061991>

X. PERFIL DEL DOCENTE

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Diseño de Envases y Embalajes debe contar con título en Licenciado en Diseño Gráfico, Mercadotecnia o Diseño Industrial, con conocimientos producción de empaque, envase o embalaje y desarrollo de ideas creativas. Con experiencia profesional demostrable en ámbitos de producción gráfica; que propicie el trabajo en equipo y con un alto sentido de responsabilidad social.