

**GOBIERNO CONSTITUCIONAL DEL ESTADO LIBRE Y SOBERANO DE OAXACA
COORDINACIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR, CIENCIA Y
TECNOLOGÍA
DIRECCIÓN DE PROGRAMACIÓN Y EVALUACIÓN
DEPARTAMENTO DE INCORPORACIÓN DEL TIPO MEDIO SUPERIOR, SUPERIOR Y
CAPACITACIÓN PARA EL TRABAJO DE ESCUELAS PARTICULARES**

PROGRAMA DE ESTUDIO

| |
|--------------------------------|
| NOMBRE DE LA ASIGNATURA |
| DISEÑO DE EMPAQUE |

| | | |
|-----------------|-------------------------------|-----------------------|
| CICLO | CLAVE DE LA ASIGNATURA | TOTAL DE HORAS |
| OCTAVO SEMESTRE | DGMP- 803 | 48 |

OBJETIVO(S) GENERAL(ES) DE LA ASIGNATURA

Proporcionar al alumno los fundamentos históricos, legales, teóricos y metodológicos del diseño de empaques, lo que le permitirá contar con los elementos técnicos, ergonómicos, productivos, comunicativos, de uso y funcionalidad para evaluar la viabilidad económica y materiales respondiendo a la normatividad internacional, nacional y local del desarrollo de empaques.

TEMAS Y SUBTEMAS

1. HISTORIA DEL EMPAQUE

- 1.1 Historia del empaque
- 1.2 Diferencias entre empaque y envase
- 1.3 Aplicaciones publicitarias al empaque

2. LA MERCADOTECNIA Y EL DISEÑO DE EMPAQUE

- 2.1. Variables : producto, promoción y publicidad
- 2.2. Ubicación del producto
- 2.3. Análisis del usuario
- 2.4. Análisis de la competencia
- 2.5. Análisis del producto
- 2.6. Diseño de encuestas
- 2.7. Estrategia y concepto de diseño

3. PROCESO DE DISEÑO

- 3.1. Funciones del empaque
- 3.2. Consideraciones generales
 - 3.2.1. Materiales: ventajas y desventajas
- 3.3. Consideraciones físico – químicos
 - 3.3.1 Empaque y embalaje
- 3.4. Consideraciones económicas
- 3.5. Relación con el medio ambiente
- 3.6. Normas y registro legales
- 3.7. Ejercicios de aplicación

4. CARACTERÍSTICAS DEL EMPAQUE

- 4.1 identificable
- 4.2 Informativo
- 4.3 Responsable
- 4.4 Inmediato
- 4.5 Textura
- 4.6 Funcional
- 4.7 Confiable

5. ASPECTOS A CUIDAR EN EL REDISEÑO DE UN EMPAQUE

- 5.1 Mantener la identidad del producto
- 5.2 Mantener la identidad corporativa
- 5.3 Asegurar que la calidad del producto haya sido mejorada si el empaque refleja mejoras del producto
- 5.4 Crear mayor interés en el producto
- 5.5 Extender la imagen de calidad a otras líneas de productos

6. PROCESO DE DISEÑO DE ETIQUETAS

- 6.1. Características y funciones
- 6.2. Punto de venta
- 6.3. Presentación final (dummy)

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

BAJO LA CONDUCCIÓN DEL DOCENTE:

- Análisis del producto y calidad
- Observación directa
- Exposiciones
- Diseño de etiquetas
- Diseño de empaques

INDEPENDIENTES:

- Proyecto final
- Bocetos
- Manejo de software
- Bosquejos digitales
- Observación videos tutoriales

CRITERIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Los procedimientos de evaluación se llevarán a cabo en tres momentos durante el desarrollo de la asignatura, es decir: diagnóstica, formativa y sumativa o final, a través de los siguientes criterios:

| | |
|----------------------------------|-----|
| Organizadores gráficos..... | 10% |
| Portafolio de evidencias..... | 30% |
| Trabajo de proyecto | 20% |
| Tres evaluaciones parciales..... | 15% |
| Proyecto final..... | 25% |

La suma de todos los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación deberán integrar el 100% de la calificación.

**BIBLIOGRAFÍA
BÁSICA**

| | TIPO | TÍTULO | AUTOR | EDITORIAL | AÑO |
|---|-------|--------------------------------------|---------------------------------|------------------------|------|
| 1 | LIBRO | GUÍA COMPLETA DEL DISEÑO GRÁFICO | GÓMEZ PALACIO BRYONY | PARRAMON | 2011 |
| 2 | LIBRO | TEORÍA Y ESTRUCTURA DE LA PUBLICIDAD | RODRÍGUEZ CENTENO JUAN CARLOS | SINTESIS | 2017 |
| 3 | LIBRO | DELICIOSOS | FLAMANT MANUEL | PROMOPRESS | 2017 |
| 4 | LIBRO | TÉCNICAS DE VENTAS | NAVARRO MEJÍA MARIANA ELIZABETH | RED DEL TERCER MILENIO | 2012 |

CONSULTA

| | | | | | |
|---|-------|--|---------------|--------------|------|
| 5 | LIBRO | PAPEL Y TINTA “ UN CATÁLOGO DE TÉCNICAS, MÉTODOS Y MATERIALES PARA IMPRIMIR” | FOSTER JHON | GUSTAVO GILI | 2015 |
| 6 | LIBRO | LOGO | EVAMY MICHAEL | TH | 2015 |
| 7 | LIBRO | LOGO TYPE | EVAMY MICHAEL | THAMES | 2016 |

PERFIL PROFESIONAL DEL DOCENTE

Licenciado en Mercadotecnia, Licenciado en Publicidad, Licenciado en Diseño Gráfico.

- Poseer como mínimo el título y cédula profesional correspondiente a nivel licenciatura o experiencia docente o laboral de cinco años en el área respectiva.