

La importancia de la imagen de Packaging.

Objetivo General:

Identificar la funcionalidad de los envases y lo perjudicial que puede resultar una mala elección gráfica o una imagen no adecuada al producto y al fin de venta.

1era Clase:

Presentación; teoría sobre uso y funcionalidad del envase; la importancia de la imagen en el pack; donde surgen los casos erróneos de imagen gráfica aplicada al pack (brief, falencias y ausencia del mismo), ejemplos gráficos, Fin de clase 1, adelanto de clase 2.

Metodología:

La primera parte será teórica, la segunda etapa del primer encuentro se ejemplificará gráficamente algunos casos que ayuden a los alumnos a comprender la problemática.

2da Clase:

Resumen del primer encuentro. La mala elección fotográfica en el diseño de packaging; encuadres y color; el deseo como factor de elección; ejemplificación de casos. Tips para tener en cuenta a la hora de elegir la imagen adecuada. Debate.

Metodología:

Teoría, ejemplificación de casos, se tratará de lograr un debate al final de la clase a fin de evaluar el aprendizaje de los conceptos.

Bibliografía:

“EL LADO OCULTO DEL PACKAGING” – Sartarsiero, “PACKAGING” . recopilación de trabajos de diseñadores asiáticos de packaging, MARKETING ESTRATÉGICO, LA SIMBOLOGIA DEL CONSUMO – Wilensky, revistas varias para ejemplos gráficos (communications arts, graphics, etc)

Docente: Laura Kurz.

Lunes 20 y 27 de octubre 11,30 hs.