



Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores

GUIA DOCENTE

PKG y COMUNICACIÓN **2025-26**

Especialidad: **OPTATIVA**

Curso 2025/2026

- 1. Datos de identificación → 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación → 3. Conocimientos recomendados → 4. Competencias de la asignatura → 5. Resultados de aprendizaje → 6. Contenidos → 7. Volumen de trabajo/ Metodología → 8. Recursos → 9. Evaluación → 10. Bibliografía

→ 1. Datos de identificación

DATOS DE LA ASIGNATURA

Centro	Escola d'Art i Superior de Disseny de València		
Título			
Departamento	Gráfico		
Mail del departamento	dpto_grafico@easdvalencia.com		
Asignatura	PKG y COMUNICACIÓN		
Web	easdvalencia.com		
Horario			
Lugar impartición	Velluters	Horas semanales	4
Código		Créditos ECTS	6
Ciclo		Curso	4º
Duración	Semestral	Idioma	Castellano/ Inglés
Tipo de formación	OP	Tipo de asignatura	40% presencial 60% autónomo

DATOS DEL PROFESORADO

Docente/s responsable/s	Roberto Hoffman y Nacho Lavernia
Correo electrónico	
Horario tutorías	
Lugar de tutorías	Departamento de gráfico



→ 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

El packaging es una disciplina del diseño a caballo entre producto y diseño. Hay aspectos como el volumen, la forma, la construcción, la producción y los materiales que tienen más que ver con la disciplina del diseño de producto. Pero el packaging también es un elemento de comunicación que tienen las empresas para llegar a su público objetivo. Este aspecto entra de lleno en la disciplina del Diseño Gráfico. Y es en este aspecto donde vamos a centrar el contenido de esta asignatura. El packaging desde el punto de vista de la comunicación y el diseño gráfico tiene ciertas especificidades que lo hacen único. La interacción del PKG con el cliente; El cliente toca, siente, huele, usa. El volumen; se trata de diseño gráfico en las tres dimensiones. El uso de materiales; el número de técnicas y materiales usados en el packaging que crece cada año. El propósito de la asignatura es ayudar a los alumnos a entender esta disciplina y aplicar sus conocimientos de diseño para solucionar los proyectos de comunicación de packaging.

En la asignatura aprenderemos a trabajar proyectos de packaging desde la metodología y la solución de problemas de comunicación. Aprenderemos a escoger y trabajar con tipografías. Aprenderemos a trabajar la composición en tres dimensiones. Aprenderemos a trabajar los conceptos comunicativos propios de la identidad y aplicarlos al packaging. Aprenderemos en definitiva a resolver problemas de Packaging desde la perspectiva de la comunicación.

→ 3. Conocimientos previos recomendados

Conocimientos básicos de los programas generales del paquete adobe, sobre todo Illustrator y Photoshop.

→ 4. Competencias de la asignatura

Se presentan a continuación las competencias a cuyo logro contribuye la asignatura de **Nombre de la asignatura**.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT01	Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
CT02	Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente
CT03	Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza
CT08	Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos

COMPETENCIAS GENERALES

CG11	Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
------	---



CG20

Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE04

Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos

CE05

Establecer estructuras organizativas de la información

CE08

Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto

→ 5. Resultados de aprendizaje

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

COMPETENCIAS RELACIONADAS

R.A. 1 utilizar correctamente herramientas (metodológicas y técnicas) para investigar, definir, desarrollar y visualizar la idea (conceptos, estilo gráfico, cromatismos, narración, planos, movimientos de cámara, etc.). Y así, poder comunicarlo a otras personas con claridad.

CT01, CT02, CG11, CE05, CE08

R.A. 2 bocetar y desarrollar diferentes propuestas para concretar el mensaje, de forma coherente y eficaz a partir de un briefing propuesto.

CT02, CT03, CG11, CG20, CE04, CE08

R.A. 3 concebir mensajes comunicativos gráficos originales, muy coherentes y eficaces respecto al briefing de un proyecto de packaging propuesto.

TODAS

R. A. 4 ejecutar proyectos de diseño gráfico con una buena metodología, con buena capacidad de aprendizaje y con responsabilidad para finalizar en tiempo y forma el proyecto.

CT01, CT02, CT03, CG11, CG12, CE04, CE05, CE08

R. A. 5 presentar correctamente el proyecto, con alta calidad gráfica, técnica y coherencia. Utilizando un patrón de organización del contenido y una correcta expresión oral y escrita, con argumentos coherentes y profesionales.

CT03, CT08, CG11, CE05, CE08



→ 6. Contenidos

Unidad 1_ Packaging y comunicación:

Entendemos el PKG como una herramienta de comunicación. El envase es transmisor de una idea. El PKG como soporte gráfico. (4 sesiones). En este proyecto proveemos al alumno de un envase en blanco sobre el que “actuar” y una marca. Al final del proyecto se presentará una maqueta física.

Unidad 2_ Packaging y marca:

El PKG como herramienta de la marca. ¿Puede el PKG hacer marca?. ¿Qué relación tiene con el Branding?. El PKG como elemento de la identidad visual global corporativa. ¿Puede el PKG transmitir valores de personalidad de la marca?.

Unidad 3_ Proyecto Real:

Trabajar el proyecto en colaboración con una empresa local. La idea es ser un laboratorio de ideas. La empresa propone un briefing que cierra en colaboración con el profesor. Es el proyecto más importante del curso. Al final se expone a la empresa.

→ 7. Volumen de trabajo / Metodología

7.1 Actividades de trabajo presencial

ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
<i>Clase presencial</i>	Exposición de contenidos por parte del profesorado o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	Todos	30
<i>Clases prácticas</i>	Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el o la docente. Estudio de casos, proyectos, talleres, problemas, estudio de campo, aula de informática, laboratorio, visitas a exposiciones/ conciertos/ representaciones/audiciones..., búsqueda de datos, bibliotecas, en Internet, etc. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumnado.	Todos	80



<i>Tutoría</i>	Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor o tutora con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.		7
<i>Exposición trabajo</i>	Aplicación de conocimientos interdisciplinares.		2
<i>Evaluación</i>	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumnado.	Todos	1
SUBTOTAL			120

7.2 Actividades de trabajo autónomo

<i>Trabajo autónomo</i>	Estudio del alumno o alumna: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	Todos	45
<i>Estudio práctico</i>	Preparación en grupo de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,... para exponer o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.	Todos	33
<i>Actividades complementarias</i>	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...		2
SUBTOTAL			80
TOTAL			200

→ 8. Recursos

Pizarra, Ordenadores, Cañón de proyección, Material audiovisual, Recursos multimedia, Repositorios web, Biblioteca Centre de Documentación del Diseño, IMPIVA; La Suite de Adobe. Visita a estudio de diseño. Visita a empresa de PKG.

→ 9. Evaluación

9.1 Convocatoria ordinaria



9.1.1 Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN / CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
<p>Las actividades se calificarán del 1 al 10. El/la docente podrá otorgar distintos porcentajes a cada una de las fases del proyecto hasta sumar el 100% de la evaluación. Para evaluar los trabajos se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología. También se indicarán los porcentajes otorgados a cada uno de ellos. Este instrumento de evaluación será dado a conocer a los estudiantes. La calificación final será el resultado de la media aritmética de las actividades realizadas. Sistemas de recuperación. Las actividades que no alcancen los resultados de aprendizaje previstos, deberán repetirse siguiendo las indicaciones dadas por el/la docente y en los plazos que él determine.</p>	Todos

9.1.2 Alumnado con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN / CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
<p>El alumnado que hayan superado el 20% en faltas de asistencia deberán entregar las mismas actividades planteadas en el semestre. Además, el docente puede plantear a las pruebas de evaluación mencionadas, algún tipo de práctica adicional o examen práctico adicional para su evaluación.</p>	Todos

9.2 Convocatoria extraordinaria

9.2.1 Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN / CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados



Las actividades se calificarán del 1 al 10. El/la docente podrá otorgar distintos porcentajes a cada una de las fases del proyecto hasta sumar el 100% de la evaluación. Para evaluar los trabajos se utilizará una rúbrica donde se especificarán los resultados de aprendizaje y los indicadores (resultados de aprendizaje más concretos) según sea su tipología. También se indicarán los porcentajes otorgados a cada uno de ellos. Este instrumento de evaluación será dado a conocer a los estudiantes. La calificación final será el resultado de la media aritmética de las actividades realizadas. Sistemas de recuperación. Las actividades que no alcancen los resultados de aprendizaje previstos, deberán repetirse siguiendo las indicaciones dadas por el/la docente y en los plazos que él determine.

Todos

9.2.2 Alumnado con pérdida de evaluación continua (+20% faltas asistencia)

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN / CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
El alumnado que hayan superado el 20% en faltas de asistencia deberán entregar las mismas actividades planteadas en el semestre. Además, el docente puede plantear a las pruebas de evaluación mencionadas, algún tipo de práctica adicional o examen práctico adicional para su evaluación.	Todos

→ 10. Bibliografía

Blasco, Laia (2011). *Sobreimpresión de la pantalla al papel y viceversa*. Barcelona: Index Book.

Bibliografía complementaria:

Libro

VV.AA ; . (2019). The Package Design Book 5. Taschen.

Carolina Amell (2016). Illustrated Packaging. Ed.Monsa

Wang Shaoqiang (2013). Unpack Me! – Nuevos Diseños De Packaging; Ed: Promopress

Wang Shaoqiang (2022). Unpack Me again! ; Ed: Promopress



Rachel Wiles (2012). Handmade Packaging Workshop; Ed: Thame & Hudson

Josep Maria Garrofé (2016). New Structural Packaging Gold; Ed: Promopress

Miquel Abellán. Green Packaging Solutions; Ed: Monsa

Toby Ibbotson. Eco Packaging Now; Ed: Images Publishing

Frascara, J. (2000). Diseño gráfico y comunicación. Buenos Aires:Infinito.

Pelta, R. (2005). Diseñar hoy. Barcelona: Paidós Diseño.

Shaughnessy, A. (2005). Cómo ser diseñador gráfico sin perder el alma. Barcelona: IB.

Chaves, N. (2008). Marca: Los significados de un signo identificador. Buenos Aires:Ediciones Infinito.

González, J. (2002). Identidad Visual Corporativa. La imagen de nuestro tiempo. Editorial Síntesis.

Mono Studio. (2006). Identidad corporativa del Brief a la solución final. Barcelona: Ed: GG.

Apellido, Nombre (año). *Título de la obra en cursiva*. Ciudad de publicación: Editorial.