



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
 FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
 LICENCIATURA: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:

ENVASE Y EMBALAJE II

IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

MODALIDAD:	Curso				
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórica – Práctica				
SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:	Octavo				
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria				
NÚMERO DE CRÉDITOS:	8				
HORAS DE CLASE A LA SEMANA:	6	Teóricas: 2	Prácticas: 4	Semanas de clase: 16	TOTAL DE HORAS: 96
SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:	Envase y Embalaje I				
SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:	Ninguna				

OBJETIVO GENERAL

Proporcionarle al alumno los conocimientos y habilidades para el estudio y producción de los vehículos de comunicación visual en el área del diseño aplicado al envase y embalaje.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso, el alumno:

- A) Conocerá los factores de mercadotecnia en el método particular del diseño aplicado al envase y el embalaje.
- B) Identificará las tendencias actuales en la generación del envase y el embalaje.
- C) Vinculará los conocimientos adquiridos en su formación académica con la generación de propuestas de diseño aplicado a un proyecto de generación de envase y/o embalaje.

ÍNDICE TEMÁTICO

UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	Factores de Configuración en el Método Particular del Diseño Aplicado al Envase	4	6
2	Factores de Producción en el Método Particular del Diseño Aplicado al Envase	4	6
3	Factores de Comunicación en el Método Particular del Diseño Aplicado al Envase	4	6
4	Cajas	6	12
5	Factores de Mercadotecnia en el Método Particular del Diseño Aplicado al Envase	4	12
6	El marco Conceptual del Análisis del Envase	6	12
7	Tendencias del Envase	4	10
	Total de Horas Teóricas	32	
	Total de Horas Prácticas		64
	Total de Horas		96

1. FACTORES DE CONFIGURACIÓN EN EL MÉTODO PARTICULAR DEL DISEÑO APLICADO AL ENVASE

1.1. Paneles.

1.2. Ubicación.

1.2.1. Frontal.

1.2.2. Lateral.

1.2.3. Superior.

1.2.4. Inferior.

1.2.5. Posterior.

1.3. Elementos gráficos.

1.3.1. Logotipo o marca (Imagen corporativa y nombre de producto).

1.3.1.1. Textos.

1.3.1.2. Marca.

1.3.1.3. uso de producto.

1.3.1.4. Sabor.

1.3.1.5. Características de preparación.

1.3.1.6. Instructivos.

1.3.1.7. Legales.

1.3.2. Colores.

1.3.2.1. Corporativo.

1.3.2.2. Sabor.

1.3.3. Denominación genérica.

1.3.4. Viñeta o foto exclusiva.

1.3.5. Otros.

1.4. Efectos del color y la forma.

1.4.1. Continuidad estable

1.4.2. Parada atencional.

1.4.3. Continuidad dinámica.

2. FACTORES DE PRODUCCIÓN EN EL MÉTODO PARTICULAR DEL DISEÑO APLICADO AL ENVASE

2.1. Objetivos de diseño.

2.1.1. Limpieza.

2.1.2. Carácter.

2.1.3. Legible.

2.1.4. Doble frente.

2.1.5. Resaltar la marca.

2.2. Variables externas.

2.2.1. Distancia.

2.2.2. Ángulo de visión.

2.2.3. Iluminación.

2.2.3.1. Directa.

2.2.3.2. Indirecta.

2.2.3.3. Reflejo de luz.

- 2.2.4. Condiciones ópticas.
- 2.2.5. Espacio de colocación.
- 2.2.6. Legibilidad.

3. FACTORES DE COMUNICACIÓN EN EL MÉTODO PARTICULAR DEL DISEÑO APLICADO AL ENVASE

- 3.1. Punto de venta.
 - 3.1.1. Tipo de producto.
 - 3.1.2. Ventajas al consumidor del producto.
- 3.2. El consumidor.
 - 3.2.1. Hábitos.
- 3.3. Canales de distribución.
- 3.4. Lugar de exhibición.
 - 3.4.1. Estantería.
 - 3.4.2. Anaquel.
 - 3.4.3. Display.

4. CAJAS

- 4.1. Definición.
- 4.2. Clasificación genérica.
 - 4.2.1. Fajilla.
 - 4.2.2. Charola.
 - 4.2.2.1. Charola colapsible.
 - 4.2.2.2. Charola de candado de media luna a la base.
 - 4.2.2.3. Charola display exhibidor.
 - 4.2.3. Cajas convencionales.
 - 4.2.3.1. Cierres o candados tipo Arthur.
 - 4.2.3.2. Cierres o candados de ancla.
 - 4.2.3.3. Cierres o candados semiautomático.
 - 4.2.3.4. Automático.
 - 4.2.3.5. Cuadrado rectangular.
 - 4.2.3.6. Cuadrado con giro a la base.
 - 4.2.3.7. Tipo canasta trapezoidal.
 - 4.2.4. Caja tipo lonchera.
 - 4.2.5. Caja tipo telescópica.
 - 4.2.5.1. Con charola de base y tapa.
 - 4.2.5.2. Con candado hermético.
 - 4.2.5.3. Caja hexagonal.
 - 4.2.5.4. Cierre automático.
 - 4.2.5.5. Cierre convencional.
 - 4.2.6. Charola tipo marco.
 - 4.2.7. Charola candado lateral de ancla.
 - 4.2.8. Colgador expedidor.
- 4.3. Características y propiedades de las cajas.
 - 4.3.1. Resistencia a la rotura.
 - 4.3.2. Resistencia a la fricción.
 - 4.3.3. Grado de satinado.

- 4.3.4. Resistencia al agua.
- 4.3.5. Cualidades de impresión.
- 4.3.6. Impermeabilidad a las grasas.
- 4.3.7. Aspectos técnicos.
 - 4.3.7.1. Identificación de hilo.
 - 4.3.7.2. Gramaje.
 - 4.3.7.3. Medidas.
 - 4.3.7.4. Peso.
 - 4.3.7.5. Puntaje.
- 4.4. Particularidades de uso de las cajas.
- 4.5. Legislación de la bolsa y el saco.
 - 4.5.1. Normatividad.
 - 4.5.2. Código de barras.
 - 4.5.3. Codificación.
 - 4.5.4. Impresión.
 - 4.5.5. Ubicación.
- 4.6. Fabricación de las cajas.
- 4.7. Materiales de las cajas.
- 4.8. Aplicaciones de las cajas.

5. FACTORES DE MERCADOTECNIA EN EL MÉTODO PARTICULAR DEL DISEÑO APLICADO AL ENVASE

- 5.1. Definición de la acción de diseño.
 - 5.1.1. Nuevo.
 - 5.1.2. Rediseño.
 - 5.1.3. Adaptación.
 - 5.1.4. Línea de productos.
- 5.2. Función del empaque.
 - 5.2.1. Deseo de compra.
 - 5.2.2. Promesa básica.
 - 5.2.2.1. Calidad.
 - 5.2.2.2. Sabor.
- 5.3. Plataforma creativa.
 - 5.3.1. Posicionamiento.
 - 5.3.2. Promesa básica de venta.
 - 5.3.3. Razonamiento.
 - 5.3.4. Puntos auxiliares (elementos de comunicación auxiliares:).
 - 5.3.5. Slogan.
- 5.4. Brief.
 - 5.4.1. Estrategia creativa.
 - 5.4.2. Objetivos de comunicación.
 - 5.4.2.1. Primario.
 - 5.4.2.2. Secundario.
 - 5.4.2.3. De audiencia.
 - 5.4.3. Estrategia de redacción.

6. EL MARCO CONCEPTUAL DEL ANÁLISIS DEL ENVASE

6.1. Tabulador forma.

- 6.1.1. Circulo.
- 6.1.2. Vertical.
- 6.1.3. Diagonal.
- 6.1.4. Horizontal.
- 6.1.5. Curva.
- 6.1.6. Otros

6.2. Tipografía.

- 6.2.1. Ligth.
- 6.2.2. Médiun.
- 6.2.3. Bold.
- 6.2.4. Semibold.
- 6.2.5. Extrabold.
- 6.2.6. Condensada.
- 6.2.7. Outline.
- 6.2.8. Italica.
- 6.2.9. Extendida.

6.3. Color.

- 6.3.1. Azul.
- 6.3.2. Rojo.
- 6.3.3. Amarillo.
- 6.3.4. Negro.
- 6.3.5. Blanco.
- 6.3.6. Oro.
- 6.3.7. Plata.

6.4. Análisis connotativo del lexema.

- 6.4.1. Significados subjetivo (lexema).

6.5. Análisis denotativo del lexema.

- 6.5.1. Significado etimológico.

6.6. Contenido del envase.

6.7. Viñeta.

6.8. Análisis de niveles de signo.

- 6.8.1. Sintáctico.
- 6.8.2. Semántico.
- 6.8.3. Pragmático.

6.9. Análisis fonético.

- 6.9.1. Fonemas.
- 6.9.2. Vocales.
- 6.9.3. Consonantes.
- 6.9.4. Efectos.

6.10. Conclusiones.

7. TENDENCIAS DEL ENVASE

7.1. El estudio de la mercadotecnia aplicada.

7.2. Tecnología para el envase.

- 7.2.1. En el diseño.

- 7.2.2. En los materiales.
- 7.2.3. En la producción.
- 7.2.4. En la exhibición.
- 7.2.5. En la distribución.
- 7.3. Particularidades de los estilos contemporáneos del diseño.
 - 7.3.1. En la estructura.
 - 7.3.2. En diseño gráfico aplicado.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Fornary, Tulio, *Diseño y Producción*, México, Editorial Colec. CyAD. UAM-A, 1993.
- Glenn, Davis, *Packaging Machinery Operation Vol. III*, USA, Editorial Packaging Machinery Manufacturers Institute, 1981.
- Kühne, Günther, *Envase y embalajes de plástico*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1996.
- Robertson, Gordon L., *Food Packaging Principles and Practices*, Editorial Marcel Dekker Inc., 1993.
- Sonsino, Steven, *Packaging*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1990.
- **Folletos de Asociación Mexicana del Código del Producto**
- *El código de barras en la exportaciones*
- *Guía de colores*
- *El papel del código EAN en la industria*
- *Por qué un código de barras*
- *Guía para la impresión del código de barras.*
- Rodríguez T, José Antonio, *Introducción a la ingeniería de empaques*, Editorial Particular, 1991.
- Abad Sánchez, Antonio, *Manual del Diseñador*, México, Editorial Porrúa/UAM A, 1993.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Duran, Alfonso, *Psicología de la publicidad y de la venta*, España, Editorial Ediciones CEAC, 1989.
- *El diseño Industrial*, Barcelona, Editorial Salvat, Grandes Temas, 1974.

CIBERGRAFÍA

<http://www.envapack.com/>

<http://www.impivadisseny.es/>

<http://www.thelmatorres.com/>

<http://www.packaging.enfasis.com/contenidos/home.html>

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	✓
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	✓
Prácticas de campo	
Otras	

MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	✓
Asistencia	✓
Exposición de seminarios por los alumnos	

PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
Diseño Industrial ó, Diseño Gráfico ó, Comunicación Gráfica.	Diseño Industrial		Diseño Industrial.