

GUÍA DOCENTE DISEÑO DE PACKAGING

GRADO EN DISEÑO INTEGRAL Y GESTIÓN DE LA IMAGEN

CURSO 2026-27

Fecha de publicación: 26-06-2026



I.-Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Período de impartición	2 curso, anual
Nº de créditos	6
Idioma en el que se imparte	Castellano

II.-Presentación
El packaging es el arte y tecnología de embalar productos para su protección y facilidad de manejo de cara a su transporte, almacenaje y distribución comercial. El packaging es, a su vez, una herramienta determinante para generar valor y diferenciación en la oferta comercial de productos. En esta asignatura el alumno aprenderá los procesos de diseño, evaluación y producción de envases, así como los tipos principales de embalajes, sus funciones y características. Se hará hincapié en sensibilizar al alumno en temas de medio ambiente y sostenibilidad como futuro diseñador y parte activa del proceso de empleo de recursos naturales. Se le introducirá en el contexto de la ecología industrial, en lo referente a los procesos de fabricación y diseño, con el objetivo desarrollar proyectos compatibles con el desarrollo sostenible. Relación con otras asignaturas Se complementa con las asignaturas "Procesos de producción gráfica editorial" y "Procesos de producción industrial" de 3º curso, 1º cuatrimestre. Esta asignatura forma parte del grupo de asignaturas que desarrollan aspectos concretos y finalistas del diseño de objetos funcionales: - Diseño de packaging - Diseño de equipamiento y dispositivos - Diseño de mobiliario Requisitos previos Es recomendable haber superado las asignaturas "Representación y comunicación gráfica" y "Representación y comunicación arquitectónica" de 1º curso, 2º cuatrimestre.
II.B-Presentación en inglés
null



III.-Resultados de Aprendizaje

CE05. Conocimientos de antropometría y ergonomía. Estudio de las medidas del cuerpo humano y de los objetos en relación al cuerpo humano.

CE06. Conocimiento adecuado y aplicado al diseño de los métodos de evaluación de la usabilidad. Análisis de funcionalidad y aplicación de sistemas de medición para determinar qué elementos posibilitan o dificultan su uso.

CE07. Conocimientos adecuado y aplicado al diseño y la arquitectura de las características físicas y químicas de los materiales de construcción, de su tecnología, técnicas de producción y ensamblaje

CE08. Conocimientos adecuado de los procesos de desarrollo del producto de diseño en todas sus fases: desde su concepción, hasta su comercialización, implementación y gestión de la imagen.

CE16. Aptitud para el análisis de condicionantes y definición de criterios del proyecto de diseño (Design Thinking), planteamiento de problemas de diseño (Design Process) y métodos de diseño y proyecto (Design Science).

CE18. Capacidad para decidir criterios de construcción, elección de materiales y sistemas productivos en función de aspectos tanto constructivos como creativos, de comunicación y de funcionalidad.

CE19. Capacidad para aplicar las normas técnicas y constructivas.

CE22. Capacidad para definir y gestionar presupuestos de proyecto para la correcta imputación de sus costes.

CT1. Capacidad de razonamiento crítico y razonamiento estratégico. Capacidad de resolver problemas y tomar decisiones (análisis y síntesis) en función de objetivos derivados del razonamiento crítico.

CT3. Capacidad para visualizar y comunicar visualmente la información.

CT6. Compromiso ético. Capacidad de integrar en el ejercicio profesional la sensibilidad hacia el medio ambiente, el patrimonio cultural, la diversidad y la multiculturalidad, la discapacidad y las buenas prácticas empresariales.

CT7. Capacidad de juicio estético a través del conocimiento de sus teorías y de la experiencia, disfrute y obtención de un bagaje personal en lo sensorial y sensible.

CT8. Capacidad para el aprendizaje autónomo y la adaptación a nuevas situaciones.

CT9. Capacidad creativa, entendida como capacidad de generar y producir nuevas ideas o conceptos, o de encontrar nuevas asociaciones entre los ya conocidos llegando a conclusiones nuevas, e identificar y resolver problemas de una forma original y relevante proponiendo mejoras e innovaciones.

• Leyenda para las titulaciones no adaptadas al RD 822/21: **CB** - competencias básicas, **CG** - competencias generales, **CE** - competencias específicas, **CT** - competencias transversales.

• Leyenda para las titulaciones adaptadas al RD 822/21: **CON** - conocimientos, **COM** - competencias, **HAB** - habilidades.



IV.-Contenido

IV.A.-Temario de la asignatura

BLOQUE I: FUNDAMENTOS DEL PACKAGING

Este primer bloque introduce los fundamentos del packaging como disciplina, abordando su sentido y evolución hasta su contexto actual. En él se analizan las necesidades que justifican el envasado y las funciones que desempeña, así como su desarrollo histórico para comprender cómo ha ido adaptándose a las distintas sociedades. Asimismo, se estudia la situación contemporánea del envase, atendiendo a los cambios socioeconómicos, los avances tecnológicos y la transformación del comercio minorista, poniendo especial atención en cómo estos factores influyen en la práctica del diseño y en el papel que el packaging desempeña en la actualidad.

BLOQUE II: MATERIALES Y RECURSOS GRÁFICOS

Este bloque se centra en el conocimiento de los elementos materiales y gráficos que intervienen en el diseño de envases, abordando tanto su dimensión estructural como comunicativa. En él se estudian los distintos tipos de envases y los principales materiales empleados en su fabricación —como papel, cartón, vidrio, metales, plásticos, madera y materiales compuestos—, analizando sus características, propiedades y aplicaciones. Asimismo, se exploran los recursos gráficos esenciales, como el color, la tipografía y la imagen, entendidos como herramientas fundamentales para la construcción del mensaje visual, la identidad del producto y su capacidad de atracción en el punto de venta.

BLOQUE III: PROCESO DE DISEÑO

Este bloque aborda el proceso de diseño de packaging como una metodología estructurada que combina análisis, creatividad y desarrollo técnico. A lo largo de los temas se profundiza en la comprensión del briefing como punto de partida del proyecto, así como en las estrategias de trabajo y generación de conceptos mediante la creatividad aplicada. Además, se exploran diversas fuentes de inspiración y criterios fundamentales como la funcionalidad, la identificación, la personalidad y la navegación del envase. El bloque también presta atención a la dimensión formal y estructural del packaging, incluyendo aspectos de ergonomía, y culmina con el desarrollo de propuestas a través de bocetos, maquetas y prototipos, tanto en formato físico como digital, esenciales para la validación y comunicación del diseño.

BLOQUE IV: MERCADO Y LEGISLACIÓN

Este bloque se centra en la comprensión del packaging desde una perspectiva estratégica, comercial y normativa, analizando su relación directa con el consumidor y el contexto de mercado. En él se estudian los diferentes perfiles de público y sectores, así como las herramientas de investigación, análisis y definición de estrategias que orientan el diseño. Asimismo, se profundiza en el papel de la marca y su desarrollo a través de submarcas, extensiones y marcas de distribuidor, entendidas como elementos clave en la diferenciación del producto. Finalmente, se abordan los aspectos legales que afectan al envase, incluyendo la normativa de etiquetado, los símbolos obligatorios y los sistemas de identificación como el código de barras, imprescindibles para su correcta comercialización.

BLOQUE V: DISEÑO SOSTENIBLE

Este bloque aborda el diseño de packaging desde una perspectiva sostenible, poniendo el foco en la responsabilidad medioambiental y el impacto de los envases a lo largo de todo su ciclo de vida. En él se analizan las implicaciones del diseño responsable, la gestión de residuos y la importancia de considerar cada fase del producto, desde su producción hasta su eliminación. Asimismo, se estudian alternativas y estrategias orientadas a la sostenibilidad, como el uso de materiales biodegradables y compostables, junto con principios clave como eliminar, reducir y reutilizar, sin olvidar el reciclaje como parte esencial en la transición hacia modelos de consumo más respetuosos con el entorno.

BLOQUE VI: PRODUCCIÓN Y TESTING

Este bloque se centra en la fase de producción del packaging, abordando los aspectos técnicos necesarios para llevar el diseño a su materialización final y garantizar su viabilidad. En él se estudian los principales sistemas de impresión y los distintos acabados que aportan valor estético y funcional al envase. Asimismo, se introduce la dimensión de la ingeniería aplicada al packaging, así como los procesos de testing, fundamentales para evaluar el comportamiento, la resistencia y la adecuación del envase a sus condiciones reales de uso, asegurando así su calidad, eficacia y correcta implementación en el mercado.

BLOQUE VII. PACKAGING RESPONSABLE



Este bloque se centra en la dimensión ética y social del packaging, abordando la responsabilidad que asumen las marcas en la comunicación y diseño de sus envases. En él se analizan cuestiones como la responsabilidad corporativa, el posible uso de mensajes engañosos o confusos y la influencia del packaging en la construcción de imaginarios relacionados con género, edad, sexualidad o diversidad cultural. Asimismo, se estudian las prácticas vinculadas a productos orgánicos y al comercio ético, destacando la importancia de la transparencia, la honestidad y el compromiso social en el diseño, con el fin de fomentar un consumo más consciente y responsable.

IV.B.-Actividades formativas

Tipo	Descripción
Tutorías académicas	Reunión de carácter orientativo e informativo sobre aspectos relevantes de la asignatura y dificultades encontradas.
Asistencia a clases teóricas	Asistencia y seguimiento de lecciones magistrales en las que se desarrollan los contenidos teóricos evaluables.
Otras actividades	Visita, si procede, a exposiciones, eventos, charlas u otras actividades relacionadas con los contenidos de la asignatura.
Lecturas	Lectura de material bibliográfico proporcionado por el profesorado para profundizar en los contenidos de la materia.
Trabajos individuales	Elaboración de ejercicios prácticos vinculados con la investigación de diseño de packaging.
Trabajos colectivos	Realización de práctico grupal en el que se desarrollará un proyecto completo de packaging.
Resolución de ejercicios, problemas, casos	Ejecución manual de ejercicios cortos propuestos y que se llevarán a cabo de manera presencial en el tiempo de clase.
Realización de pruebas	Prueba tipo test realizada a través del Aula Virtual, orientada a la evaluación de los contenidos teóricos del temario.
Presentaciones orales	Presentación y/o valoración de trabajos prácticos realizados en el contexto de la asignatura



V.-Tiempo de trabajo del alumnado (30h grado y 25h máster)

Clases teóricas	22
Clases de resolución de ejercicios, problemas, casos, etc.	6
Prácticas en laboratorios experimentales, tecnológicos, clínicos, campo, etc.	0
Realización de pruebas	2
Tutorías académicas	9
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc.	0
Preparación de clases teóricas	18
Preparación de prácticas/ejercicios/casos	15
Preparación de pruebas	18
Total de horas de trabajo del alumnado	90

VI.-Metodología y plan de trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 21 a Semana 35	IMPARTICIÓN DE CLASES TEÓRICO-PRÁCTICAS Clases magistrales presenciales.
Prácticas	Semana 21 a Semana 35	RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS Y CASOS PRÁCTICOS Prácticas propuestas: - Situación internacional del sector de la moda - Importancia RSC y ética empresarial - Casos de internacionalización de empresas de moda - Planes de apoyo a la internacionalización del sector
Clases Teóricas	Semana 21 a Semana 35	Lecturas especificadas para cada uno de los temas
Tutorías académicas	Semana 21 a Semana 35	Tutorías grupales o individuales presenciales o en remoto. Quedarán especificadas a comienzo de curso
Pruebas	Semana 21 a Semana 35	EXÁMENES DE CONTENIDO TEÓRICO-PRÁCTICO
Clases Teóricas	Semana 21 a Semana 35	Casos prácticos de internacionalización
Clases Teóricas	Semana 21 a Semana 35	Estudio y análisis por equipos de casos de empresas



VII.-Método de evaluación

El modelo de evaluación general es la evaluación continua, tal como establece el Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

Deberán utilizarse todos los sistemas de evaluación establecidos para la asignatura en la memoria de la titulación, excepto aquellos que tuviesen una ponderación mínima del 0%, que podrán utilizarse en los cursos académicos en los que el profesorado lo considere oportuno. Cada uno de los sistemas de evaluación podrá ser aplicado mediante una o más actividades de evaluación, coherentes con ese sistema. Ninguna de las actividades de evaluación podrá superar individualmente el 60% de la calificación global de la asignatura.

La suma de las actividades de evaluación no revaluables no podrá superar el 40% de la calificación global de la asignatura y, en general, no deberían tener nota mínima (salvo en el caso de actividades de carácter práctico en las que, estrictamente, no pudieran reproducirse en la convocatoria extraordinaria las condiciones de evaluación de la convocatoria ordinaria).

El alumnado que no consiga superar la asignatura en la convocatoria ordinaria, o no se hayan presentado, podrán presentarse a la convocatoria extraordinaria únicamente a las actividades de evaluación revaluables no superadas.

El uso de herramientas basadas en inteligencia artificial está prohibido en cualquier ejercicio y prueba de evaluación de la asignatura salvo que el profesor lo indique de forma explícita en el enunciado o en el material de esta. En caso de que esté permitido, se darán indicaciones precisas de qué usos están permitidos y cuáles no.

La distribución y características de las actividades de evaluación son las que se describen a continuación.

VII.A.- Descripción de las actividades de evaluación y su ponderación

SE1. PRUEBA ESCRITA (EXAMEN TEÓRICO-PRÁCTICO DE CONTENIDOS):

- Actividad presencial.
- 60% NOTA FINAL. Nota mínima para aprobar 5/10.
- Actividad reevaluable.

SE2. VALORACIÓN DE TRABAJOS INDIVIDUALES Y/O COLECTIVOS Es necesario tener una nota mínima en la prueba escrita para sumar la nota de la presentación de los trabajos individuales y/o grupales.

- 40% NOTA FINAL.
- Actividad NO reevaluable

VII.B.- Evaluación del alumnado con dispensa académica de asistencia a clase

La concesión de Dispensa Académica de Asistencia a Clase (DAAC) no implica que se quede automáticamente eximido de participar en las actividades de evaluación continua ni en las actividades formativas presenciales de asistencia obligatoria establecidas en la guía docente. Una vez concedida la dispensa, el alumnado deberá contactar con el docente, que podría proponerle las adaptaciones que considere convenientes, siempre que garanticen la adquisición y adecuada evaluación de los resultados de aprendizaje previstos. El alumnado deberá mantener a lo largo de curso una comunicación fluida con el docente para que este le proporcione información sobre las fechas en que se realizarán esas actividades formativas y de evaluación, en caso de que su programación no estuviese ya fijada y a disposición del alumnado en el momento de la concesión de la dispensa.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Sí

VII.C.- Revisión y reclamación de las actividades de evaluación

Se realizará conforme al Reglamento de evaluación de los resultados de aprendizaje de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.D.- Alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales



Con el fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, las adaptaciones curriculares para alumnado con discapacidad o con necesidades educativas especiales serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad, de acuerdo con la normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Para que esas adaptaciones puedan realizarse, será requisito la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que el alumnado con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con este servicio para analizar conjuntamente las distintas opciones.

VII.E.- Conducta académica, integridad y honestidad académica

La Universidad Rey Juan Carlos está plenamente comprometida con los más altos estándares de integridad y honestidad académica, por lo que estudiar en la URJC supone asumir y suscribir los valores de integridad y la honestidad académica recogidos en el Código Ético de la Universidad.

Para acompañar este proceso, la Universidad dispone de la Normativa de Convivencia de la Universidad Rey Juan Carlos y de diferentes herramientas (antiplagio, supervisión) que ofrecen una garantía colectiva para el completo desarrollo de estos valores esenciales.

Las herramientas basadas en inteligencia artificial pueden mejorar la experiencia de aprendizaje, pero debe utilizarse de forma ética, legal, honesta y transparente. Por este motivo, deben seguirse las recomendaciones de uso adecuado indicadas por los docentes de la asignatura.



VIII.-Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica

Bibliografía complementaria

Pla Barber, J.; León Darder, F. (2016): "Dirección Internacional de la Empresa", McGraw-Hill Interamericana de España.
Guerras Martín, L.A.; Navas López, J.E. (2023): "Fundamentos de dirección estratégica de la empresa", Civitas, Madrid, 3ª edición.
Testa, S.; Saviolo, S. (2010): "La gestión de las empresas de moda", Editorial Gustavo Gili, 3ª edición
Dillon, S. (20129: "Principios de gestión de empresas de moda", Editorial Roselló, Barcelona

IX.-Profesorado

