

**PLAN ANALÍTICO
GESTIÓN DE DOCENCIA**



CÓDIGO:

GDO P0 F0

VERSIÓN:

1

VIGENCIA:

FACULTAD: CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS CEAS
PROGRAMA: TECNOLOGIA EN PROMOCION PUBLICITARIA
UNIDAD ACADÉMICA:

1. DENOMINACION

ESPACIO ACADÉMICO: DISEÑO DE EMPAQUES	CÓDIGO: 50275
COMPONENTE: FORMACIÓN PROFESIONAL	MODALIDAD: PRESENCIAL
PERIODO ACADEMICO: I/2013	TIPO DE ASIGNATURA: TEORICO PRACTICA
CRÉDITOS: 3	NÚMERO DE SEMANAS: 16
HORAS TRABAJO PRESENCIAL: 48	INTENSIDAD HORARIA SEMESTRAL: 48
HORAS TRABAJO ASISTIDO:	FECHA INICIO: 6/02/13
HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE: 96	FECHA TERMINACIÓN:
PROFESOR(ES): LAURA PINTO / EDGAR BELTRAN	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS: • Fundamentos del arte y el diseño • fundamentos de publicidad • Dibujo vectorial • Técnicas de composición grafica	

2. JUSTIFICACIÓN

Desde sus primeras apariciones comerciales hasta nuestros días, el envase se ha presentado como un elemento de gran utilidad dentro de la compleja red que se ha tejido para satisfacer muchas de las necesidades de los seres humanos como es el de proteger, contener, conservar, comunicar y transportar diferentes objetos, siendo estas las necesidades que han motivado al ser humano al diseño, la elaboración e implementación de envases por lo tanto, la influencia de los envases está presente en todo los ámbitos que intervienen en el desarrollo de las sociedades, principalmente en el de la producción, distribución y venta de productos.

2. FUNDAMENTACION CONCEPTUAL

- En la actualidad, el empaque es una parte fundamental del producto, porque además de contener, proteger y/o preservar el producto permitiendo que este llegue en óptimas condiciones al consumidor final, es una poderosa herramienta de promoción y venta.
- Es la parte o componente del producto que hace que éste llegue al consumidor o cliente final en las condiciones adecuadas.
- Es el componente que puede ayudar a vender el producto; primero, logrando que el canal de distribución quiera distribuirlo y segundo, logrando una buena impresión en el cliente final de manera que desee adquirirlo.
- Es el elemento que permite establecer una ventaja diferencial con respecto a los productos competidores, en especial aquellos de igual calidad.

4. OBJETIVOS

4.1. GENERAL

- Proporcionar y potenciar las herramientas básicas en el diseño de packaging para una mejor presentación de los productos a través de envases y en embalajes y su aplicación en la publicidad

4.2.ESPECIFICOS

- Analizar, evaluar y validar nuevos diseños de packaging.
- Implementar la metodología de diseño en la gestión de proyectos de packaging.
- Definir y gestionar proyectos de desarrollo packaging.
- Fomentar la capacidad de gestión técnica de los proyectos de Packaging.
- Adquirir los conocimientos básicos sobre los materiales utilizados en la fabricación de envase y embalaje

5. COMPETENCIAS

- Entenderá las diversas tecnologías de envasado y acondicionamiento con base a los requerimientos y exigencias del producto.
- Conocerá los riesgos y fenómenos de interacción de los materiales de envase con los productos.
- Aplicar de forma correcta la legislación vigente en materia de envasado y embalajes de productos.
- Resolverá la problemática del envase como residuo, estudiando las posibilidades y tecnologías de recuperación y reciclado.
- Conocerá y aplicará las herramientas y principios básicos de control de calidad de envases y embalajes y productos envasados
- Utilizará el envase como elemento de marketing.
- Conocerá los factores condicionantes del diseño y selección de envases y embalajes.

6. CONTENIDOS

EJES CONCEPTUALES	TEMATICAS
UNIDAD I: Packaging	Tema 1) Qué es el empaque, funciones
	Tema 2) La etiqueta y tipos
	Tema 3) Materiales Características
UNIDAD II: El empaque y el merchandising	Tema 1) Definición de merchandising
	Tema 2) Aplicación de merchandising
	Tema 3) El empaque y la promoción
UNIDAD III: Marketing Estratégico	Tema 1) Proceso de compra
	Tema 2) Puntos de venta
	Tema 3) Marca
	Tema 4) Producto y consumidor
UNIDAD IV: Normatividad	Tema 1) Dimensiones
	Tema 2) Simbología
	Tema 3) Legislación
	Tema 4) Parámetros ambientales
UNIDAD V: Desarrollo de empaques	Tema 1) Proceso de diseño
	Tema 2) Desarrollo de empaque
	Tema 3) Desarrollo de prototipo

7. METODOLOGÍA:

- El curso se desarrollará siguiendo una temática teórico práctica.
- Clases magistrales de conocimientos teóricos fundamentales.
- Talleres, trabajo de campo, de investigación, Desarrollo y exposición de alumnos sobre temas propuestos
- El estudiante debe plantear una serie de casos prácticos que le permitan establecer su habilidad para la materia.
- Preguntas permanentes que permiten establecer un diálogo entre estudiantes y docente mediante el cual se confirme la asimilación de los conceptos
- Desarrollo de prototipos

8.RECURSOS:

- Apoyo en la exhibición de materiales visuales y audiovisuales
- Video Beam

- DVD
- Tablero
- Materiales de diseño
- Análisis de casos
- Computador , Salas de sistemas

9. EVALUACIÓN

9.1 Criterios:

Demuestra su conocimientos proponiendo el diseño de una piezas para el punto de venta
Identifica los conceptos teóricos y técnicos fundamentales que le permitan introducirse en el mundo del packaging.

- 9.1.1 Se valorará, y siempre de forma positiva, la asistencia a las sesiones
- 9.1.2 Se valora la dedicación al curso demostrada a lo largo de todo el período lectivo a través de las tutorías.
- 9.1.3 La calificación final se compondrá en un 35% 35% y 30%
- 9.1.4 La evaluación se basará tanto en la elaboración, entrega de trabajos y parciales.

Indicadores de desempeño

9.2 Procedimientos (actividades)

- El estudiante realiza un empaque hecho a base de material reciclable para un producto de su elección.
- Realiza un tomo exhibidor sobre los diversos materiales biodegradables usados en la producción de empaques.
- Desarrollo de marcas, aplicación teoría de gestalt.
- Presentación de proyectos.
- El estudiante realiza un trabajo de investigación sobre los diferentes tipos de promoción y la presentación en el punto de venta.
- Desarrollo de prototipos, implementación y seguimiento.
- Estudio de casos
- Investigación sobre los tipos de empresas y comportamiento en el sector

9.3 Instrumentos

Pruebas escritas tipo ECAES, lecturas, guías de trabajo, sustentación práctica, bibliografía.

10. FUENTES BIBLIOGRAFICAS

10.1. BIBLIOGRAFIA

- WONG Wucius, Fundamentos de diseño bi y tridimensional. Editorial Barcelona 1991
- Curso Completo de Dibujo y Pintura. Parramon Ediciones Cuarta Edicion 2002
- HARRIS Paul, Fundamentos del Diseño Creativo. Editorial Parramón 2006
- CALVER Giles, Conceptos Visuales de Publicidad. Editorial Mc Graw Hill

10.2 ENLACES DE CONSULTA EN INTERNET

- www.proyectodiseño.com
- www.marketingfree.com
- www.revistapym.com
- www.museodelenvase.es
- www.museumofbrands.com
- www.graphispack.org
- www.papai-spain.org
- www.smurfitkappa.com.co

PLAN SINTETICO GESTIÓN DE DOCENCIA		CÓDIGO:	GDO P0 F0
		VERSIÓN:	1
		VIGENCIA:	

FACULTAD: CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS CEAS
PROGRAMA: TECNOLOGIA EN PROMOCION PUBLICITARIA
UNIDAD ACADÉMICA:

1. DENOMINACION

ESPACIO ACADÉMICO: DISEÑO DE EMPAQUES	CÓDIGO: 50275
COMPONENTE:	MODALIDAD: PRESENCIAL
PERIODO ACADEMICO: 1/2013	TIPO DE ASIGNATURA: TEORICO-PRACTICA
CRÉDITOS: 3	NÚMERO DE SEMANAS: 16
HORAS TRABAJO PRESENCIAL: 48	INTENSIDAD HORARIA SEMESTRAL: 48
HORAS TRABAJO ASISTIDO:	FECHA INICIO: 06/02/13
HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE: 96	FECHA TERMINACIÓN:
PROFESOR(ES): LAURA PINTO	
CONOCIMIENTOS REQUERIDOS: El estudiante debe tener conocimientos básicos de diseño y fundamentos de publicidad	

2. COMPETENCIAS:

- Entenderá las diversas tecnologías de envasado y acondicionamiento con base a los requerimientos y exigencias del producto.
- Conocerá los riesgos y fenómenos de interacción de los materiales de envase con los productos.
- Aplicar de forma correcta la legislación vigente en materia de envasado y embalajes de productos.
- Resolverá la problemática del envase como residuo, estudiando las posibilidades y tecnologías de recuperación y reciclado.
- Conocerá y aplicará las herramientas y principios básicos de control de calidad de envases y embalajes y productos envasados
- Utilizará el envase como elemento de marketing.
- Conocerá los factores condicionantes del diseño y selección de envases y embalajes.

3. PREGUNTA ORIENTADORA

¿Cuál es la importancia del empaque en los procesos de mercadeo y publicidad?

4. DESARROLLO DEL ESPACIO ACADÉMICO

SEMANA	SESIÓN	HORAS POR SESIÓN	TEMA	ACTIVIDADES		EVALUACIÓN
				PRESENCIAL	INDEPENDIENTE	
1	1	1	Qué es el empaque	CM	Buscara empaques y los traerá a clase	Analizar empaques
	2	2	Funciones del empaque	EC		

2	3	1	La etiqueta	CM	Buscara diferentes tipos de etiquetas	Analizara tipos de etiquetas
	4	2	Tipos de etiqueta	EC		
3	5	1	Definición de merchandising	CM	Investigara que es el merchandising y traerá empaques con merchandising exitoso	Se hará un taller en donde realizaran una caja hecha por adhesión física y se aplicara como merchandising para un producto
	6	2	Merchandising	EC - TE		
4	7	1	El empaque y la promoción	CM	Buscara empaques y los traerá a clase	Se discutirá la lectura e investigación del tema en clase
	8	2	La promoción	EC - TE		
5	9	1	Proceso de compra del consumidor	CM	Investigara sobre el tema	Se hará una mesa redonda en donde se hablara sobre el tema
	10	2	El consumidor	EC - TE		
6	11	1	Materiales Características	CM	Investigara la composición y utilización de cada material en empaques	Realizara un tomo exhibidor que contendrá información y muestras de empaques hechos del material asignado
	12	2	Materiales Características	EC - TE		
7	13	1	Puntos de venta	CM	Investigara sobre el tema.	Se hablara y expondrá acerca del tema
	14	2	Puntos de venta	EC - TE		
8	15	1	Marca	CM	Realizara lecturas recomendadas por el docente	Se analizaran las marcas desde la semántica y la semiología.
	16	2	Estudios de marca	EC - TE		
9	17	1	Producto y consumidor	CM	Realizara lecturas recomendadas por el docente	Se analizara el comportamiento del consumidor respecto al cada producto
	18	2	Producto y consumidor	EC - TE		
10	19	1	Dimensiones	CM	Investigara sobre el tema	Se analizaran diferentes empaques y sus dimensiones según su uso
	20	2	Análisis de las dimensiones	EC - TE		
11	21	1	Simbología	CM	Estudiara el material y elegirá cuales son los utilizados de acuerdo al tipo de empaque	Se verán ejemplos gráficos y se analizara la funcionalidad de cada símbolo
	22	2	Simbología	EC - TE		
12	23	1	Legislación	CM	Investigara sobre el tema	Se estudiara la legislación y los parámetros ambientales
	24	2	Parámetros ambientales	EC - TE		
13	25	1	Proceso de diseño	TA	Investigara y elegirá una marca de bebida alcohólica	Se hará el desarrollo del empaque para una bebida alcohólica
	26	2	Desarrollo de prototipos	DS		
14	27	1	Proceso de diseño	TA	Investigara y elegirá una marca de bebida alcohólica	Se diseñara el empaque para una bebida alcohólica por fotocomposición
	28	2	Desarrollo de prototipos	DS		
15	29	1	Proceso de diseño	TA	Investigara y elegirá una marca de bebida alcohólica	Se diseñara la botella en espuma de poliuretano
	30	2	Desarrollo de prototipos	DS		
16	31	1	Presentación final de prototipos	PF	Entrega final	Entrega final
	32	2	Retroalimentación	PF		

5. FUENTES BIBLIOGRAFICAS

5.1. PLAN LECTOR

5.2. BIBLIOGRAFIA BASICA

5.3. BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA

- WONG Wucius, Fundamentos de diseño bi y tridimensional. Editorial Barcelona 1991
- Curso Completo de Dibujo y Pintura. Parramon Ediciones Cuarta Edicion 2002
- HARRIS Paul, Fundamentos del Diseño Creativo. Editorial Parramón 2006
- CALVER Giles, Conceptos Visuales de Publicidad. Editorial Mc Graw Hill

5.4. ENLACES PARA CONSULTA EN INTERNET

- Johnson T, Bade D. *Export/Import Procedures And Documentation* [e-book]. AMACOM; 2010. Available from: eBook Collection (EBSCOhost), Ipswich, MA.
- Lewis P. *Retail Marketing. Crafts Report* [serial online]. August 2011;37(424):16-18. Available from: Art & Architecture Complete, Ipswich, MA.
- www.proyectodiseño.com
- www.marketingfree.com
- www.revistapym.com
- www.museodelenvase.es
- www.museumofbrands.com
- www.graphispack.org
- www.popai-spain.org
- www.smurfitkappa.com.co

1. ACTIVIDADES PRESENCIALES

Estrategia Metodológica		Estrategia Metodológica	
EC	Estudio de Casos	CM	Clase Magistral
DM	Demostraciones	AP	Análisis de Problemas
TE	Trabajo en Equipo	DS	Diseño de Solución
TA	Taller	LB	Laboratorio
PF	Proyecto	SC	Solución de Casos

1. TRABAJO CON ACOMPAÑAMIENTO

Estrategia Metodológica	
AS	Asesoría
TU	Tutoría

3. TRABAJO INDEPENDIENTE

Estrategia Metodológica	
AP	Avance de Proyecto
EN	Ensayo
TE	Taller en Equipo
LE	Lectura
RP	Resolución de Problemas