



# Máster en Diseño de Packaging

# MÁSTER EN DISEÑO DE PACKAGING

## Inicio

Septiembre y febrero

## Créditos ECTS

60

## Idioma

Castellano. Se necesita tener un nivel alto de castellano, tanto de comprensión, como de habla y escritura. Es recomendable tener conocimientos básicos de inglés debido a que algunos materiales o conferencias impartidas podrán darse en este idioma.

## Titulación

Máster en Diseño de Packaging, título expedido por la Universidad Pompeu Fabra (UPF).

## Horario

Lunes, miércoles y jueves, de 17h a 21.15h.

## Presentación

En un mercado en continua expansión, el *packaging* precisa de profesionales con la capacidad de comunicar, tanto formal como gráficamente, los atributos de un producto. Diseñar un envase, hoy en día, implica aportar al mercado productos que seduzcan por su lenguaje de comunicación y estén pensados con conciencia social y responsabilidad medioambiental. Este máster ofrece las herramientas adecuadas para conceptualizar y desarrollar proyectos de *packaging* integrales, con la voluntad de formar diseñadores especializados en esta disciplina.

El programa se centra tanto en el diseño gráfico como en el diseño estructural de *packaging*, no desde un punto de vista técnico, sino de su forma y comunicación. Ofrece una oportunidad única para trabajar al lado de los diseñadores de *packaging* más reconocidos de cada sector y aprender su metodología de trabajo para llegar a un resultado óptimo y profesional.

El objetivo final es proveer a los participantes, mediante talleres prácticos y cápsulas teóricas, de los conocimientos necesarios para crear y desarrollar un producto desde el punto de vista de la estrategia y del *branding*, detectar las necesidades del cliente y plantear la solución, diseño y ejecución de cualquier proyecto de *packaging*.

En el transcurso del máster se resuelven un mínimo de 12 casos prácticos de diferente naturaleza y categoría: del *packaging gourmet* al de gran consumo, del rediseño a la creación de nuevos envases. Se introducen conceptos como ecodiseño e innovación para crear envases más eficientes y sostenibles, que promuevan el buen diseño y la óptima utilización de los materiales.

## Destinatarios

Preferentemente graduados superiores en diseño gráfico y/o industrial, perfiles profesionales o académicos con experiencia acreditada en los distintos campos de estos estudios.

## Dirección

### EVA MINGUILLA

Graduada en Diseño Gráfico por Llotja y diplomada en Empresariales por la Universidad de Barcelona. Empieza su trayectoria en Tandem DDB, sigue en el estudio de Salvatore Adduci, y posteriormente en Morillas&Asociados. En 1997 funda EVA estudio donde sigue trabajando en identidad corporativa y *packaging*. Participa activamente en ciclos y conferencias en el sector del *packaging*. Desde el año 1997 combina la profesión con la docencia.

→ [www.evaminguella.com](http://www.evaminguella.com)

## Objetivos

- Profundizar en la disciplina del *packaging*, su historia y las nuevas tendencias, y saber cómo influyen la sociedad y el consumidor en las soluciones de *packaging*.
- Ofrecer los instrumentos teóricos/prácticos necesarios para realizar y presentar un proyecto de *packaging*: creación de *namings*, *lettering* y tipografía aplicada, dirección de arte y técnicas de presentación.
- Conocer las líneas que siguen los estrategas y los diseñadores para conseguir un producto de éxito, adquirir una base teórica sólida de *branding* y saber cómo se crea y desarrolla un producto desde el punto de vista del marketing.
- Poner en práctica los conocimientos adquiridos a través del análisis, el planteamiento, el diseño y la ejecución de proyectos de *packaging*. Detectar las necesidades del cliente y crear envases que responden a las exigencias de los distintos sectores. Aprender a crear envases más eficientes y sostenibles que promuevan el buen diseño y la óptima utilización de los materiales.
- Dotar al estudiante de conocimientos específicos en los materiales que utiliza la industria del *packaging*: los sistemas de creación del envase, la preimpresión y la impresión, los controles de calidad e identificar los distintos tipos de envases que existen y sus posibilidades.
- Conocer los factores que condicionan la producción y la selección de un envase para un producto específico y el papel que la selección de un determinado tipo de envase puede tener en un producto.

# Estructura

## Proyectos de packaging

Talleres prácticos, de entre 18 y 24 horas lectivas, tutorizados por distintos profesionales expertos del sector. Cada uno de ellos propone al alumno la resolución del caso en base a su método de trabajo habitual.

- *Unconventional packaging*. Conceptualización y diseño de la experiencia
- Rediseño de *packaging*
- Comunicación y *packaging* de gran consumo
- *Branding* y *packaging* de gran consumo
- *Packaging* de cosmética y fragancias
- *Packaging* de vinos
- *Packaging gourmet*. Dirección de arte y fotografía de alimentos
- *Ecopackaging*
- *Packaging* estructural. Introducción a las formas
- *Packaging* estructural. Innovación y materiales
- *Packaging* estructural. Concepto e impresión
- *Packaging* mínimo. Pequeños formatos de alto valor
- *Packaging e-commerce*
- *Packaging* estándar

## Introducción al packaging, historia y actualidad

Clases teóricas que pueden ir acompañadas de pequeños ejercicios de investigación y análisis.

- Orígenes culturales y sociales del *packaging*
- Estética y análisis de tendencias
- Tipologías de marca y registro
- Legislación en *packaging*

## Herramientas de diseño y presentación

Clases teórico/prácticas que se complementan con ejercicios para experimentar y consolidar los contenidos impartidos.

- Escritura creativa: *naming* y *storytelling*
- Introducción a los conceptos de: caligrafía, rotulación y tipografía
- Taller de microtipografía y rotulación
- Técnicas de presentación en público

## El branding en el entorno del packaging

Clases teóricas que introducen conceptos y contenidos que serán aplicados a lo largo de los distintos talleres de diseño.

- Introducción al mundo del *planner* y del *planning*
- Proceso estratégico y creación de identidad de marca
- Arquitectura de marca: modelos de construcción de una marca
- Construcción de las marcas en fondo y forma. Visión y Misión de marca
- Creación de la experiencia de marca en 360°

## Ecodiseño de envases y embalajes

Clases teóricas que introducen conceptos y contenidos que serán aplicados a lo largo de los distintos talleres de diseño.

- Criterios de ecodiseño de envases
- Evaluación del impacto ambiental de un envase
- Análisis del ciclo de vida de un producto
- Optimización de los recursos en el diseño de envases: reducción de peso y volumen, utilización de materiales reciclados, reutilización de envases y reciclabilidad

## Herramientas de diseño y gestión

Clases teórico/prácticas que se complementan con ejercicios para experimentar y consolidar los contenidos impartidos.

- Composición tipográfica
- *Sketching*, maquetación y moldeado
- Neuromarketing: ¿Cómo compramos? Cerebro y compras
- La protección del diseño. Propiedad intelectual, propiedad industrial y patentes
- Gestión y valoración de proyectos

## Materiales, pre impresión e impresión de packaging

Clases teóricas que introducen conceptos y contenidos que serán aplicados a lo largo de los distintos talleres de diseño.

- Materiales para el embalaje: papel y cartón, plásticos rígidos y semirrígidos, embalajes flexibles y materiales complejos, productos metálicos y aerosoles, vidrio...
- Sistemas de fabricación y creación del envase
- Pre impresión y sistemas de impresión
- Controles de calidad
- Etiquetado, marcaje y codificación

## Marketing. Estrategia de comunicación y promoción

Clases teóricas que introducen conceptos y contenidos que serán aplicados a lo largo de los distintos talleres de diseño.

- Consumidor, empresa y mercado. Marketing como filosofía de negocio
- *Packaging* como estrategia empresarial y de comunicación
- El envase como necesidad del producto/mercado

## Requisitos de admisión

- Título universitario o título de graduado en diseño gráfico, diseño de producto o ingeniería de producto propio de universidad.
- Experiencia profesional que pueda ser acreditada.
- Además, en general, hará falta:
  - Tener un nivel alto de castellano, tanto de comprensión, de habla y escritura para el curso en castellano.
  - Tener un nivel alto de inglés, tanto de comprensión, de habla y escritura para el curso en inglés.
  - El candidato debe ser una persona eficiente y autónoma en el uso de *software* de diseño gráfico.

## Competencias

- Capacidad de desarrollo de un proyecto integral de *packaging*, tanto gráfico como estructural, en todas sus fases:
  - Fase inicial: Nociones básicas sobre *branding* y estrategia. Generación de briefing inicial de planteamiento de proyecto.
  - Fase de desarrollo de marca: Generación de *namings* y creación de marca. Capacidad de estructurar una arquitectura de *packaging*.
  - Fase de diseño de *packaging*: Dominio de la formalización de los proyectos de diseño, tanto a nivel gráfico como a nivel estructural, aplicado a diferentes sectores o necesidades:
    - *Packaging* de gran consumo
    - *Packaging* cosmético (*healthcare*)
    - *Packaging gourmet* – alimentación
    - Rediseño de *packaging*
    - *Packaging* para vinos
    - *Ecopackaging*
    - *Packaging* para llevar (*take-away*)
    - *Packaging* para productos de lujo
    - *Packaging e-commerce*
- Fase de realización de maquetas y artes finales: Nociones básicas para el desarrollo de maquetas en volumen (espuma) y en cartón. Nociones básicas para el desarrollo de artes finales para reproducción final.
- Desarrollo de herramientas complementarias a un proyecto de *packaging*. Herramientas estratégicas como *branding*, marketing y neuromarketing, de diseño, como microtipografía y composición tipográfica o de ámbito general como estética, historia del *packaging*...
- Desarrollo de conocimientos técnicos referentes a criterios de sostenibilidad, materiales y sistemas de impresión.
- Dominio del lenguaje necesario para presentar un proyecto y para comunicarse con los diferentes agentes que participan en el proceso.

## Profesorado

### ENRIC AGUILERA

Director Creativo de Enric Aguilera Associats y Director de Arte. Ha ganado múltiples premios de diseño nacionales e internacionales y colabora en tareas de docencia del diseño.  
→ [www.enricaguilera.com](http://www.enricaguilera.com)

### JESUS ALONSO

Economista y con posgrados en ESADE e IESE, durante más de 30 años ha estado vinculado al mundo del marketing alimentario, a través de su experiencia en Nestlé, donde ha sido Director de Marketing en varias de sus divisiones, y Director de Innovación y Market Intelligence. Actualmente dedicado a la consultoría en marketing e innovación en empresas multinacionales.

### MARTÍN AZUA

Diseñador vasco que trabaja en Barcelona desde el año 1994. Compagina su actividad profesional como diseñador de objetos y espacios para importantes empresas, con un trabajo más especulativo.  
→ [www.martinazua.com](http://www.martinazua.com)

### BEATRIZ BARCO

Licenciada en Biología y Máster en Comunicación Científica. Trabaja como redactora y guionista de televisión desde el año 2000, principalmente en el programa Redes de TVE y en series de ficción infantil y juvenil.

### XAVIER BAS

Director Creativo de Xavier Bas Disseny, estudio especializado en la creación de marcas y diseño de *packaging*.

### NICO BRASSÓ

Director General en Laboratorio Genové, laboratorio farmacéutico dermatológico. Ha trabajado en el Departamento de Marketing de AC Marca, como *Packaging Manager*, posteriormente en el Departamento de Marketing de Ceys y como director de Marketing Internacional del Grupo AC Marca.

### **CARLOS CALAHORRA**

Diseñador gráfico especializado en *packaging* y *branding*. Tras formar parte de diversos estudios y empresas como diseñador gráfico y director de arte, actualmente trabaja desde su propio estudio. Es docente en varias universidades nacionales, donde imparte clases del ámbito del *packaging*, tipografía y encuadernación.  
→ [www.carloscalahorra.com](http://www.carloscalahorra.com)

### **MIQUEL CAMPMANY**

Responsable de Publicidad y Marketing de Nestlé España desde 2009. Licenciado por la UAB en Publicidad, RRPP y Derecho, fue durante siete años director general de Grey Trace Barcelona, desarrolló su propia marca de consultoría en *branding* en Brand Insight, y es profesor de estrategia creativa en la UAB.

### **ANA CASAS**

Licenciada en Derecho y Máster en Propiedad Industrial e Intelectual. Responsable de la Gestión de Carteras de Propiedad Industrial en Isern Patentes y Marcas.

### **ALBERTO CIENFUEGOS**

Diseñador industrial y gráfico, es socio y director de arte del estudio especializado en *packaging*, Lavernia & Cienfuegos. Como docente, ha impartido clases en el CEU San Pablo, en la EASD y en Elisava.  
→ [www.lavernia-cienfuegos.com](http://www.lavernia-cienfuegos.com)

### **CLARA DE SOUSA**

Graduada en Diseño por la Universidad IADE en Lisboa y Postgraduada en Diseño Gráfico y Estructural de Packaging por Elisava. Cuenta con una experiencia internacional de ocho años: ha trabajado en Lausana, Amsterdam y Londres destacándose en la empresa Design Bridge. Ha trabajado con clientes como Diageo, Esclans, Fortnum & Mason, Carlsberg y Unilever. Actualmente trabaja como Directora de Arte en la agencia Morillas y combina su profesión con la actividad docente en Elisava.

### **ION ELOLA**

Graduado en Grafica Publicitaria, durante su carrera, ha desarrollado proyectos de publicidad para Euskaltel, Caja Galicia, Generalitat de Cataluña, Kinesia, Vitesse, Samsung, Intermón Oxfam, Nutella, etc.

### **DAVID ESPLUGA**

Director Creativo de Espluga+Associats. Diseñador gráfico y psicólogo industrial, ha ganado más de 60 premios nacionales e internacionales y en el año 2005 fue elegido como 4º miembro de la alianza All Around Design.  
→ [www.espluga.net](http://www.espluga.net)

### **STEFANIA FARINA**

Graduada en Diseño Gráfico y Postgraduada en Diseño de Proyectos Expositivos. Se dedica a la actividad profesional en distintas áreas del diseño, realizando al mismo tiempo actividad docente.

### **ENRIC JARDI**

Diseñador gráfico. Su trabajo profesional se centra en diseño editorial, dirección de arte, tipografía, cubiertas de libros, identidad corporativa e ilustración. Es autor de diversas obras sobre diseño y tipografía. Es docente en varias universidades y escuelas nacionales e internacionales.  
→ [www.enricjardi.com](http://www.enricjardi.com)

### **PAU LLAVADOR**

Licenciado en Sociología y Graduado en Diseño Gráfico, ha trabajado en diversos estudios de diseño como Estudio Mariscal y actualmente trabaja para su propio estudio, Tema, galardonado con el prestigioso premio Laus.

### **JON MARIN**

Licenciado en Biología y MSc. en Ecología Industrial. Socio fundador del estudio de diseño de producto Nutcreatives, con experiencia como consultor ambiental y en gestión de proyectos, aplica sus conocimientos sobre sistemas ecológicos en el mundo del diseño.  
→ [www.nutcreatives.com](http://www.nutcreatives.com)

### **MARTA MARIN**

Profesora de Estética en la Facultad de Comunicación Blanquerna y la Universitat Ramon Llull y coordinadora del Posgrado en Coolhunting, Investigación Cualitativa de Tendencias, en la Blanquerna. Es miembro del grupo de investigación "ArsMagna" de la Universitat de Barcelona en el proyecto de investigación "Arte y Patrimonio".

### **AURORA MICHAVILA**

Licenciada en Derecho y Diplomada en Marketing. Directora ejecutiva de Interbrand en Madrid (Grupo Omnicom), trabaja para clientes como Almirall Prodesfarma, RENFE, Danone, Kellogg's, Epson, Boots Healthcare, Pepsico, Inditex, Kraft, etc.

### **PATI NÚÑEZ**

Estudia Diseño Gráfico en Eina. Después de colaborar con diferentes firmas de diseño y publicidad, en 1985 abre su propia empresa, especializada en identidad corporativa y *packaging*. Ganadora de 11 premios Laus de Diseño, Premio Nacional de Cultura de la Generalitat de Catalunya 2006 y Premio Nacional de Diseño 2007.  
→ [www.patinunez.com](http://www.patinunez.com)

### **EMILI PADRÓS**

Graduado y Master en Diseño Industrial. Su trabajo se caracteriza por la capacidad de ofrecer un renovado enfoque en cada proyecto y se centra en la experimentación con materiales, objetos y espacios, sin olvidar los aspectos funcionales, técnicos y productivos  
→ [www.emilianadesign.com](http://www.emilianadesign.com)

### **DR. JAVIER PEÑA**

Director General y Director Científico de Elisava.

### **ALEXANDRE PIRARD**

Diseñador Industrial Master in Transportation Design es socio fundador de D-TANK, estudio de diseño y industrial, de producto y transporte.  
→ [www.alexpirard.com](http://www.alexpirard.com)

### **RAFAEL POZO**

Director de la industria gráfica Ediciones CPG y del sello editorial EdCPG.

Técnico experto de AENOR Asociación Española de Normalización, comité AEN/CTN 54 Industrias gráficas. Director de Investigación TGRAF Centro Internacional de Estudios e Investigación en Tecnología Gráfica y Comunicación Científica del ISEC de Lisboa.

### **JORDI QUERA**

Especialista en packaging, es Country Manager de ESKO Iberia. Miembro del comité organizador del Salón Internacional Graphispag y del Salón Internacional del Embalaje Hispack, ha formado parte de jurado de varios concursos del sector.

### **FRANCESC RIBOT**

Director Creativo en Menage Design. Compagina su actividad profesional con la docencia en diversas escuelas y universidades. Su trabajo ha sido premiado con los premios Laus, BestPack y AIGA.

→ [www.menagedesign.com](http://www.menagedesign.com)

### **MERCÈ RIERA**

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y Master in Business Administration. Más de 15 años de experiencia como profesional de marketing, comunicación y desarrollo de negocio en empresas multinacionales del sector del lujo y gran consumo como L'Oréal, Puig y Frit Ravich.

### **JOAN RIERADEVALL**

Profesor Titular del Departamento de Ingeniería Química, investigador del grupo Sostenipra del Instituto de Ciencia y Tecnología Ambiental (ICTA) de la UAB y coordinador de la Red Catalana de Análisis del Ciclo de vida. Desarrolla proyectos de mejora ambiental de sistemas urbanos, eco-barrios, eco-diseño de edificios y elementos urbanos, energías renovables.

→ [www.sostenipra.cat](http://www.sostenipra.cat)

### **ISAAC SALOM**

Diseñador Industrial y fundador de SalomStudio\*. Trabaja en diseño de comunicación y diseño de producto para varias empresas como Font Vella, Roca, Callaway o Alstom. Combina su profesión con las tareas de docencia en varios centros.

→ [www.salomstudio.com](http://www.salomstudio.com)

### **PETRA SCHIECK**

Licenciada en Comunicación, Marketing y Diseño Publicitario. Trabaja en distintas áreas del diseño a la vez que realiza actividad docente en la Escuela Municipal de Arte de Terrassa.

### **PERE SERRAT**

Gerente de Gamavetro, comercializadora de envases de vidrio especial y agentes del fabricante italiano Vetreria Etrusca, cuenta con 15 años de experiencia en el mundo del vidrio alimentario: vino, aceite, conserva y licor.

### **DANIEL TANZER**

Creativo Publicitario. Trabajó en McCann Erickson, Moliné & Publicis y Tandem DDB, hasta que fundó su propia agencia PTS, en 1996. Además, ha ejercido como guionista para varias productoras de Milán y Barcelona

→ [www.pts-line.com](http://www.pts-line.com)

### **GUILLEM VIRGILI**

Diseñador Industrial y fundador de Estudi Virgili, empresa dedicada a la imagen corporativa y packaging. Profesor en Elisava y Presidente de Elisava Alumni.

→ [www.virgili.com](http://www.virgili.com)

## MÁS INFORMACIÓN

→ [elisava.net](http://elisava.net)

→ IG [@elisavapack](https://www.instagram.com/elisavapack)

→ [behance.net/elisavapack](https://www.behance.net/elisavapack)

Antiguos Alumnos: Los Alumni Bold se beneficiarán de un 15% de descuento sobre el importe de los cursos que se imparten en la Escuela.

La relación de profesores del programa es susceptible a variar en función de condicionantes ajenos al programa. Elisava se reserva la posibilidad de introducir cambios en la programación, así como el derecho de suspender el curso dos semanas antes de su inicio si no se alcanza la cifra mínima de participantes, sin otra obligación que la devolución de las cantidades satisfechas a cada participante.

Los horarios de los programas de Máster y Postgrados pueden ampliarse en función de las actividades del curso (fin de semana incluidos).