



## SILABO

### ENVASES Y EMBALAJES

#### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1.	Código	:	083638
1.2.	Ciclo	:	VI
1.3.	Créditos	:	3
1.4.	Área curricular	:	Formación Profesional
1.5.	Condición	:	Obligatoria
1.6.	Semestre Académico	:	2019 - II
1.7.	Duración	:	16 semanas: 64 horas
1.8.	Horas semanales	:	4 HT: 2 HP: 2
1.9.	Requisitos	:	Logística
1.10.	Facultad	:	Ciencias Administrativas
1.11.	Escuela Profesional	:	Administración de Negocios Internacionales
1.12.	Profesor	:	Comisión Académica
1.13.	Texto Básico	:	DELGADO, Sol. (2002). Etiquetas y envases: Realidad Nacional. Lima: Edición Soledad Olaechea Pardo.

#### II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de formación profesional, es de naturaleza teórica y práctica, tiene por propósito proponer diseños de envases adecuados para la unitarización en los embalajes para cualquier tipo de producto y según los requerimientos del mercado internacional.

Organiza sus contenidos en las siguientes unidades de aprendizaje: I. Fundamentos del diseño de envases y embalajes. II. Diseño estructural III. Diseño gráfico. IV. Situación y perspectivas de los enems.

#### III. COMPETENCIA DE ASIGNATURA

Propone diseños de envases para la unitarización en los embalajes, protección y promoción de cualquier tipo de producto según los requerimientos del mercado internacional.

#### IV. CAPACIDADES

- ) Describe los fundamentos del diseño de envases y embalajes para productos peruanos destinados al mercado de consumo internacional.
- ) Explica la importancia del diseño estructural en el diseño del envase y embalaje en el mercado internacional.
- ) Propone el diseño gráfico de envases y embalajes de acuerdo a las exigencias del perfil del mercado de consumo internacional.
- ) Evalúa la situación y las tendencias de los principales mercados internacionales referido a los envases de acuerdo a las exigencias del mercado de consumo internacional.

V. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD I: FUNDAMENTOS DEL DISEÑO DE ENVASES Y EMBALAJES				
CAPACIDAD: Describe los fundamentos del diseño de envases y embalajes para productos peruanos destinados al mercado de consumo internacional.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	Contenidos Conceptuales			
1	Presentación del curso Definiciones, finalidad, diseño estructural y grafico del envases y embalajes (enem), selección del target y posicionamiento del producto.	Conoce la importancia del diseño envases y embalajes dentro del escenario global.	Clase magistral	2
			Lluvia de ideas	2
2	Función de los enem: Contener, proteger, facilitar la manipulación y promover la venta.	Conoce las funciones de los envases y embalajes necesarias para el desarrollo y lanzamiento de productos	Clase magistral	2
			Método de proyectos	2
3	Aspectos básicos para el diseño de un enem: el producto, la producción, operaciones y materiales de enem, transporte y cadena de distribución, legislación, preferencias de los consumidores en el target, los enem y el ambiente y análisis de evaluación del ciclo de vida.	Establece los aspectos básicos para el diseño envases y embalajes de insumos peruanos a través de participación en clase.	Lluvia de ideas	2
			Solución de casos	2
4	Planificación del enem: materiales, dimensiones, manipulación, impacto visual, consideraciones medioambientales, costo y calidad. Retos a los que se enfrentan los enem: El transporte y distribución: almacenamiento en fabrica, transporte desde la fábrica, almacenamiento en las instalaciones del expendedor, estiba de contenedores, carga e buques, trasporte en buque, descarga del buque, descarga del contenedor, deposito en un almacén y almacenamiento en el lugar de venta.	Desarrolla la planificación del diseño de los envases y embalajes para exportación.	Clase magistral	2
			Lluvia de ideas	2
Referencias: • Delgado S. (2002). Etiquetas y envases: Realidad nacional. Lima: Edición Soledad Olaechea Pardo.				

UNIDAD II: DISEÑO ESTRUCTURAL					
CAPACIDAD: Explica la importancia del diseño estructural en el diseño del envase y embalaje en el mercado internacional.					
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas	
	Contenidos Conceptuales				Contenidos Procedimentales
5	Estructura de los enems (parte I): Tipos de mercancías y tipos de protección necesaria, enem de transporte y para vxm, y preparación para el enem.		Conoce los tipos de mercancías y tipos de protección necesaria utilizando un mapa conceptual.	Dinámica de grupos	2
				Clase magistral	2
6	Estructura de los enem (parte II): Adaptación de los enems a los artículos: rotura, humedad; Cierre eficaz de las cajas de cartón solido corrugado.		Conoce los problemas potenciales de los envases y embalajes de exportación.	Análisis documental bibliográfico	2
				Lluvia de ideas	2
7	Materiales de enem: Papel, cartón, vidrio, metálicos, plástico		Elabora cuadro comparativo de los tipos de materiales para envases y embalajes aplicando los conocimientos obtenidos en clase.	Discusión en grupos pequeños	2
				Método de proyectos	2
8	Evaluación Parcial		Parcial	2	
Referencias:					
• Piskolti E. (1994). Sección de Empaques de ITC/UNCTAD. Ginebra – Suiza: ITC/UNCTAD					

UNIDAD III: DISEÑO GRAFICO					
CAPACIDAD: Propone el diseño gráfico de envases y embalajes de acuerdo a las exigencias del perfil del mercado de consumo internacional.					
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas	
	Contenidos Conceptuales				Contenidos Procedimentales
9	Sistemas de manipulación y transporte: Marcado de los embalajes, inspección y arrumaje de los contenedores de carga.		Identifica el mercado necesario de los embalajes para exportación.	Clase magistral	2
				Estudio de casos	2
10	Diseño gráfico: los enems como medio de marketing. Selección de un mercado, posicionamiento del producto. Elementos básicos del diseño visual: ilustración, color, forma y texto.		Conoce las pautas básicas para el diseño gráfico de los envases y embalajes	Clase magistral	2
				Discusión en grupos pequeños	2
11	Importancia del desarrollo del envase como medio eficaz de marketing La mezcla comercial y desarrollo de productos de exportación.		Conoce la importancia de los envases y embalajes de exportación como medio de marketing.	Estudio de casos	2
				Método de proyectos	2
12	Estrategias de marketing utilizando los envases Adecuación de los envases a las exigencias del consumidor.		Elabora una propuesta de diseño gráfico de los envases y embalajes de exportación.	Dinámica de	2
				Exposición problemática	2

Referencias:

- Biondi J., López C., Mourchard T., Zapata E. (1996) Signos, información y lenguaje. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial, Universidad de Lima
- L.D.G. González M.. Teoría Conceptual de Diseño: Bloque Básico. Disponible en: [http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria\\_conceptual.pdf](http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria_conceptual.pdf). Última consulta [12-08-2013 ]

UNIDAD IV SITUACION Y PERSPECTIVAS DE LOS ENEMS				
CAPACIDAD: Evalúa la situación y las tendencias de los principales mercados internacionales referido a los envases de acuerdo a las exigencias del mercado de consumo internacional.				
Semana	Actitudes		Estrategias de Aprendizaje	Horas
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de responsabilidades</li> <li>• Innovación y creatividad</li> </ul>			
	Contenidos Conceptuales	Contenidos Procedimentales		
13	Elementos técnicos de los enems: Etiquetado, marcado y codificación; Métodos de impresión.	Identifica elementos técnicos básicos en el diseño de envases y embalajes.	Clase magistral	2
			Simulación	2
14	Enems para frutas frescas, hortalizas, verduras, follajes y flores cortados. Enems para productos textiles y confecciones (tela, ropa, tejidos planos). Enems para productos artesanales y de regalo según línea. Enems para productos hidrobiológicos (peces, costras y ostiones, mariscos).	Elabora un envase y embalaje para un producto determinado aplicando los conocimientos obtenidos en clase.	Clase magistral	2
			Discusiones Grupales	2
15	Enems para productos químicos orgánicos e inorgánicos Envases y embalajes de otros productos: medicamentos, souvenirs.	Elabora un envase y embalaje para un producto determinado aplicando los conocimientos obtenidos en clase	Clase magistral	2
			Método de proyectos	2
16	Tendencias de los principales mercados internacionales referidos a los envases.	Identifica las tendencias de los principales mercados internacionales referido a los envase a través de un mapa conceptual.	Clase magistral	1
			Análisis documental bibliográfico	1
	Examen Final		Final	2
Referencias:				
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bancomext. (2001). Envase y embalaje para exportación. México.</li> <li>• INDECOPI. Rotulados de productos. Disponible en: <a href="http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/14/par/guiasinform/rotulado_dossier.pdf">http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/14/par/guiasinform/rotulado_dossier.pdf</a>. Última consulta [07-08-2013].</li> </ul>				

## VI. METODOLOGÍA

### 6.1 Estrategias centradas en la enseñanza

- Exposición dialogada
- Video foro
- Solución de casos

### 6.2. Estrategias centradas en el aprendizaje

- Clase magistral
- Exposición problemática
- Demostración

## VII. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

- Multimedia
- Fuentes de información
- Separatas
- Equipos informático

## VIII. EVALUACIÓN

La evaluación es un componente del proceso formativo que implica el recojo de información sobre los rendimientos y desempeños del estudiante. Permite el análisis para mejorar el proceso de enseñanza – aprendizaje. Se evalúa antes, durante y al finalizar el proceso, según la siguiente Tabla:

Evaluación Académicas	Peso
Prueba de entrada	Sin nota
Evaluación de Proceso	60%
Examen Parcial	20%
Examen Final	20%

- Antes: prueba de entrada.-Se realiza una evaluación inicial, diseñada para recoger los saberes que posee el estudiante para asumir la asignatura y cuyo resultado no interviene en el cálculo de la calificación de la asignatura.
- Durante: Evaluación de Proceso.- De acuerdo al objetivo de aprendizaje de la asignatura se evalúan las competencias adquiridas por el estudiante utilizando los criterios establecidos en el anexo N° 1
- Examen: Parcial y Final.- Se evalúa los productos del aprendizaje, al finalizar una o más unidades de aprendizaje, usándose la prueba escrita como instrumento de medición (examen parcial y examen final).

## IX. RESUMEN DE TEMAS DEL CPC DE PREGRADO CUBIERTOS EN ESTE CURSO

RESUMEN DE TEMAS DEL CPC	HORAS/MINUTOS ( Ó% de un curso de 4 horas semanales*)
a. Marketing	12
b. Finanzas en Negocios	-
c. Contabilidad	-
d. Gestión	20
e. Ambiente Legal de Negocios	-
f. Economía	-
g. Ética de Negocios	-
h. Dimensiones Globales de los Negocios	16
i. Sistemas de Información	6
j. Técnicas Cuantitativas o Integradora	-
k. Políticas de Negocios o Experiencia completa o integradora	10
Total Estimado de Horas de Cobertura del CPC	64

## X. FUENTES DE INFORMACIÓN COMPLEMENTARIAS

### 10.1. Fuentes bibliográficas

- ) Delgado S. (2002) Etiquetas y envases: Realidad nacional. Lima: Edición Soledad Olaechea Pardo.
- ) BANCOMEXT. (2001) Envase y embalaje para exportación. México.
- ) Biondi J., López C., Mourchard T., Zapata E. (1996) Signos, información y lenguaje. Lima: Fondo de Desarrollo Editorial, Universidad de Lima
- ) Piskolti E. (1994). Sección de Empaques de ITC/UNCTAD. Ginebra – Suiza: ITC/UNCTAD

### 10.2. Fuentes electrónicas

- L.D.G. González M. Teoría Conceptual de Diseño: Bloque Básico. Disponible en:  
[http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria\\_conceptual.pdf](http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/teoria_conceptual.pdf). Última consulta [12-08-2013]
- ) INDECOPI. Rotulados de productos. Disponible en:  
[http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/14/par/guiasinform/rotulado\\_dossier.pdf](http://www.indecopi.gob.pe/repositorioaps/0/14/par/guiasinform/rotulado_dossier.pdf). Última consulta [07-08-2013]