# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de DIRECCIÓN DE PROYECTOS_I
**ESPECIALIDAD** Diseño de Producto

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | Diseño | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | Diseño de Producto | | |
| **Nombre de la asignatura** | Dirección de Proyectos I | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | Martes de 17h .a 20h., Jueves de 16 a 20h. | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10-1.8 | **Horas semanales** | 7h |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Trimestral. | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Valenciano, castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | JOSÉ MARÍA AZNAR BÁGUNEA | | |
| **Correo electrónico** | jmaznar@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | Jueves 16h a 17h | | |
| **Lugar de tutorías** | Aula 1.10 | | |

## 2. Introducción a la asignatura

Desde un planteamiento de un proyecto industrial, dirigido a la producción y desarrollo de un producto de sectores diversos en la industria, en la que se pondrá atención desde la génesis del futuro producto hasta su lanzamiento de mercado.

Durante el proyecto se determinarán estrategias y procesos más convenientes basados en las dinámicas y acciones propias de una agencia, estudio de diseño de producto/ industrial u oficina técnica. Teniendo en cuenta todos los factores internos y externos que interactúan en la toma de decisiones

## 3. Conocimientos recomendados

Las distintas estrategias, aprendidas desde la práctica y la teoría de los procesos del proyecto, referentes sus distintas fases, propios del Grado en Diseño

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

| | | |
|---|---|---|
| **CB-1.-** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio | RA1(CB1) | Gestionar la adquisición, estructuración, análisis y visualización de datos de los datos necesarios para el proceso de diseño. |
| | RA2(CB2) | Identificar y analizar un problema de diseño avanzado para generar alternativas de solución aplicando los métodos aprendidos. |
| | RA3(CB1) | Planificar y utilizar la información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado. |
| **CB-2**.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. | RA1(CB2) | Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos. |
| | RA2(CB2) | Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas. |
| | RA3(CB2) | Analizar la coherencia de los juicios propios y ajenos entorno al diseño, y valorar las implicaciones personales y sociales de los mismos. |
| **CB-3**.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. | RA1(CB3) | Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas. |
| | RA2(CB3) | Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas. |
| **CB-4.-** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | RA1(CB4) | Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación. |
| **CB-5.-** Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la | RA1(CB5) | Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. |
| | RA2(CB5) | Identificar, reconocer y aplicar la personalidad moral y |

| | | |
|---|---|---|
| complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas. | | los principios éticos, en el ámbito del diseño. |
| **CB-6.-** Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado. | RA1(CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |
| | RA2(CB6) | Generar ideas originales de calidad, para nuevos productos, que se puedan plasmar de una manera formal y defenderlas en situaciones y/o problemas tanto conocidos como desconocidos. |
| **CB-7.-** Dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados. | RA1(CB7) | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados |
| | RA2(CB7) | Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en un entorno empresarial. |
| | RA3(CB7) | Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto. |
| **CE-1.-**Formalizar la propuesta con la realización de premodelos y maquetas en taller aplicando las tecnologías más avanzadas. | RA1(CE1) | Presentar gráficamente la propuesta de diseño |
| | RA2(CE1) | Realizar hábilmente premaquetas con materiales sencillos. |
| | RA3(CE1) | Realización de maquetas con técnicas avanzadas |
| **CE-2.-**Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa**.** | RA1(CE2) | Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos |
| | RA2(CE2) | Analizar al usuario para conocer sus necesidades funcionales, estéticas y sociales por medio de métodos avanzados de análisis. |
| | RA3(CE2) | Desarrollar el pensamiento integrador sintetizando las conclusiones y alternativas resolutivas |
| | RA4(CE2) | Desarrollar la Experimentación como medio y objetivo en la búsqueda de soluciones proyectuales. |
| **CE-3.-**Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto | RA1(CE3) | Analizar y decidir los procesos productivos y los materiales adecuados para la fabricación del producto. |
| | RA2(CE3) | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| | RA3(CE3) | Contrastar la viabilidad de uso del producto |
| **CE-4.-** Evaluar la coherencia de los aspectos estéticos, simbólicos, semánticos y comunicativos del producto, con la filosofía empresarial, la identidad corporativa y la marca de la empresa. | RA1(CE4) | Contrastar diseño resultante con los objetivos planteados en el brief inicial |

## 5. Contenidos

Desarrollo de proyectos avanzados de diseño de nuevos productos en colaboración directa con las áreas empresariales implicadas, atendiendo a las fases siguientes:

**fase de INVESTIGACIÓN**

Planificación de tiempos y tareas

Investigación sobre el problema planteado o breafing

Análisis de REFERENCIAS

Análisis de la EMPRESA

Análisis del MERCADO//SECTOR

Análisis de USOS

Análisis del USUARIO

Conclusiones

**Fase de IDEACIÓN**

Definición del Programa de necesidades

Definición de la propuesta a desarrollar

Justificación de la propuesta

Exploración de soluciones que se ajusten a la definición de la propuesta planteada.

Análisis y comparación de las soluciones planteadas

Selección de la propuesta o propuestas finales

Verificación de la coherencia entre la investigación y la propuesta

**Fase de VIABILIDAD y DESARROLLO**

Análisis de los materiales posibles

Resolución de los condicionantes técnicos

Resolución de los condicionantes productivos

Resolución de los condicionantes económicos

Resolución de los condicionantes de mercado

Desarrollo de maquetas técnicas y verificación de la propuesta o propuestas planteadas

**Fase de COMUNICACIÓN**

**De las presentaciones parciales**

Presentación (síntesis y comunicación gráfica)

Defensa pública

**DE LA PRESENTACIÓN final**

Memoria: documentación del proceso; comunicación gráfica

Presentación (síntesis y comunicación gráfica)

Panel (síntesis y comunicación gráfica)

Videos/ animaciones/etc

Prototipos o maquetas finales de presentación

Defensa pública

## 6. Actividades formativas y metodología

**ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA DOCENTE**

Para desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje se utilizarán tanto actividades dirigidas por el profesor como actividades de tareas compartidas.
La metodología será de participación activa del estudiante. De esta forma las clases serán participativas, realizándose ejercicios, debates y exposiciones en clase por parte de los alumnos. Las clases prácticas estarán sincronizadas con el desarrollo del temario teórico.

Actividades Presenciales 60%

**Clases teóricas**
Consisten fundamentalmente en sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de los contenidos de la asignatura. Las presentaciones serán a cargo del profesor. La finalidad es la de transmitir la información esencial de forma organizada y coherente para que los alumnos puedan, a partir de ella, aplicar procesos de síntesis y evaluación en las distintas fases de la asignatura. En la asignatura de Dirección de Proyectos estas clases teóricas suelen concentrarse al principio para presentar el problema de diseño y realizar la primera aproximación al tema, a la empresa y al sector.

**Clases prácticas**
En la asignatura de Dirección de Proyectos se trata de que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos, resuelvan e interpreten situaciones reales, y propongan y desarrollen soluciones novedosas que aporten valor. Así mismo, en estas clases se realizarán varias presentaciones y defensas públicas a lo largo del desarrollo de proyecto en la que podrán participar profesionales externos directamente vinculados con las empresas colaboradoras. De esta forma se busca que los alumnos adquieran una visión más profesionalizadora y práctica de la asignatura.

**Tutorías**
Se presta atención personalizada a los estudiantes en cuestiones de aprendizaje de los contenidos teóricos y del seguimiento de los trabajos prácticos propuestos. De esta forma se consigue que aquellos alumnos que puedan experimentar mayores dificultades en determinados momentos las superen.

**Otras**
Visitas a empresas, workshops, seminarios, master-class impartidas por profesionales, etc.

Actividades No Presenciales 40%

**Preparación clases teóricas**
En la asignatura de Dirección de Proyectos, el alumnado debe preparar las presentaciones y defensas parciales, desarrollando la capacidad de autoaprendizaje, y la puesta en relación de los conocimientos y destrezas adquiridos en las distintas asignaturas. En esta asignatura saber es saber-hacer, es decir: saber relacionar-saber aplicar-saber usar

Este trabajo de preparación sirve para la realización de la presentación final.

**Preparación trabajos clases prácticas**
El alumno trata de desarrollar la capacidad de autoaprendizaje mediante la realización de los ejercicios y trabajos propuestos por el profesor.
:

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|
| Actividades Presenciales 60% | Clases teóricas | **10 %** |
| | Clases prácticas | **40 %** |
| | Otras | **10 %** |
| Actividades No Presenciales 40% | Preparación presentaciones | **10 %** |
| | Preparación trabajos clases prácticas | **20 %** |

## 7. Recursos

Pizarra

Recursos multimedia.

Correo electrónico.

Programas de 3D

Material audiovisual (películas, documentales…)

Cañón de proyección

Biblioteca.

Taller de prototipado y modelaje

Plató de fotografía


Seu Velluters: C. Pintor Domingo, 20
46001 · Tel. 963 156 700 · Fax 963 156 701
info@easdvalencia.com

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

La evaluación será continua y global, tendrá carácter orientador y formativo, y deberá analizar los procesos de aprendizaje individual y colectivo. La calificación, representación última del proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones nuevas que exigen desarrollar capacidades de comprensión y razonamiento nuevas a su vez. La información para evidenciar el aprendizaje será recogida, principalmente, mediante:

- Seguimiento periódico del progreso de los/as estudiantes, tanto en el aula como en tutorías individuales y en grupo.
- Evaluación de los trabajos/proyectos encomendados, incluidos el análisis y la valoración de observaciones sobre trabajos elaborados por terceros.
- Resolución de prácticas/talleres de clase relacionadas con el contenido de la asignatura.
- Valoración de la participación individual y en grupo, tanto en el aula como en las tareas que se realicen fuera de ella.

**Criterios para la evaluación:**

En el EEES el sistema de evaluación de las titulaciones es la evaluación continua, según la cual la asistencia a clase es obligatoria. Para tener derecho a dicha evaluación debe alcanzarse un % mínimo de asistencia a clase del 75 %.

El seguimiento de los trabajos es continúo y todas las correcciones realizadas durante el proceso de corrección del proyecto pueden ser tenidas en cuenta por el profesorado para la evaluación. Los criterios generales de evaluación serán los siguientes:

1.- Para la **fase de INVESTIGACIÓN:** se valorará la coherencia con los objetivos del Taller tanto generales como específicos; así como la adecuación al problema de diseño planteado (25%).

2.- Para la **fase de IDEACIÓN** se valorará el rigor en la planificación de tiempos y de las tareas; la coherencia en el seguimiento de la planificación; así como, la adecuación a la metodología de diseño, y la autonomía del alumno en la búsqueda de soluciones adecuadas (25%).

3.- .Para la **fase de DESARROLLO Y VIABILIDAD** se valorará la coherencia interna del proyecto en las relaciones concepto – proceso; así como, el grado de originalidad/ complejidad / utilidad/ viabilidad en el desarrollo de la propuesta (25%)

4.- Para la **fase de COMUNICACIÓN** se valorará, en las presentaciones parciales, la claridad, calidad y coherencia en la comunicación y presentación del proyecto. En la presentación final se valorará, además, la exposición clara, la capacidad de síntesis, y la profesionalidad en la comunicación de la propuesta y en la relación con el cliente. (25%)

Para tener derecho a esta evaluación debe alcanzarse un porcentaje mínimo de asistencia a clase del 75 %

| Sistema evaluación | Ponderación total | Actividad formativa | Ponderación | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| Evaluación práctica | 95 % | Evaluación de la Fase de investigación | **25%** | Tanto en convocatoria ordinaria como en la extraordinaria. |
| | | Evaluación de la Fase de ideación | **25%** | |
| | | Evaluación de la Fase de viabilidad y desarrollo | **25%** | |
| | | Evaluación de la Fase de comunicación | **20%** | |
| | | | | |
| Participación activa | 5 % | Participación, presentaciones y defensas | 5 % | En la convocatoria extraordinaria no se evalúa |

La documentación exigida para poder ser evaluado tanto en la evaluación ordinaria como la extraordinaria es:

_ Archivo digital de la presentación final de la propuesta
_ Archivo digital de la Memoria que recoja de manera razonada y estructurada todo el proceso desarrollado
_ Panel A1 impreso y sobre un soporte rígido
_ Maqueta de presentación o prototipo
_ un archivo digital que contenga una selección de bocetos y renders tanto del proyecto como de la propuestas final

Es recomendable también:

_ la presentación de una maqueta final o de un prototipo
_ la realización de elementos de promoción de la propuesta (dípticos, trípticos, fyers, etc)
_ la realización de animaciones, vídeos de la propuesta final

## 9. Bibliografía

DATSCHEFSKI, E. *El re-diseño de productos. Productos sustentables. El regreso a los ciclos naturales.* Mc Graw Hill, México D. F., 2002
FLUSSER, V., *Filosofía del diseño, la forma de las cosas,* Editorial Síntesis, Madrid, 1999. Barcelona, 2005.
HALLGRIMSSON, B. *Diseño de Producto*. Barcelona. Promopress, 2013
JULIER Guy, *La cultura del diseño*, Gili, Barcelona, 2010
LEFTERI, Ch. *Así se hace. Técnicas de Fabricación para diseño de Producto*. Blume. Barcelona, 2008
MONTAÑA, Jordi, *Diseño y estrategia de producto*, Fundación Bcd, Barcelona, 1985.
MORACE, Francesco, *Contratendencias*, Experimenta, Madrid, 1993.
NAVARRO, J.L., *Maquetas, modelos y moldes: Materiales y técnicas para dar forma a las ideas.* Col.lecció treballs d´informàtica i tecnologia, no4. Publicacions de la Universitat Jaume I. Castelló de la Plana. 2000.
NORMAN, D., *La psicología de los objetos cotidianos*, Ed Nerea, Madrid, 1990.
NORMAN, D., *El diseño emocional, por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos.* Paidós Ibérica,
PRESS Mike y COOPER Rachel, *El Diseño como experiencia*, Gustavo Gili, Barcelona 2007
RICARD, André, *Diseño y calidad de vida*, Ministerio Industria, Barcelona, 1985.
RICARD, André, *Diseño*, Impiva, Valencia, 1987
RICARD, André, *Diseño. ¿Por qué?,* Gustavo Gili, Barcelona, 1982
RICARD, André, *Hablando de diseño*, Punt De Vista, Barcelona 1987
VV.AA., *Métodos de Investigación para el diseño de Producto.* Barcelona. Art Blume, 2013
VV. AA. *Principios universales de diseño,* Blume, 2005.
VIÑOLAS, J, *Diseño ecológico,* Blume, Barcelona.

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de DIRECCIÓN DE PROYECTOS_II
**ESPECIALIDAD** Diseño de Producto

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | Diseño | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | Diseño de Producto | | |
| **Nombre de la asignatura** | Dirección de Proyectos II | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | Martes de 17h .a 20h., Jueves de 16 a 20h. | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10-1.8 | **Horas semanales** | 7h |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Trimestral. | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Valenciano, castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | PEDRO L. OCHANDO GIL | | |
| **Correo electrónico** | pedro.ochando@gmail.com | | |
| **Horario de tutorías** | Jueves 16h a 17h | | |
| **Lugar de tutorías** | Aula 1.10 | | |

## 2. Introducción a la asignatura

Desde un planteamiento de un proyecto industrial, dirigido a la producción y desarrollo de un producto de sectores diversos en la industria, en la que se pondrá atención desde la génesis del futuro producto hasta su lanzamiento de mercado.

Durante el proyecto se determinarán estrategias y procesos más convenientes basados en las dinámicas y acciones propias de una agencia, estudio de diseño de producto/ industrial u oficina técnica. Teniendo en cuenta todos los factores internos y externos que interactúan en la toma de decisiones

## 3. Conocimientos recomendados

Las distintas estrategias, aprendidas desde la práctica y la teoría de los procesos del proyecto, referentes sus distintas fases, propios del Grado en Diseño

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

| | | |
|---|---|---|
| **CB-1.-** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio | RA1(CB1) | Gestionar la adquisición, estructuración, análisis y visualización de datos de los datos necesarios para el proceso de diseño. |
| | RA2(CB2) | Identificar y analizar un problema de diseño avanzado para generar alternativas de solución aplicando los métodos aprendidos. |
| | RA3(CB1) | Planificar y utilizar la información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado. |
| **CB-2**.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. | RA1(CB2) | Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos. |
| | RA2(CB2) | Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas. |
| | RA3(CB2) | Analizar la coherencia de los juicios propios y ajenos entorno al diseño, y valorar las implicaciones personales y sociales de los mismos. |
| **CB-3**.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. | RA1(CB3) | Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas. |
| | RA2(CB3) | Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas. |
| **CB-4.-** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | RA1(CB4) | Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación. |
| **CB-5.-** Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la | RA1(CB5) | Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. |
| | RA2(CB5) | Identificar, reconocer y aplicar la personalidad moral y |

| | | |
|---|---|---|
| complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas. | | los principios éticos, en el ámbito del diseño. |
| **CB-6.-** Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado. | RA1(CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |
| | RA2(CB6) | Generar ideas originales de calidad, para nuevos productos, que se puedan plasmar de una manera formal y defenderlas en situaciones y/o problemas tanto conocidos como desconocidos. |
| **CB-7.-** Dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados. | RA1(CB7) | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados |
| | RA2(CB7) | Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en un entorno empresarial. |
| | RA3(CB7) | Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto. |
| **CE-1.-**Formalizar la propuesta con la realización de premodelos y maquetas en taller aplicando las tecnologías más avanzadas. | RA1(CE1) | Presentar gráficamente la propuesta de diseño |
| | RA2(CE1) | Realizar hábilmente premaquetas con materiales sencillos. |
| | RA3(CE1) | Realización de maquetas con técnicas avanzadas |
| **CE-2.-**Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa**.** | RA1(CE2) | Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos |
| | RA2(CE2) | Analizar al usuario para conocer sus necesidades funcionales, estéticas y sociales por medio de métodos avanzados de análisis. |
| | RA3(CE2) | Desarrollar el pensamiento integrador sintetizando las conclusiones y alternativas resolutivas |
| | RA4(CE2) | Desarrollar la Experimentación como medio y objetivo en la búsqueda de soluciones proyectuales. |
| **CE-3.-**Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto | RA1(CE3) | Analizar y decidir los procesos productivos y los materiales adecuados para la fabricación del producto. |
| | RA2(CE3) | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| | RA3(CE3) | Contrastar la viabilidad de uso del producto |
| **CE-4.-** Evaluar la coherencia de los aspectos estéticos, simbolicos, semanticos y comunicativos del producto, con la filosofia empresarial, la identidad corporativa y la marca de la empresa. | RA1(CE4) | Contrastar diseño resultante con los objetivos planteados en el brief inicial |

## 5. Contenidos

Desarrollo de proyectos avanzados de diseño de nuevos productos en colaboración directa con las áreas empresariales implicadas, atendiendo a las fases siguientes:

**fase de INVESTIGACIÓN**

Planificación de tiempos y tareas

Investigación sobre el problema planteado o breafing

Análisis de REFERENCIAS

Análisis de la EMPRESA

Análisis del MERCADO//SECTOR

Análisis de USOS

Análisis del USUARIO

Conclusiones

**Fase de IDEACIÓN**

Definición del Programa de necesidades

Definición de la propuesta a desarrollar

Justificación de la propuesta

Exploración de soluciones que se ajusten a la definición de la propuesta planteada.

Análisis y comparación de las soluciones planteadas

Selección de la propuesta o propuestas finales

Verificación de la coherencia entre la investigación y la propuesta

**Fase de VIABILIDAD y DESARROLLO**

Análisis de los materiales posibles

Resolución de los condicionantes técnicos

Resolución de los condicionantes productivos

Resolución de los condicionantes económicos

Resolución de los condicionantes de mercado

Desarrollo de maquetas técnicas y verificación de la propuesta o propuestas planteadas

**Fase de COMUNICACIÓN**

**De las presentaciones parciales**

Presentación (síntesis y comunicación gráfica)

Defensa pública

**DE LA PRESENTACIÓN final**

Memoria: documentación del proceso; comunicación gráfica

Presentación (síntesis y comunicación gráfica)

Panel (síntesis y comunicación gráfica)

Videos/ animaciones/etc

Prototipos o maquetas finales de presentación

Defensa pública

## 6. Actividades formativas y metodología

**ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA DOCENTE**

Para desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje se utilizarán tanto actividades dirigidas por el profesor como actividades de tareas compartidas.
La metodología será de participación activa del estudiante. De esta forma las clases serán participativas, realizándose ejercicios, debates y exposiciones en clase por parte de los alumnos. Las clases prácticas estarán sincronizadas con el desarrollo del temario teórico.

Actividades Presenciales 60%

**Clases teóricas**
Consisten fundamentalmente en sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de los contenidos de la asignatura. Las presentaciones serán a cargo del profesor. La finalidad es la de transmitir la información esencial de forma organizada y coherente para que los alumnos puedan, a partir de ella, aplicar procesos de síntesis y evaluación en las distintas fases de la asignatura. En la asignatura de Dirección de Proyectos estas clases teóricas suelen concentrarse al principio para presentar el problema de diseño y realizar la primera aproximación al tema, a la empresa y al sector.

**Clases prácticas**
En la asignatura de Dirección de Proyectos se trata de que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos, resuelvan e interpreten situaciones reales, y propongan y desarrollen soluciones novedosas que aporten valor. Así mismo, en estas clases se realizarán varias presentaciones y defensas públicas a lo largo del desarrollo de proyecto en la que podrán participar profesionales externos directamente vinculados con las empresas colaboradoras. De esta forma se busca que los alumnos adquieran una visión más profesionalizadora y práctica de la asignatura.

**Tutorías**
Se presta atención personalizada a los estudiantes en cuestiones de aprendizaje de los contenidos teóricos y del seguimiento de los trabajos prácticos propuestos. De esta forma se consigue que aquellos alumnos que puedan experimentar mayores dificultades en determinados momentos las superen.

**Otras**
Visitas a empresas, workshops, seminarios, master-class impartidas por profesionales, etc.

Actividades No Presenciales 40%

**Preparación clases teóricas**
En la asignatura de Dirección de Proyectos, el alumnado debe preparar las presentaciones y defensas parciales, desarrollando la capacidad de autoaprendizaje, y la puesta en relación de los conocimientos y destrezas adquiridos en las distintas asignaturas. En esta asignatura saber es saber-hacer, es decir: saber relacionar-saber aplicar-saber usar

Este trabajo de preparación sirve para la realización de la presentación final.

**Preparación trabajos clases prácticas**
El alumno trata de desarrollar la capacidad de autoaprendizaje mediante la realización de los ejercicios y trabajos propuestos por el profesor.
:

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|
| Actividades Presenciales 60% | Clases teóricas | **10 %** |
| | Clases prácticas | **40 %** |
| | Otras | **10 %** |
| Actividades No Presenciales 40% | Preparación presentaciones | **10 %** |
| | Preparación trabajos clases prácticas | **20 %** |

## 7. Recursos

Pizarra

Recursos multimedia.

Correo electrónico.

Programas de 3D

Material audiovisual (películas, documentales…)

Cañón de proyección

Biblioteca.

Taller de prototipado y modelaje

Plató de fotografía


Seu Velluters: C. Pintor Domingo, 20
46001 · Tel. 963 156 700 · Fax 963 156 701
info@easdvalencia.com

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

La evaluación será continua y global, tendrá carácter orientador y formativo, y deberá analizar los procesos de aprendizaje individual y colectivo. La calificación, representación última del proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones nuevas que exigen desarrollar capacidades de comprensión y razonamiento nuevas a su vez. La información para evidenciar el aprendizaje será recogida, principalmente, mediante:

- Seguimiento periódico del progreso de los/as estudiantes, tanto en el aula como en tutorías individuales y en grupo.
- Evaluación de los trabajos/proyectos encomendados, incluidos el análisis y la valoración de observaciones sobre trabajos elaborados por terceros.
- Resolución de prácticas/talleres de clase relacionadas con el contenido de la asignatura.
- Valoración de la participación individual y en grupo, tanto en el aula como en las tareas que se realicen fuera de ella.

**Criterios para la evaluación:**

En el EEES el sistema de evaluación de las titulaciones es la evaluación continua, según la cual la asistencia a clase es obligatoria. Para tener derecho a dicha evaluación debe alcanzarse un % mínimo de asistencia a clase del 75 %.

El seguimiento de los trabajos es continúo y todas las correcciones realizadas durante el proceso de corrección del proyecto pueden ser tenidas en cuenta por el profesorado para la evaluación. Los criterios generales de evaluación serán los siguientes:

1.- Para la **fase de INVESTIGACIÓN:** se valorará la coherencia con los objetivos del Taller tanto generales como específicos; así como la adecuación al problema de diseño planteado (25%).

2.- Para la **fase de IDEACIÓN** se valorará el rigor en la planificación de tiempos y de las tareas; la coherencia en el seguimiento de la planificación; así como, la adecuación a la metodología de diseño, y la autonomía del alumno en la búsqueda de soluciones adecuadas (25%).

3.- .Para la **fase de DESARROLLO Y VIABILIDAD** se valorará la coherencia interna del proyecto en las relaciones concepto – proceso; así como, el grado de originalidad/ complejidad / utilidad/ viabilidad en el desarrollo de la propuesta (25%)

4.- Para la **fase de COMUNICACIÓN** se valorará, en las presentaciones parciales, la claridad, calidad y coherencia en la comunicación y presentación del proyecto. En la presentación final se valorará, además, la exposición clara, la capacidad de síntesis, y la profesionalidad en la comunicación de la propuesta y en la relación con el cliente. (25%)

Para tener derecho a esta evaluación debe alcanzarse un porcentaje mínimo de asistencia a clase del 75 %

| Sistema evaluación | Ponderación total | Actividad formativa | Ponderación | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| Evaluación práctica | 95 % | Evaluación de la Fase de investigación | **25%** | Tanto en convocatoria ordinaria como en la extraordinaria. |
| | | Evaluación de la Fase de ideación | **25%** | |
| | | Evaluación de la Fase de viabilidad y desarrollo | **25%** | |
| | | Evaluación de la Fase de comunicación | **20%** | |
| | | | | |
| Participación activa | 5 % | Participación, presentaciones y defensas | 5 % | En la convocatoria extraordinaria no se evalúa |

La documentación exigida para poder ser evaluado tanto en la evaluación ordinaria como la extraordinaria es:

_ Archivo digital de la presentación final de la propuesta
_ Archivo digital de la Memoria que recoja de manera razonada y estructurada todo el proceso desarrollado
_ Panel A1 impreso y sobre un soporte rígido
_ Maqueta de presentación o prototipo
_ un archivo digital que contenga una selección de bocetos y renders tanto del proyecto como de la propuestas final

Es recomendable también:

_ la presentación de una maqueta final o de un prototipo
_ la realización de elementos de promoción de la propuesta (dípticos, trípticos, fyers, etc)
_ la realización de animaciones, vídeos de la propuesta final

## 9. Bibliografía

DATSCHEFSKI, E. *El re-diseño de productos. Productos sustentables. El regreso a los ciclos naturales.* Mc Graw Hill, México D. F., 2002
FLUSSER, V., *Filosofía del diseño, la forma de las cosas,* Editorial Síntesis, Madrid, 1999. Barcelona, 2005.
HALLGRIMSSON, B. *Diseño de Producto*. Barcelona. Promopress, 2013
JULIER Guy, *La cultura del diseño*, Gili, Barcelona, 2010
LEFTERI, Ch. *Así se hace. Técnicas de Fabricación para diseño de Producto*. Blume. Barcelona, 2008
MONTAÑA, Jordi, *Diseño y estrategia de producto*, Fundación Bcd, Barcelona, 1985.
MORACE, Francesco, *Contratendencias*, Experimenta, Madrid, 1993.
NAVARRO, J.L., *Maquetas, modelos y moldes: Materiales y técnicas para dar forma a las ideas.* Col.lecció treballs d´informàtica i tecnologia, no4. Publicacions de la Universitat Jaume I. Castelló de la Plana. 2000.
NORMAN, D., *La psicología de los objetos cotidianos*, Ed Nerea, Madrid, 1990.
NORMAN, D., *El diseño emocional, por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos.* Paidós Ibérica,
PRESS Mike y COOPER Rachel, *El Diseño como experiencia*, Gustavo Gili, Barcelona 2007
RICARD, André, *Diseño y calidad de vida*, Ministerio Industria, Barcelona, 1985.
RICARD, André, *Diseño*, Impiva, Valencia, 1987
RICARD, André, *Diseño. ¿Por qué?,* Gustavo Gili, Barcelona, 1982
RICARD, André, *Hablando de diseño*, Punt De Vista, Barcelona 1987
VV.AA., *Métodos de Investigación para el diseño de Producto.* Barcelona. Art Blume, 2013
VV. AA. *Principios universales de diseño,* Blume, 2005.
VIÑOLAS, J, *Diseño ecológico,* Blume, Barcelona.

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de DIRECCIÓN DE PROYECTOS_III
**ESPECIALIDAD** Diseño de Producto

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | Diseño | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | Diseño de Producto | | |
| **Nombre de la asignatura** | Dirección de Proyectos III | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | Martes de 17h .a 20h., Jueves de 16 a 20h. | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10-1.8 | **Horas semanales** | 7h |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Trimestral. | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Valenciano, castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | XAVIER GINER PONCE | | |
| **Correo electrónico** | xavierginer@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | Jueves 16h a 17h | | |
| **Lugar de tutorías** | Aula 1.10 | | |

## 2. Introducción a la asignatura

Desde un planteamiento de un proyecto industrial, dirigido a la producción y desarrollo de un producto de sectores diversos en la industria, en la que se pondrá atención desde la génesis del futuro producto hasta su lanzamiento de mercado.

Durante el proyecto se determinarán estrategias y procesos más convenientes basados en las dinámicas y acciones propias de una agencia, estudio de diseño de producto/ industrial u oficina técnica. Teniendo en cuenta todos los factores internos y externos que interactúan en la toma de decisiones

## 3. Conocimientos recomendados

Las distintas estrategias, aprendidas desde la práctica y la teoría de los procesos del proyecto, referentes sus distintas fases, propios del Grado en Diseño

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

| | | |
|---|---|---|
| **CB-1.-** Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio | RA1(CB1) | Gestionar la adquisición, estructuración, análisis y visualización de datos de los datos necesarios para el proceso de diseño. |
| | RA2(CB2) | Identificar y analizar un problema de diseño avanzado para generar alternativas de solución aplicando los métodos aprendidos. |
| | RA3(CB1) | Planificar y utilizar la información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado. |
| **CB-2**.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios. | RA1(CB2) | Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos. |
| | RA2(CB2) | Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas. |
| | RA3(CB2) | Analizar la coherencia de los juicios propios y ajenos entorno al diseño, y valorar las implicaciones personales y sociales de los mismos. |
| **CB-3**.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades. | RA1(CB3) | Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas. |
| | RA2(CB3) | Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas. |
| **CB-4.-** Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo. | RA1(CB4) | Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación. |
| **CB-5.-** Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la | RA1(CB5) | Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. |
| | RA2(CB5) | Identificar, reconocer y aplicar la personalidad moral y |

| | | |
|---|---|---|
| complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas. | | los principios éticos, en el ámbito del diseño. |
| **CB-6.-** Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado. | RA1(CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |
| | RA2(CB6) | Generar ideas originales de calidad, para nuevos productos, que se puedan plasmar de una manera formal y defenderlas en situaciones y/o problemas tanto conocidos como desconocidos. |
| **CB-7.-** Dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados. | RA1(CB7) | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados |
| | RA2(CB7) | Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en un entorno empresarial. |
| | RA3(CB7) | Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto. |
| **CE-1.-**Formalizar la propuesta con la realización de premodelos y maquetas en taller aplicando las tecnologías más avanzadas. | RA1(CE1) | Presentar gráficamente la propuesta de diseño |
| | RA2(CE1) | Realizar hábilmente premaquetas con materiales sencillos. |
| | RA3(CE1) | Realización de maquetas con técnicas avanzadas |
| **CE-2.-**Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa**.** | RA1(CE2) | Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos |
| | RA2(CE2) | Analizar al usuario para conocer sus necesidades funcionales, estéticas y sociales por medio de métodos avanzados de análisis. |
| | RA3(CE2) | Desarrollar el pensamiento integrador sintetizando las conclusiones y alternativas resolutivas |
| | RA4(CE2) | Desarrollar la Experimentación como medio y objetivo en la búsqueda de soluciones proyectuales. |
| **CE-3.-**Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto | RA1(CE3) | Analizar y decidir los procesos productivos y los materiales adecuados para la fabricación del producto. |
| | RA2(CE3) | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| | RA3(CE3) | Contrastar la viabilidad de uso del producto |
| **CE-4.-** Evaluar la coherencia de los aspectos estéticos, simbolicos, semanticos y comunicativos del producto, con la filosofia empresarial, la identidad corporativa y la marca de la empresa. | RA1(CE4) | Contrastar diseño resultante con los objetivos planteados en el brief inicial |

## 5. Contenidos

Desarrollo de proyectos avanzados de diseño de nuevos productos en colaboración directa con las áreas empresariales implicadas, atendiendo a las fases siguientes:

| **fase de INVESTIGACIÓN** |
|---|
| Planificación de tiempos y tareas |
| Investigación sobre el problema planteado o breafing |
| Análisis de REFERENCIAS |
| Análisis de la EMPRESA |

Análisis del MERCADO//SECTOR

Análisis de USOS

Análisis del USUARIO

Conclusiones

**Fase de IDEACIÓN**

Definición del Programa de necesidades

Definición de la propuesta a desarrollar

Justificación de la propuesta

Exploración de soluciones que se ajusten a la definición de la propuesta planteada.

Análisis y comparación de las soluciones planteadas

Selección de la propuesta o propuestas finales

Verificación de la coherencia entre la investigación y la propuesta

**Fase de VIABILIDAD y DESARROLLO**

Análisis de los materiales posibles

Resolución de los condicionantes técnicos

Resolución de los condicionantes productivos

Resolución de los condicionantes económicos

Resolución de los condicionantes de mercado

Desarrollo de maquetas técnicas y verificación de la propuesta o propuestas planteadas

**Fase de COMUNICACIÓN**

**De las presentaciones parciales**

Presentación (síntesis y comunicación gráfica)

Defensa pública

**DE LA PRESENTACIÓN final**

Memoria: documentación del proceso; comunicación gráfica

Presentación (síntesis y comunicación gráfica)

Panel (síntesis y comunicación gráfica)

Videos/ animaciones/etc

Prototipos o maquetas finales de presentación

Defensa pública

## 6. Actividades formativas y metodología

**ACTIVIDADES FORMATIVAS Y METODOLOGÍA DOCENTE**

Para desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje se utilizarán tanto actividades dirigidas por el profesor como actividades de tareas compartidas.
La metodología será de participación activa del estudiante. De esta forma las clases serán participativas, realizándose ejercicios, debates y exposiciones en clase por parte de los alumnos. Las clases prácticas estarán sincronizadas con el desarrollo del temario teórico.

Actividades Presenciales 60%

**Clases teóricas**
Consisten fundamentalmente en sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de los contenidos de la asignatura. Las presentaciones serán a cargo del profesor. La finalidad es la de transmitir la información esencial de forma organizada y coherente para que los alumnos puedan, a partir de ella, aplicar procesos de síntesis y evaluación en las distintas fases de la asignatura. En la asignatura de Dirección de Proyectos estas clases teóricas suelen concentrarse al principio para presentar el problema de diseño y realizar la primera aproximación al tema, a la empresa y al sector.

**Clases prácticas**
En la asignatura de Dirección de Proyectos se trata de que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos, resuelvan e interpreten situaciones reales, y propongan y desarrollen soluciones novedosas que aporten valor. Así mismo, en estas clases se realizarán varias presentaciones y defensas públicas a lo largo del desarrollo de proyecto en la que podrán participar profesionales externos directamente vinculados con las empresas colaboradoras. De esta forma se busca que los alumnos adquieran una visión más profesionalizadora y práctica de la asignatura.

**Tutorías**
Se presta atención personalizada a los estudiantes en cuestiones de aprendizaje de los contenidos teóricos y del seguimiento de los trabajos prácticos propuestos. De esta forma se consigue que aquellos alumnos que puedan experimentar mayores dificultades en determinados momentos las superen.

**Otras**
Visitas a empresas, workshops, seminarios, master-class impartidas por profesionales, etc.

Actividades No Presenciales 40%

**Preparación clases teóricas**
En la asignatura de Dirección de Proyectos, el alumnado debe preparar las presentaciones y defensas parciales, desarrollando la capacidad de autoaprendizaje, y la puesta en relación de los conocimientos y destrezas adquiridos en las distintas asignaturas. En esta asignatura saber es saber-hacer, es decir: saber relacionar-saber aplicar-saber usar

Este trabajo de preparación sirve para la realización de la presentación final.

**Preparación trabajos clases prácticas**
El alumno trata de desarrollar la capacidad de autoaprendizaje mediante la realización de los ejercicios y trabajos propuestos por el profesor.
:

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|
| Actividades Presenciales 60% | Clases teóricas | **10 %** |
| | Clases prácticas | **40 %** |
| | Otras | **10 %** |
| Actividades No Presenciales 40% | Preparación presentaciones | **10 %** |
| | Preparación trabajos clases prácticas | **30 %** |

## 7. Recursos

Pizarra

Recursos multimedia.

Correo electrónico.

Programas de 3D

Material audiovisual (películas, documentales…)

Cañón de proyección

Biblioteca.

Taller de prototipado y modelaje

Plató de fotografía


Seu Velluters: C. Pintor Domingo, 20
46001 · Tel. 963 156 700 · Fax 963 156 701
info@easdvalencia.com

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

La evaluación será continua y global, tendrá carácter orientador y formativo, y deberá analizar los procesos de aprendizaje individual y colectivo. La calificación, representación última del proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones nuevas que exigen desarrollar capacidades de comprensión y razonamiento nuevas a su vez. La información para evidenciar el aprendizaje será recogida, principalmente, mediante:

- Seguimiento periódico del progreso de los/as estudiantes, tanto en el aula como en tutorías individuales y en grupo.
- Evaluación de los trabajos/proyectos encomendados, incluidos el análisis y la valoración de observaciones sobre trabajos elaborados por terceros.
- Resolución de prácticas/talleres de clase relacionadas con el contenido de la asignatura.
- Valoración de la participación individual y en grupo, tanto en el aula como en las tareas que se realicen fuera de ella.

**Criterios para la evaluación:**

En el EEES el sistema de evaluación de las titulaciones es la evaluación continua, según la cual la asistencia a clase es obligatoria. Para tener derecho a dicha evaluación debe alcanzarse un % mínimo de asistencia a clase del 75 %.

El seguimiento de los trabajos es continúo y todas las correcciones realizadas durante el proceso de corrección del proyecto pueden ser tenidas en cuenta por el profesorado para la evaluación. Los criterios generales de evaluación serán los siguientes:

1.- Para la **fase de INVESTIGACIÓN:** se valorará la coherencia con los objetivos del Taller tanto generales como específicos; así como la adecuación al problema de diseño planteado (25%).

2.- Para la **fase de IDEACIÓN** se valorará el rigor en la planificación de tiempos y de las tareas; la coherencia en el seguimiento de la planificación; así como, la adecuación a la metodología de diseño, y la autonomía del alumno en la búsqueda de soluciones adecuadas (25%).

3.- .Para la **fase de DESARROLLO Y VIABILIDAD** se valorará la coherencia interna del proyecto en las relaciones concepto – proceso; así como, el grado de originalidad/ complejidad / utilidad/ viabilidad en el desarrollo de la propuesta (25%)

4.- Para la **fase de COMUNICACIÓN** se valorará, en las presentaciones parciales, la claridad, calidad y coherencia en la comunicación y presentación del proyecto. En la presentación final se valorará, además, la exposición clara, la capacidad de síntesis, y la profesionalidad en la comunicación de la propuesta y en la relación con el cliente. (25%)

Para tener derecho a esta evaluación debe alcanzarse un porcentaje mínimo de asistencia a clase del 75 %

| Sistema evaluación | Ponderación total | Actividad formativa | Ponderación | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| Evaluación práctica | 95 % | Evaluación de la Fase de investigación | **25%** | Tanto en convocatoria ordinaria como en la extraordinaria. |
| | | Evaluación de la Fase de ideación | **25%** | |
| | | Evaluación de la Fase de viabilidad y desarrollo | **25%** | |
| | | Evaluación de la Fase de comunicación | **20%** | |
| | | | | |
| Participación activa | 5 % | Participación, presentaciones y defensas | 5 % | En la convocatoria extraordinaria no se evalúa |

La documentación exigida para poder ser evaluado tanto en la evaluación ordinaria como la extraordinaria es:

_ Archivo digital de la presentación final de la propuesta
_ Archivo digital de la Memoria que recoja de manera razonada y estructurada todo el proceso desarrollado
_ Panel A1 impreso y sobre un soporte rígido
_ Maqueta de presentación o prototipo
_ un archivo digital que contenga una selección de bocetos y renders tanto del proyecto como de la propuestas final

Es recomendable también:

_ la presentación de una maqueta final o de un prototipo
_ la realización de elementos de promoción de la propuesta (dípticos, trípticos, fyers, etc)
_ la realización de animaciones, vídeos de la propuesta final

## 9. Bibliografía

DATSCHEFSKI, E. *El re-diseño de productos. Productos sustentables. El regreso a los ciclos naturales.* Mc Graw Hill, México D. F., 2002
FLUSSER, V., *Filosofía del diseño, la forma de las cosas,* Editorial Síntesis, Madrid, 1999. Barcelona, 2005.
HALLGRIMSSON, B. *Diseño de Producto*. Barcelona. Promopress, 2013
JULIER Guy, *La cultura del diseño*, Gili, Barcelona, 2010
LEFTERI, Ch. *Así se hace. Técnicas de Fabricación para diseño de Producto*. Blume. Barcelona, 2008
MONTAÑA, Jordi, *Diseño y estrategia de producto*, Fundación Bcd, Barcelona, 1985.
MORACE, Francesco, *Contratendencias*, Experimenta, Madrid, 1993.
NAVARRO, J.L., *Maquetas, modelos y moldes: Materiales y técnicas para dar forma a las ideas.* Col.lecció treballs d´informàtica i tecnologia, no4. Publicacions de la Universitat Jaume I. Castelló de la Plana. 2000.
NORMAN, D., *La psicología de los objetos cotidianos*, Ed Nerea, Madrid, 1990.
NORMAN, D., *El diseño emocional, por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos.* Paidós Ibérica,
PRESS Mike y COOPER Rachel, *El Diseño como experiencia*, Gustavo Gili, Barcelona 2007
RICARD, André, *Diseño y calidad de vida*, Ministerio Industria, Barcelona, 1985.
RICARD, André, *Diseño*, Impiva, Valencia, 1987
RICARD, André, *Diseño. ¿Por qué?,* Gustavo Gili, Barcelona, 1982
RICARD, André, *Hablando de diseño*, Punt De Vista, Barcelona 1987
VV.AA., *Métodos de Investigación para el diseño de Producto.* Barcelona. Art Blume, 2013
VV. AA. *Principios universales de diseño,* Blume, 2005.
VIÑOLAS, J, *Diseño ecológico,* Blume, Barcelona.

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

## Guía docente de Gestión de la calidad y sostenibilidad

**Curso 2018/2019**

## Esquema de la guía

**1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias**
**4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos**
**7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía**

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia<br>Sede Velluters | | |
| **Master** | Creatividad y desarrollo del producto | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | Tecnología y Ciencias Aplicadas. | | |
| **Nombre de la asignatura** | Gestión de la calidad y sostenibilidad | | |
| **Web de la asignatura** | Moodle de la asignatura | | |
| **Horario de la asignatura** | Miércoles 15 – 18 h | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10 | Horas semanales | 3 |
| **Código** | MP | Créditos ECTS | 6 |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Anual | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Castellano | | |
| **DATOS DE LOS PROFESORES** | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | Jose Martínez Escutia // Lucia Serna Muñoz | | |
| **Correo electrónico** | jmartinez@easdvalencia.com // lserna@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | Ver horario del profesor en la web | | |
| **Lugar de tutorías** | Departamento de Ciencias Aplicadas | | |

## 2. Introducción a la asignatura

La asignatura pretende aplicar las herramientas prácticas del ecodiseño más utilizadas en la realización de proyectos de mejora medio ambiental, con la intención de integrar los aspectos ambientales en el proceso de diseño de producto.

La materia pretende también proporcionar los conocimientos necesarios para asimilar y comprender la importancia de la gestión de la calidad y la calidad en las empresas actuales. Se plantean modelos de gestión de la calidad para remarcarnos la importancia de los mismos. También se estudian las distintas normas a nivel mundial que determinan cúales son esas características que definen la calidad y el preoceso mediante el cuál organizaciones independientes certifican que una empresa cumple con lo establecido en dichas normas.

La asignatura facilita nuevas herramientas basadas en la investigación y creatividad para poder idear productos que sobresalgan en el sector, por su carácter innovador y de calidad; y dar las bases clave para permitir al profesional liderar la gestión completa del producto.

## 3. Conocimientos recomendados

No se requieren conocimientos previos a excepción de los implícitos a las condiciones establecidas en el punto de "ACCESO Y ADMISIÓN DE ESTUDIANTES" del verifica del Título oficial del Máster**.**

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

COMPETENCIAS BÁSICAS (según R.D. 1393/2007)

CB-1. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

CB-3. Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-7. Dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS BASICAS

| | | |
|---|---|---|
| CB-1 | RA3 (CB1) | Planificar y utilizar información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado. |
| CB-3 | RA2 (CB3) | Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas |
| CB-6 | RA1 (CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial |
| CB-7 | RA1 (CB7) | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados. |
| | RA2 (CB7) | Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en un entorno empresarial. |

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

CE-3. Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto.

CE-4.- Evaluar la coherencia de los aspectos estéticos, simbólicos, semánticos y comunicativos del producto, con la filosofía empresarial, la identidad corporativa y la marca de la empresa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS.

| | | |
|---|---|---|
| CE-3 | RA1 (CE3) | Analizar y decidir los procesos productivos y los materiales adecuados para la fabricación del producto. |
| | RA2 (CE3) | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| | RA3 (CE3) | Contrastar la viabilidad de uso del producto. |
| CE-4 | RA1 (CE4) | Contrastar diseño resultantes con los objetivos planteados en el brief inicial. |

## 5. Contenidos

Introducción a los conceptos clave para el ecodiseño: Desarrollo Sostenible, impactos

ambientales, ciclo de vida…

Reflexión ética sobre las necesidades sociales y los lujos culturales. Obstáculos y barreras para el desarrollo de productos más ecológicos.

Herramientas para el diseño y rediseño de productos más respetuosos con el medio ambiente.

El proceso de ecodiseño: actores, fases, multi- inter- y trans- disciplinariedad. Herramientas de análisis ambiental.

Estudio de casos de mejora ambiental en el diseño de productos

Materiales y energías ambientalmente preferibles. Ejemplos de productos con mejoras parciales de sus impactos ambientales (envases, electrodomésticos, sector del automóvil, electrónica…). Casos prácticos en empresas.

Conceptos básicos sobre la gestión de la calidad.

- Evolución histórica.
- La gestión de la calidad actualmente.
- Los costes de la calidad

La calidad en la gestión empresarial

Investigación
Planificación, diseño y desarrollo
Producción
Recogida de datos y retroalimentación

Normalización – Certificación

Marcado CE

Sistemas de gestión de la calidad

Procedimiento de diseño y desarrollo de producto, basado en la ISO 9001

## 6. Actividades formativas y metodología

| **6.1 Actividades de trabajo presencial** | | | |
|---|---|---|---|
| *ACTIVIDADES* | *Metodología de enseñanza-aprendizaje* | *Relación con los Resultados de Aprendizaje* | *Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)* |
| *Clase presencial* | *Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.* | RA2-CB3<br>RA1-CE3<br>RA3-CE3 | 33 |

| | | | |
|---|---|---|---|
| *Clases prácticas* | *Sesiones de trabajo grupal en grupos supervisadas por el profesor. 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.*<br>*Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.* | RA3-CB1<br>RA2-CB3<br>RA1-CB6<br>RA1-CB7<br>RA2-CB7<br>RA1-CE3<br>RA2-CE3<br>RA3-CE3<br>RA1-CE4 | 23 |
| *Exposición trabajo en grupo* | *Aplicación de conocimientos interdisciplinares.* | RA3-CB1<br>RA1-CB7<br>RA2-CB7 | 21 |
| *Tutoría* | *Atención personalizada y en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor/a con el objetivo de revisar y discutir los materiales y temas presentados en las clases, seminarios, talleres, lecturas, realización de trabajos, proyectos, etc.* | RA1-CB6<br>RA2-CE3<br>RA1-CE4 | 10 |
| *Evaluación* | *Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.* | RA1-CE3<br>RA2-CE3<br>RA3-CE3<br>RA1-CE4 | 3 |
| | | SUBTOTAL | 90 |

**6.2 Actividades de trabajo autónomo**

| *ACTIVIDADES* | *Metodología de enseñanza-aprendizaje* | *Relación con los Resultados de Aprendizaje* | *Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)* |
|---|---|---|---|
| *Trabajo autónomo* | *Estudio del alumno/a: preparación y práctica individual de lecturas, textos, interpretaciones, ensayos, resolución de problemas, proyectos, seminarios, talleres, trabajos, memorias,… para expone o entregar durante las clases teóricas, clases prácticas y/o tutorías de pequeño grupo.* | RA3-CB1<br>RA1-CE3<br>RA2-CE3<br>RA3-CE3<br>RA1-CE4 | 30 |
| *Estudio práctico* | *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.* | RA1-CB6<br>RA1-CB7<br>RA2-CB7<br>RA1-CE3<br>RA2-CE3<br>RA3-CE3<br>RA1-CE4 | 15 |
| *Actividades complementarias* | *Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,…* | RA1-CE3<br>RA2-CE3<br>RA3-CE3<br>RA1-CE4 | 15 |
| | | SUBTOTAL | 60 |
| | | **TOTAL** | 150 |

## 7. Recursos

Pizarra

Recursos multimedia

Páginas webs

Correo electrónico

Material audiovisual (películas, documentales…)

Cañón de proyección

Biblioteca

Artículos de prensa relacionados con la materia

Revistas

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

El sistema de evaluación de la titulación es mixto, siendo la asistencia a clase obligatoria. Para tener derecho a dicha evaluación debe alcanzarse un % mínimo de asistencia a clase del 75 %.

Componentes del sistema de evaluación:

1º. Prueba de conocimientos teóricos.

2º. Evaluación práctica:

- Estudio y trabajo en grupo: la preparación, por parte del alumnado en grupos de dos, tres personas de trabajos para exponer en clase o entregar, y en el que se evalúa el trabajo en equipo. Permite el desarrollo y la obtención de competencias relacionales.
- Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además el estudio personal; preparar exámenes, trabajos, lecturas complementarias, casos prácticos, ejercicios, etc.

3º Participación activa:

El profesor calificará la participación activa a lo largo del curso de cada alumno individualmente en función de sus aportaciones y la oportunidad de sus reflexiones y preguntas sobres el contenido de la asignatura.

| Sistema evaluación | Ponderación total | Actividad formativa | Ponderación | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| Prueba de conocimientos teóricos | Hasta un 30 % | Examen parcial | 100 % | Convocatoria ordinaria y extraordinaria. Debe obtenerse una calificación mínima de 4 para promediar con el esto de los apartados. |
| Evaluación práctica | 60 % - 90 % | Trabajo individual | 75% | Deben de presentarse los trabajos en convocatoria ordinaria y extraordinaria. |
| | | Trabajo en grupo | 25% | |
| Participación activa | Hasta un 30 % | Exposición de trabajos | 100 % | Se evalúa en el aula. |

Todos los porcentajes de los apartados indicados en la tabla son de aplicación tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria. En caso de que la asistencia sea inferior al 75% y no haya podido realizar el trabajo en grupo se perderá la valoración de este apartado.

Criterios de calificación:

1. Prueba de conocimientos teóricos: se realizará un examen parcial que estará compuesto por preguntas cortas abiertas y ejercicios prácticos relativos a los contenidos tratados en la asignatura.

   En caso de no superar una calificación global de 4 sobre 10 no se tendrá en cuenta el resto de apartados de la evaluación, ya sea en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, es decir, promediarán con valor 0.
2. Evaluación práctica:

   A lo largo del curso se irán planteando trabajos de los temas tratados en clase que tendrán que elaborarse individualmente o en grupo y exponerse públicamente en el aula.

   Las fechas de entrega de los trabajos se establecerán junto con las instrucciones de los mismos. En caso de no cumplir la fecha de entrega se entenderá que el trabajo se presenta en convocatoria extraordinaria.

   La no realización de los trabajos supone el suspenso de la asignatura, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, independiente de la calificación de resto de

apartados.

La calificación será de 0 a 10, aprobando con un cinco.

Si la calificación de dicha parte no supera un 5 implicará la no superación de la asignatura.

Para la calificación del trabajo se valorarán los siguientes aspectos:

- Nivel de dominio de los conceptos
- Adecuación a las pautas dadas
- Relevancia de la información utilizada
- Capacidad de organización, análisis y síntesis de la información
- Capacidad de realizar un razonamiento crítico
- Cuidado y originalidad en la presentación

Trabajo individual: Se resolverán actividades, casos, etc. sobre la aplicación de los contenidos teóricos.

Trabajo en grupo: Los grupos de trabajo serán programados por el profesor dependiendo del número de alumnos matriculados en la asignatura.

3. Participación activa:

En función de la dinámica del curso se establecerán actividades que constarán de la exposición pública de trabajos en grupo, ejercicios a resolver de forma individual y resolución de los mismos en clase con la participación del alumnado.

El profesor calificará:

- La actitud del alumno/a
- Las aportaciones del alumno/a
- La manera de expresarse y comunicar

Es requisito para poder presentar el TFM haber superado la asignatura.

## 9. Bibliografía

Manzini, E. (1990). *Artefactos, hacia una nueva ecología del ambiente artificial* .Madrid: Celeste. 1992

Riera, de R., Vinyets, V. (1999) *Ecodiseño y ecoproductos.* Barcelona: Rubes. 2003.

Viñolas, J. (2005) *Diseño ecológico,* Barcelona: Blume .2005.

Braungart, M., Mcdonough, W. (2003). *Cradle to cradle.* Madrid: McGraw Hill. 2010.

Latouche, S. (2004).*Sobrevivir al Desarrollo* .Barcelona:Icaria.2009.

Capuz, C., Gomez, T y et,al (2002). *Ecodiseño. Ingeniería del ciclo de vida para el desarrollo de productos sostenibles.*Valencia: Universidad Politécnica de Valencia 2002.

Águila, L. (1997). Control de la Calidad. Editorial Minerva. 1997

Asociación Española para la Calidad (2002). Herramientas para la Calidad. Cyan, Proyectos y Producciones Editoriales, S.A. 2004

Milton, A. y Rodgers, P. (2013). Métodos de investigación para el diseño de producto. Londres: Blume. 2013

Miranda, F. y Chamorro, A. y Rubio, S. (2007). Introducción a la gestión de la calidad. Madrid: Delta Publicaciones. 2007

García, J. (2011). Gestión de la calidad en el sector gráfico. Madrid: Editorial Aral

Ulrich, K. Y Eppinger, S. (2013). Diseño y desarrollo de productos. Mexico: Mc Graw Hill

Direcciones electrónicas de interés:

La nueva norma ISO 14.006:2011 de gestión del ecodiseño. www.ecodisseny.net

Diseño consciente. http://disenoconsciente.blogspot.com.es/

The inviromenment Directory. http://webdirectory.com/

Diseño sostenible. http://www.disost.com/search/label/dise%C3%B1adores

Ecodesign

http://www.ecodesign.at/einfuehrung/allgemein/produktleben/rohstoffgewinnung/index.en.html

Plataforma de crowfunding del mundo. https://www.indiegogo.com/

BSD Global. http://www.iisd.org/business/

Aula de sostenibilidad. http://www.aula-sostenibilidad.com/aulas/

Recursos e ingenio. http://design-resource.org/

The Body Shop. http://www.thebodyshop-usa.com/

AHC.http://www.americanhardwood.org/es/

Ecointeligencia. http://www.ecointeligencia.com/

Design to improve life. http://www.ecointeligencia.com/

Doorsofperception http://wp.doorsofperception.com/

Envirolink. http://www.envirolink.org/index.html

Monografica.org. http://www.monografica.org/01/

ISO NORMAS. http://www.iso.org/iso/home.htm

The Center Sustainable http://cfsd.org.uk/

Asociación Española de Normalización y Certificación. AENOR. www.aenor.es

European Committee for Standardization (CEN). www.cen.en

International Standardization Organization (ISO). wwww.iso.org/iso/home.htm

Entidad Nacional de Acreditación (ENAC). wwww.enac.es

Asociación Española para la Calidad (AE). www.aec.es

US Environmental Protection Agency (EPA). www.epa.gov

Marcado CE. www.marcado-ce.com

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de **Procesos Gráficos de Configuración**

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia.<br>Sede Velluters. | | |
| **Master** | CREATIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | Expresión y representación/Ciencia y tecnología | | |
| **Nombre de la asignatura** | Procesos Gráficos de Configuración | | |
| **Web de la asignatura** | Moodle de la asignatura | | |
| **Horario de la asignatura** | Lunes de 17 a 21 h | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10 | **Horas semanales** | 4 |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | 6 |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Anual | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | Ana Latre / José Ramón Andújar | | |
| **Correo electrónico** | joseramonandujar@easdvalencia.com<br>analatre@daviana.es | | |
| **Horario de tutorías** | Ver horario del profesor en la web | | |
| **Lugar de tutorías** | Departamento de Tecnología / Departamento de Expresión | | |

## 2. Introducción a la asignatura

La asignatura *Procesos gráficos de configuración*, está concebida para dotar al diseñador, de una capacidad caracterizada por la percepción visual, manejo de los códigos de representación y de un conjunto de destrezas que le permitirán concretar el lenguaje gráfico, en función de su actividad profesional, individual e interdisciplinaria participando en equipos de trabajo.

Se plantea el dibujo como un hábito necesario en el quehacer cotidiano del diseñador y con el cual poder visualizar soluciones, alternativas y propuestas materializables. Esta actividad se integra con el conocimiento de las nuevas tecnologías y los procedimientos de representación gráfica digital, entendiendo ambos procesos como complementarios.

## 3. Conocimientos recomendados

Es aconsejable tener conocimientos básicos de dibujo y de los principios de la perspectiva, así como iniciación en el software 2D y 3D.

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

**COMPETENCIAS BÁSICAS**

**CB-3**.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

**CB-4.**- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

**CB-5**.- Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas.

**CB-6**.-Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS BASICAS**

| | | |
|---|---|---|
| CB-3.- | RA1(CB3) | Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas. |
| CB-4.- | RA1(CB4) | Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación. |
| CB-5.- | RA1(CB5) | Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. |
| CB-6.- | RA1(CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |

**COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

CE.1. Formalizar la propuesta con la realización de premodelos y prototipados rápidos en

taller aplicando las tecnologías más avanzadas.

**RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS**

| | | |
|---|---|---|
| C.E.1. | RA1(CE1) | Presentar gráficamente la propuesta de diseño |

## 5. Contenidos

1- El dibujo como medio de comunicación y generador de ideas.
Planteamiento y recorrido de las diferentes acepciones, modalidades y aplicaciones en diseño.

2- El dibujo gestual intuitivo aplicado al diseño de producto:
2.1- La expresión estructural lineal.
Descripción de la forma
2.2 La expresión volumétrica tonal.
Descripción del volumen
Descripción de materialidad
El color como apoyo a la funcionalidad

3- El boceto de concepto.
Técnicas y procedimientos de realización. Dibujos de presentación y técnica de *sketching*

4- Información y experimentación de materiales, útiles y técnicas de configuración más adecuada para la dinámica proyectual.
Las técnicas tradicionales y su integración en la práctica proyectual.

5- El prototipo virtual. Software idóneo para la generación de sólidos con fines a su fabricación. Conceptos generales de modelado. Animación y otros recursos para comunicar la construcción del prototipo. Intercambio y compatibilidad de archivos.

6- Preparación de prototipos virtuales para su presentación digital. Fundamentos de acabados superficiales. Obtención de vistas, animación. Conceptos básicos de iluminación y renderización.

7- Aspectos comunicacionales de descripción del proyecto. Maquetación y configuración de documentos (memorias, dossieres, paneles explicativos). Características formales de las presentaciones visuales. Espacios expositivos.

## 6. Actividades formativas y metodología

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| Actividades Presenciales 80 % | Clase magistral para que el alumno adquiera competencias (conocimientos y actitudes) que deberá aplicar. | 20% |
| | Seminario para ampliación y aplicación de conocimientos | 5% |
| | Planteamiento del trabajo a realizar en el aula, como proceso de un proyecto planteado y en desarrollo | 10% |
| | Entrega y debate de resultados como parte importante del aprendizaje, se tiene que saber explicar a los demás las particularidades del propio trabajo y observar como otros pueden llegar a soluciones distintas con presupuestos similares. | 10% |
| | Taller como actividad formativa orientada preferentemente a la adquisición de competencias de comunicación de conocimientos | 10% |
| | Evaluación | 5% |
| Actividades No Presenciales Trabajo autónomo 20 % | Desarrollo del trabajo por parte del alumno de manera individual, dedicando un tiempo de trabajo imprescindible para la asimilación y la consecución de los objetivos | 20% |
| | Estudio independiente del alumno y realización de pruebas escritas y/u orales, | 20% |

## 7. Recursos

Aula con recursos multimedia.
Utilización de un aula virtual.
Material audiovisual.
Biblioteca específica en el aula.

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

La evaluación tendrá carácter orientador y formativo, y deberá analizar los procesos de aprendizaje individual y colectivo. La calificación, representación última del proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones

nuevas que exigen desarrollar capacidades de comprensión y razonamiento nuevas a su vez.

La información para evidenciar el aprendizaje será recogida, principalmente, mediante:

- Evaluación de los trabajos encomendados que resuelven y complementan los aspectos gráficos de los proyectos. Con una ponderación del 45%.
- Resolución de prácticas/talleres de clase relacionadas con el contenido de la asignatura. Con una ponderación del 50%.
- Valoración de la participación individual y en grupo, tanto en el aula como en las tareas que se realicen fuera de ella. Con una ponderación del 5%.

Al tratarse de una asignatura teórico-práctica, la participación y desarrollo de las prácticas es fundamental para el seguimiento efectivo de las pautas metodológicas planteadas. Para hacer el seguimiento de evaluación continua el alumno/a debe asistir, como mínimo, al 75% de las clases. En caso contrario tendrá que presentarse a la convocatoria extraordinaria para superar la asignatura.

## 9. Bibliografía

Bibliografía básica:

CAMPOS CURA, C. (2012). *Bocetos en diseño de producto*. Bélgica: ILUS BOOKS.

CHING, FRANCIS D.K. y JUROSZEK, STEVEN P. y CHING, FRANCIS D. K. (2005). *Dibujo y proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili.

HENRY, Kevin. (2011). *Dibujo para diseñadores de producto. De la idea al papel.* Barcelona: Promopress.

FERRER, R. (2014). Dibujo para diseñadores de muebles. Barcelona: Parramón.

GUTIERREZ OLIVAR, RAFAEL / ESTEBAN VIÑADO, LIDIA / PASCUAL ALBARRACIN, ESTHER. (2010). *Solid Edge ST. Tradicional y Sincrono*. RA-MA editorial.

DANIEL MARCELO SERGIO VENDITTI. (2011). *Manual 3D max 2012*. Madrid: ANAYA MULTIMEDIA.

PIPES, A. (2008). *Dibujo para diseñadores*. Barcelona: Editorial Blume.

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de GESTION DEL DISEÑO

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | CREATIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | CIENCIAS SOCIALES Y LEGISLACIÓN | | |
| **Nombre de la asignatura** | GESTION DEL DISEÑO | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | Martes de 15 a 18h | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10 | **Horas semanales** | 3 |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | 6 |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Anual | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | Mónica Cantó | | |
| **Correo electrónico** | mcanto@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | Ver horario de profesor en la pagina web de la EASD | | |
| **Lugar de tutorías** | Departamento de Ciencias Sociales y Legislación | | |

## 2. Introducción a la asignatura

La **gestión del diseño** se ocupa de la gestión de estrategias, procesos y proyectos de diseño para una empresa concreta. El papel primordial de la gestión del diseño es comprender los objetivos estratégicos de la empresa y entender cuál será el papel del diseño para cumplir estos objetivos, así como para desarrollar los medios, las herramientas, los métodos, los equipos, la planificación, la pasión y el entusiasmo necesarios para lograr estos objetivos con éxito.

Todas las exigencias internas y externas, desde los objetivos corporativos hasta los requisitos de los clientes y las responsabilidades sociales y medioambientales deben tenerse en cuenta en la gestión del diseño, y todos estos aspectos deben gestionarse para maximizar el tiempo, el dinero y los recursos que invierte en una empresa en el diseño para presentar una imagen favorable ante los consumidores actuales y potenciales.

## 3. Conocimientos recomendados

Marketing, Cultura del Diseño y Fundamentos de gestión del diseño, propios del Grado en Diseño.

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

### 3.2.COMPETENCIAS BÁSICAS

CB-1.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB-2.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB-3.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-4.- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB-5.- Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas.

CB-6.-Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado.

CB-7.-dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados.

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS BASICAS | | |
|---|---|---|
| CB-1.- | RA2(CB2) | Identificar y analizar un problema de diseño avanzado para generar alternativas de solución aplicando los métodos aprendidos. |
| CB-2.- | RA1(CB2) | Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos. |
| | RA2(CB2) | Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas. |
| CB-3.- | RA1(CB3) | Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas. |
| | RA2(CB3) | Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas. |
| CB-4.- | RA1(CB4) | Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación. |
| CB-5.- | RA1(CB5) | Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. |
| CB-6.- | RA1(CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |
| CB-7.- | RA1(CB7) | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados |
| | RA3(CB7) | Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto. |

| COMPETENCIAS ESPECÍFICAS | |
|---|---|
| C.E.2. | Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa. |
| CE.3. | Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto. |
| C.E.4. | Evaluar la coherencia de los aspectos estéticos, simbolicos, |

| | |
|---|---|
| | semanticos y comunicativos del producto, con la filosofia empresarial, la identidad corporativa y la marca de la empresa. |

| 3.2.4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS | | |
|---|---|---|
| C.E.2. | RA1(CE2) | Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos |
| | RA3(CE2) | Desarrollar el pensamiento integrador sintetizando las conclusiones y alternativas resolutivas |
| C.E.3. | RA2(CE3) | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| C.E.4. | RA1(CE4) | Contrastar diseño resultante con los objetivos planteados en el brief inicial |

## 5. Contenidos

- UD 1: Análisis de la Estrategia Empresarial.
  La empresa y el entorno
  Concepto de Estrategia
  Formulación Estratégica
  Ventaja competitiva y estrategias basadas en el diseño.

- UD 2: Gestión de la estrategia de diseño.
  ¿Qué es el diseño?
  Nivel de integración del Diseño en la empresa.
  El diseño como función estratégica en la empresa
  La estrategia de diseño en la empresa
  Metodologias y tecnicas de investigación cualitativa.
  Metodologia para análisis de tendencias.

- UD 3: La gestión del Diseño en la empresa
  Auditoria de diseño
  Estrategia de diseño
  Programación de diseño.
  Modelos de gestión del diseño
  Estrategias de marca: creación de marcas poderosas.
  La evaluación del diseño

- UD 4: La Protección del Diseño.
  La propiedad Intelectual
  La propiedad Industrial
  Registro de marca
  Registro del Diseño Industrial

## 6. Actividades formativas y metodología

Para desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje se utilizarán tanto actividades dirigidas por el profesor como actividades de tareas compartidas.
La metodología será de participación activa del estudiante. De esta forma las clases serán participativas, realizándose ejercicios, debates y exposiciones en clase por parte de los alumnos. Las clases prácticas estarán sincronizadas con el desarrollo del temario teórico.

Actividades Presenciales 60%

**Clases teóricas**
Consisten fundamentalmente en sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de los contenidos de la asignatura. Las presentaciones serán a cargo del profesor. La finalidad es la de transmitir la información esencial de forma organizada y coherente para que los alumnos puedan, a partir de ella, aplicar procesos de síntesis y evaluación de los conceptos claves de la asignatura.
**Clases prácticas**
Se trata de que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos en las clases teóricas a situaciones o casos académicos específicos, así como de resolver e interpretar en situaciones reales. Así mismo, en estas clases se expondrán trabajos que pertenezcan a las tareas autónomas del alumnado. De esta forma se busca que los alumnos adquieran una visión más aplicada de la asignatura.
**Tutorías**
Se presta atención personalizada a los estudiantes en cuestiones de aprendizaje de los contenidos teóricos y del seguimiento de los trabajos prácticos propuestos. De esta forma se consigue que aquellos alumnos que puedan experimentar mayores dificultades en determinados momentos las superen.
**Otras**
Visitas a empresas, workshops, clases impartidas por profesionales, etc.

Actividades No Presenciales 40%

**Preparación clases teoría**
El alumno trata de desarrollar la capacidad de autoaprendizaje, mediante el estudio de los temas planteados en clase de forma continuada.
Se asume que esta preparación también es para la realización de examen teórico.
**Preparación trabajos clases prácticas**
El alumno trata de desarrollar la capacidad de autoaprendizaje mediante la realización de los ejercicios y trabajos propuestos por el profesor.

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|
| Actividades Presenciales 60% | Clases teóricas | 25 % |
| | Clases prácticas | 20 % |
| | Otras | 5 % |
| Actividades No Presenciales 40% | Preparación clase teoría | 15 % |
| | Preparación trabajos clases prácticas | 25 % |

## 7. Recursos

Pizarra
Recursos multimedia.
Páginas webs
Correo electrónico.
Material audiovisual (películas, documentales…)
Cañón de proyección
Biblioteca.
Artículos de prensa relacionados con la materia
Apuntes elaborados por el profesor.

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

La evaluación tendrá carácter orientador y formativo, y deberá analizar los procesos de aprendizaje individual y colectivo. La calificación, representación última del proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones nuevas que exigen desarrollar capacidades de comprensión y razonamiento nuevas a su vez.

Para superar la asignatura se requiere de manera obligatoria el 75% de asistencia a clase.

Es requisito para poder presentar el TFM haber superado la asignatura.

| Sistema evaluación | Ponderación total | Actividad formativa | Ponderación | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| Prueba de conocimientos teóricos | 35% | Examen parcial, examen final, .. | 35 % | Convocatoria ordinaria y extraordinaria. Debe obtenerse una calificación mínima de 5 para promediar con el esto de los apartados. |
| Evaluación práctica | 50 % | Trabajos en grupo. | 50% | Par que sean evaluados los trabajos realizados, se deberán exponer de manera presencial en aula y entregarse con puntualidad. |
| Participación activa | 15 % | Participación, reflexiones, criticas, actitud frente al diseño, actitud colaborativa, test en el aula, valorar los conocimientos y opiniones de sus compañeros | 15 % | Se evalúa en el aula. |

Porcentaje de evaluación de los trabajos en grupo:

1. Análisis de la estrategia empresarial, del sector y la competencia. (10%)
2. Usuario imaginario y mapa de empatía.(5%)
3. Análisis de tendencias (5%)
4. Análisis de la cartera de productos.(10%)

5. Auditoria de diseño(10%)
6. Diagnostico de diseño y propuestas de mejora.(10%)

## 9. Bibliografía


- *Viladàs, Xenia (2010). "Diseño rentable. Diez temas a debate". IndexBook (Barcelona)*
- *Ivañez, Jóse M.(2000). "La gestión del diseño en la empresa". McGraw-Hill (Madrid)*
- *Lecuona, M. (2012)"Manual sobre Ges$ón de Diseño para empresas que abren nuevos mercados" Editado por BCD, Barcelona Centro de Diseño.*
- *Best Kathryn (2007). "Management del Diseño. Estrategia, proceso y práctica de la gestión del diseño" , Ed. PARRAMÓN EDICIONES.*
- *Anthony W. Ulwick (2006), "Ofrezca a sus clientes lo que desean: innovación basada en resultados para crear mejoras trascendentales en los productos y servicios".* Ed Mc Graw Hill.
- ADCV (2000) "El Valor del Diseño".
- Michael Fleishman (2004). "*Tu carrera como freelance"* Ed. Divine Egg.
- Ley de marcas 17/2001 y su reglamento RD.687/2002
- Ley de patentes 11/1986 y su reglamento RD. 2245/1986
- Ley de protección del Diseño Industrial 20/2003.
- Texto refundido de la ley de propiedad intelectual (RDL1/1996)


**Materiales adicionales**

Apuntes elaborados por el profesor.
Revistas y artículos especializados:
Casos prácticos.

**PÁGINAS WEB.**
www.impiva.es
www.adcv.es
www.europa.eu
www.aenor.com
www.oepm.es
www.oami.es
www.ddi.es

**Seu Velluters:** C. Pintor Domingo, 20
46001 · Tel. 963 156 700 · Fax 963 156 701
info@easdvalencia.com

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de MARKETING

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Conocimientos recomendados
4. Competencias y Resultados de aprendizaje asociados • 5. Contenidos
6. Actividades formativas y metodología • 7. Recursos
8. Sistema de evaluación y adquisición de competencias • 9. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | CREATIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | CIENCIAS SOCIALES Y LEGISLACIÓN | | |
| **Nombre de la asignatura** | MARKETING | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | Lunes de 15h a 16h y miércoles de 19h a 21h | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10 | **Horas semanales** | 3 |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | 6 |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Anual | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | Ignacio Bellón González | | |
| **Correo electrónico** | ibellon@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | Ver horario del profesor en la página web de la EASD | | |
| **Lugar de tutorías** | Departamento de Ciencias Sociales y Legislación | | |

## 2. Introducción a la asignatura

El **marketing** es actualmente un área de las empresas fundamental para el éxito de los nuevos productos que éstas continuamente deben sacar al mercado.

En primer lugar se ocupa de obtener y analizar información clave sobre oportunidades de negocio (viabilidad de productos propios o de la competencia, satisfacción de los clientes, posicionamiento…) y sobre el público objetivo (perfiles de clientes, segmentos del mercado…). En segundo lugar se encarga de determinar y coordinar las medidas de política comercial para, una vez desarrollado un producto, que éste tenga mayores probabilidades de éxito.

Todas estas contribuciones al desarrollo de nuevos productos deberán coordinarse con otras actividades (organizativas, de gestión o de la propia actividad de diseño) para contribuir a que los objetivos corporativos se puedan conseguir a través del nexo fundamental entre la empresa y su cliente: el producto.

En esta asignatura se buscará, de forma paralela, la profundización en aspectos comerciales concretos y la complementación desde el área comercial del proceso de desarrollo de productos. En todo ello nos adaptaremos al perfil de la empresa de cada módulo y a la naturaleza del proyecto a desarrollar-colaborar con ellas.

## 3. Conocimientos recomendados

Fundamentos de Marketing, Cultura del Diseño y Fundamentos de gestión del diseño, propios del Grado en Diseño. En caso de no tenerlos sí es muy conveniente tener conocimientos básicos del funcionamiento de una empresa.

## 4. Competencias y Resultados de Aprendizaje

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

**Competencias básicas:**

- **CB-1**.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares)

relacionados con su área de estudio.

- **CB-2**.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- **CB-3**.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

**Competencias específicas y resultados de aprendizaje relacionados:**

- **CE-2.**- Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa.
- **CE-3**.- Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto.

**Competencias y resultados de aprendizaje relacionados:**

- **RA-3 (CB-1)**. Planificar y utilizar la información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado.
- **RA-1 (CB-2)**. Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos.
- **RA-2 (CB-2)**. Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas.
- **RA-1 (CB-3)**. Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas.
- **RA-2 (CB-3)**. Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas.

- **RA-3 (CB-7)**. Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto.
- **RA-1 (CE-2)**. Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos.
- **RA-2 (CE-2)**. Analizar al usuario para conocer sus necesidades funcionales, estéticas y sociales por medio de métodos avanzados de análisis.
- **RA-3 (CE-3)**. Contrastar la viabilidad del uso del producto.

## 5. Contenidos

Tema 1. El sistema comercial.

Tema 2. Psicología comercial.
- El cliente particular.
- El cliente industrial.

Tema 3. Investigación comercial.
- Investigación cualitativa.
- Investigación cuantitativa.

Tema 4. Posicionamiento e imagen de marca.

Tema 5. Planificación comercial.
- Objetivos y estrategias comerciales.
- Políticas comerciales en B2B.
- Políticas comerciales de servicios profesionales.

Tema 6. Comunicación 360º.
- Nuevas tendencias en comunicación.
- Marketing directo e interactivo para clientes industriales.

Tema 7. Negociación y oratoria profesional.
- El proceso de negociación comercial.
- Comunicación oral.
- El discurso.
- Presentaciones profesionales.

## 6. Actividades formativas y metodología

Para desarrollar el proceso de enseñanza aprendizaje se utilizarán tanto actividades dirigidas por el profesor como actividades de tareas compartidas.

La metodología será de participación activa del estudiante. De esta forma las clases serán participativas, realizándose ejercicios, debates y exposiciones en clase por parte de los alumnos. Las clases prácticas estarán sincronizadas con el desarrollo del temario teórico.

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|
| Actividades Presenciales 60% (90h) | Clases teóricas. Consisten fundamentalmente en sesiones expositivas, explicativas y/o demostrativas de los contenidos de la asignatura. Las presentaciones serán a cargo de los profesores. La finalidad es la de transmitir la información esencial de forma organizada y coherente para que los alumnos puedan, a partir de ella, aplicar procesos de síntesis y evaluación de los conceptos claves de la asignatura | 25% (37h) |
| | Clases prácticas. Se trata de que los alumnos pongan en práctica los conocimientos adquiridos en las clases teóricas a situaciones o casos académicos específicos, así como de resolver e interpretar en situaciones reales. Así mismo, en estas clases se expondrán trabajos que pertenezcan a las tareas autónomas del alumnado. De esta forma se busca que los alumnos adquieran una visión más aplicada de la asignatura. | 20% (30h) |
| | Tutorías. Se presta atención personalizada a los estudiantes en cuestiones de aprendizaje de los contenidos teóricos y del seguimiento de los trabajos prácticos propuestos. De esta forma se consigue que aquellos alumnos que puedan experimentar mayores dificultades en determinados momentos las superen. | 10% (15h) |
| | Otras. Visitas a empresas, workshops, clases impartidas por profesionales, etc. | 5% (8h) |

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|
| Actividades No Presenciales<br>Trabajo autónomo<br>40%<br>(60h) | Preparación clases teoría. El alumno trata de desarrollar la capacidad de autoaprendizaje, mediante el estudio de los temas planteados en clase de forma continuada. Se asume que esta preparación también es para la realización de examen teórico. | 15%<br>(23h) |
| | Preparación clases prácticas. El alumno trata de desarrollar la capacidad de autoaprendizaje mediante la realización de los ejercicios y trabajos propuestos por el profesor. | 25%<br>(37h) |

## 7. Recursos

Pizarra
Recursos multimedia.
Páginas webs
Correo electrónico.
Material audiovisual (películas, documentales…)
Cañón de proyección
Biblioteca.
Artículos de prensa relacionados con la materia.
Apuntes elaborados por el profesor.

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

En el EEES el sistema de evaluación de las titulaciones es la evaluación continua, según la cual la asistencia a clase es obligatoria. Para tener derecho a dicha evaluación debe alcanzarse un mínimo de asistencia a clase del 75 %.

Componentes del sistema de evaluación:

1º. Prueba de conocimientos teóricos.

2º. Evaluación práctica:

- Estudio y trabajo en grupo: la preparación, por parte del alumnado en grupos de dos a cuatro personas de trabajos para exponer en clase o entregar, y en el que se evalúa el trabajo en equipo. Permite

el desarrollo y la obtención de competencias relacionales.

- Estudio y trabajo individual: El estudio y trabajo de carácter autónomo permite desarrollar la capacidad de autoaprendizaje. La preparación y estudio de las diferentes actividades realizadas de forma individual responsabiliza a los estudiantes de la organización de su trabajo y de la adquisición de competencias a su propio ritmo. Incluye además el estudio personal; preparar exámenes, trabajos, lecturas complementarias, casos prácticos, ejercicios, etc.

3º Participación activa:
El profesor calificará la participación activa a lo largo del curso de cada alumno individualmente en función de sus aportaciones y la oportunidad de sus reflexiones y preguntas sobres el contenido de la asignatura.

En el caso de la asignatura de Marketing el sistema de calificación se aplicará de la siguiente forma:

1. Prueba de conocimientos teóricos: se realizará una prueba escrita parcial en cada módulo del máster. Dicha prueba tendrá carácter liberatorio y estará compuesta por preguntas cortas abiertas de aplicación a casos de empresas reales. Supondrá el 30% de la calificación global de la asignatura.
   En caso de no superar una calificación global de 5 sobre 10 no se tendrá en cuenta el resto de apartados de la evaluación, ya sea en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, es decir, la prueba teórica supondrá el 100% de la evaluación.

2. Evaluación práctica 1 (Trabajo individual): Consistirá en casos prácticos y trabajos individuales relacionados/coordinados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. En este apartado se incluirán las exposiciones orales de los trabajos. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura.

3. Evaluación práctica 2 (Trabajo en grupos de 2 a 4 miembros): Consistirá en casos prácticos así como trabajos relacionados con el contenido de los proyectos que se desarrollen en cada módulo. Supondrá el 40% de la calificación global de la asignatura.

4. Participación activa: Se valorará la actitud en el aula, las aportaciones, las respuestas a preguntas del profesor y las intervenciones de los alumnos a lo largo de las sesiones lectivas presenciales. En este apartado se incluye especialmente el aprovechamiento de las tutorías. Supondrá el 15% de la calificación global de la asignatura.

| Sistema evaluación | Ponderación total | Actividad formativa | Ponderación | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| Prueba de conocimientos teóricos | 35 % | Examen parcial, examen final | 35 % | Debe obtenerse una calificación mínima de 5 para promediar con el resto de los apartados. Se evalúa en el aula. |
| Evaluación práctica | 50 % | Trabajo individual | 15 % | Deben de presentarse todos los trabajos en convocatoria ordinaria y extraordinaria. |
| | | Trabajo en grupo | 35 % | |
| Participación activa | 15 % | Exposición de trabajos | 15 % | Se evalúa en el aula. |

**NOTA 1**: Las actividades y trabajos de cualquier tipo entregados fuera de su plazo establecido tendrán una penalización del 20% en su calificación. Asimismo todas las actividades y trabajos entregados en convocatoria extraordinaria se considerarán como entregados fuera de plazo.

**NOTA 2**. La evaluación práctica exige entregar todos los trabajos y actividades para poder superarla. En caso de no haberlo hecho en las fechas de las convocatorias oficiales, el apartado correspondiente (trabajo individual o trabajo en grupo) promediará en la evaluación final con un 0.

En caso de que este seguimiento de la evaluación no permita la superación de la asignatura a lo largo del curso lectivo el alumno deberá superarla en junio, en la fecha que se establezca para la convocatoria ordinaria oficial:

- Si la carencia está en la evaluación práctica, deberá completar las entregas o rehacerlas teniendo en cuenta que se considerarán fuera de plazo a efectos de su evaluación.
- Si la causa está en la evaluación teórica, deberá realizarse una prueba escrita específica para esta parte de la evaluación en junio.

Asimismo, dado que este máster es de carácter presencial, la no asistencia invalidará la participación activa la cual promediará con un 0 en la evaluación final. En este sentido se recuerda que la asistencia debe ser, al menos, del 75%.

---

Este sistema de evaluación en su conjunto se aplicará tanto para la convocatoria ordinaria como para la convocatoria extraordinaria.

---

## 9. Bibliografía

**Básica**:


- Báez, J. "*Investigación cualitativa*". Ed. ESIC. 2009.
- Grande, I. "*Conducta real del consumidor y marketing efectivo*". Ed. ESIC. 2006.
- Kotler, P. y Lane, K. "*Dirección de Marketing*" (14ª ed.). Ed. Addison-Wesley, 2012.
- Mesonero, I. y Alcaide, J.C. "*Marketing industrial*". Ed. ESIC. 2012.
- Pintado, T. y Sánchez, J. "*Nuevas tendencias en comunicación*". Ed. ESIC. 2012.
- Santesmases, M. "*Fundamentos de Marketing*". Ed. Pirámide. 2009.
- Urcola, J.L. "*Cómo hablar en público y realizar presentaciones profesionales*". Ed. ESIC. 2003.


**Complementaria:**


- Liberos, E. (coord.) "*El libro del comercio electrónico*". Ed. ESIC. 2010.
- Maqueda, J. "*Marketing, innovación y nuevos negocios*". Ed. ESIC, 2010.
- Palomares, R. "*Marketing en el punto de venta*". 2ª Ed. ESIC. 2013.
- Pérez, J.L. y García-Mendoza, A. "*Marketing internacional*". Ed. ESIC. 2010.


**Materiales adicionales**

- Apuntes elaborados por el profesor.
- Revistas y artículos especializados:
- Casos prácticos.

**PÁGINAS WEB.**

www.impiva.es
www.adcv.es
www.oepm.es
www.oami.es
www.ddi.es

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de PRACTICAS EXTERNAS

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | CREATIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | DISEÑO DE PRODUCTO | | |
| **Nombre de la asignatura** | PRACTICAS EXTERNAS | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | A determinar por la empresa | | |
| **Lugar donde se imparte** | Empresa | **Horas totales** | 250h |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | 10 |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | 10 semanas | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | María Navarro | | |
| **Correo electrónico** | mnavrro@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | Consultar en la web el horario del profesor | | |
| **Lugar de tutorías** | Departamento de producto | | |

## 2. Introducción a la asignatura

- Las prácticas se plantean con el fin de reforzar la formación de los alumnos de diseño en las áreas operativas de la empresa y para conseguir profesionales con una visión real de los problemas y sus interrelaciones, preparando su incorporación futura al trabajo.

## 3. Conocimientos recomendados

Las distintas estrategias, aprendidas desde la práctica y la teoría de los procesos del proyecto, referentes sus distintas fases, propios del Grado en Diseño

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

### 3.2. COMPETENCIAS

CB-1.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB-2.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB-3.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-4.- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB-5.- Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas.

CB-6.-Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado.

CB-7.-dar una respuesta satisfactoria  a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados.

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS BASICAS | | |
|---|---|---|
| CB-1.- | RA2(CB2) | Identificar y analizar un problema de diseño avanzado para generar alternativas de solución aplicando los métodos |

| | | |
|---|---|---|
| | | aprendidos. |
| | RA3(CB1) | Planificar y utilizar la información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado. |
| CB-2.- | RA1(CB2) | Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos. |
| | RA2(CB2) | Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas. |
| CB-3.- | RA1(CB3) | Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas. |
| | RA2(CB3) | Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas. |
| CB-4.- | RA1(CB4) | Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación. |
| CB-5.- | RA1(CB5) | Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. |
| CB-6.- | RA1(CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |
| CB-7.- | RA1(CB7) | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados |
| | RA3(CB7) | Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto. |

| **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS** | |
|---|---|
| C.E.2. | Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa. |
| CE.3. | Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto. |
| C.E.4. | Evaluar la coherencia de los aspectos estéticos, simbolicos, semanticos y comunicativos del producto, con la filosofia empresarial, la identidad corporativa y la marca de la empresa. |

| **3.2.4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS** | | |
|---|---|---|
| C.E.2. | RA1(CE2) | Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos |
| | RA3(CE2) | Desarrollar el pensamiento integrador sintetizando las conclusiones y alternativas resolutivas |
| C.E.3. | RA2(CE3) | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| | RA3(CE3) | Contrastar el test de producto |
| C.E.4. | RA1(CE4) | Contrastar diseño resultante con los objetivos planteados en el brief inicial |

## 5. Contenidos

El PROYECTO FORMATIVO concretará el plan de trabajo en la entidad colaboradora. Tanto la entidad colaboradora como la EASD especificarán las actividades a desarrollar según el acuerdo de cooperación educativa suscrito. Las tareas a desarrollar se establecerán considerando las competencias y resultados de aprendizaje arriba definidos así como los conocimientos previos del estudiante.

## 6. Actividades formativas y metodología

| Actividades formativas | Metodología | % Créditos Ects |
|---|---|---|
| Actividades presenciales 95% | **Sesiones teóricas y tutorías** . | 5% |
| | **Asistencia y formación en la entidad colaboradora** Actividad formativa presencial consistente en la realización de prácticas tutorizadas en empresas mediante las cuales el alumno pone en práctica todas las competencias adquiridas y las aplica a proyectos reales. | 90% |
| **Actividades de trabajo autónomo del alumno. 5%** | Preparación de trabajos, proyectos, memorias | 5% |

**METODOLOGIA**

Para alcanzar las competencias se realizarán las siguientes técnicas o actividades:

**Clases teóricas**

Sesiones donde el tutor académico orientará al alumno en el proceso de iniciación y puesta en marcha de las prácticas. La asistencia es obligatoria.

**Asistencia a tutorías con el tutor académico.**

Atención personalizada o en pequeño grupo. Periodo de instrucción y/o orientación realizado por un tutor con el objetivo de revisar la marcha de las prácticas externas y la realización de las correspondientes memorias del estudiante. La asistencia es obligatoria.

**Asistencia y formación en la entidad colaboradora**

Actividad formativa presencial consistente en la realización de prácticas tutorizadas en empresas mediante las cuales el alumno pone en práctica todas las competencias adquiridas y las aplica a proyectos reales.

**Trabajo autónomo del alumno.**

Realización de memorias

1. El estudiante elaborará y hará entrega al tutor académico del centro una memoria final, a la conclusión de las prácticas, en la que deberán figurar, entre otros, los siguientes aspectos:

a) Datos personales del estudiante.

b) Entidad colaboradora donde ha realizado las prácticas y lugar de ubicación.

c) Descripción concreta y detallada de las tareas, trabajos desarrollados y departamentos de la entidad a los que ha estado asignado.

d) Valoración de las tareas desarrolladas con los conocimientos y competencias adquiridos en relación con los estudios de Grado.

e) Relación de los problemas planteados y el procedimiento seguido para su resolución.

f) Identificación de las aportaciones que, en materia de aprendizaje, han supuesto las prácticas.

g) Evaluación de las prácticas y sugerencias de mejora.

2. En caso de que haya informe de seguimiento intermedio, el estudiante elaborará, en su caso, un informe de seguimiento que contemplen los mismos aspectos arriba expuestos, preferentemente una vez transcurrida la mitad del período de duración de las prácticas.

## 7. Recursos

Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño.
Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en la empresa

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

*La evaluación será continua y global, tendrá carácter orientador y formativo, y deberá analizar los procesos de aprendizaje individual y colectivo. La calificación, representación última del proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones nuevas*

Se evaluarán los resultados obtenidos en el proceso de aprendizaje a partir de los resultados de aprendizaje marcados y de las competencias seleccionadas. La evaluación será continua.

Se utilizarán para evaluar los siguientes procedimientos:

**Asistencia a sesiones teóricas y tutorías**

Se evaluará: la asistencia y participación.

Supone un 10% de la calificación total.

**Memoria informe intermedio y final.**

Se evaluará:

La adecuación a las pautas dadas; nivel de dominio de los conceptos trabajados; relevancia de la información utilizada y su correcto análisis; la correcta ejecución y presentación del trabajo así como la puntualidad en su entrega.

Supone un 20% de la calificación total.

**El informe del tutor de la entidad**

Se valorará si el informe es favorable o no.

Supone un 70% de la calificación total.

Para la calificación de las Prácticas Externas se deberán presentar completos todos los documentos arriba indicados y su calificación deberá ser positiva.

En caso de interrupción o rescisión del acuerdo por causa justificada, el estudiante podrá realizar las prácticas con otra entidad siempre y cuando el calendario establecido por el centro lo permita.

En caso de calificación negativa, el estudiante deberá volver a cursar la asignatura en cursos posteriores.

## 9. Bibliografía

VV.AA (2012): *Estudio sobre el perfil profesional del diseñador de producto/industrial en la Comunidad Valenciana*. Valencia : Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana,

**Seu Velluters:** C. Pintor Domingo, 20
46001 · Tel. 963 156 700 · Fax 963 156 701
info@easdvalencia.com

# Master en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

## 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | CREATIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | | | |
| **Nombre de la asignatura** | TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | Viernes de 17 a 20h | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10 | **Horas semanales** | 3 |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | 6 |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Anual | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Español (+Inglés) | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s** | Moritz Krefter | | |
| **Correo electrónico** | mkrefter@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | | | |
| **Lugar de tutorías** | Aula 1.10 | | |

## 2. Introducción a la asignatura

Las **Tecnologías de Fabricación,** son el conjunto de procesos y actividades que tienen como finalidad transformar las materias primas en productos elaborados. El obejetivo más importante de las tecnologías de fabricación es conocer y articular, todos los procesos de fabricación y materiales que componen un producto, para conseguir un producto final, adecuado a la realidad de la empresa, de su entono y de la sociedad. Cumpliendo con las características de precio, usabilidad, durabilidad y sostenibilidad.

Es, por tanto, fundamental el dominio de esta asignatura, para poder desarrollar diseños de productos realizables.

## 3. Conocimientos recomendados

Ingeniería de Materiales y fundamentos de procesos industriales, propios del Grado de Diseño.

# 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

| 3.2.COMPETENCIAS |
|---|
| **3.2.1. COMPETENCIAS BÁSICAS (según R.D. 1393/2007)** |
| CB-6.-Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado.<br>CB-7.-dar una respuesta satisfactoria a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados. |

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS BASICAS | | |
|---|---|---|
| **CB-6.-** | **RA1(CB6)** | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |
| **CB-7.-** | **RA1(CB7)** | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados |
| | **RA2(CB7)** | Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en un entorno empresarial. |
| **3.2.3. COMPETENCIAS ESPECÍFICAS QUE LOS ESTUDIANTES DEBEN ADQUIRIR DURANTE SUS ESTUDIOS Y QUE SON EXIGIBLES PARA OTORGAR EL TÍTULO** | | |
| **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS** | | |
| **CE.3.** | Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto. | |
| **3.2.4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS** | | |
| **C.E.3.** | **RA1(CE3)** | Analizar y decidir los procesos productivos y los materiales adecuados para la fabricación del producto. |
| | **RA2(CE3)** | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| | **RA3(CE3)** | Contrastar el test de producto |

## 5. Contenidos

1. Procesos:
   - Procesos de Conformación / moldeo con diferentes materiales: metales, maderas, plásticos, otros materiales.
   - Procesos de Mecanizado llevados a cabo con diferentes materiales: cizallado, taladrado, torno, fresa, rectificadora, mecanizados específicos, etc.
   - Procesos de fabricación: continuos, discontinuos, regulados.
   - Producción en serie. Técnicas de producción
   - Moldeado de metales
   - Corte y conformación de metales, laser y CNC
   - Soldado de metales
   - Pintado
   - producción de ceramica
   - mecanizado de piedras/marmol
   - posibilidades de proyectos en hormigon/yeso/etc.
   - Vidrio, templado, corte y mecanizado
   - Tratamientos superficiales del vidrio
   - recycling/upcycling
2. Uniones
   - Elementos de unión/ensamblaje de carácter fijo.
   - Elementos de unión/ensamblaje de carácter desmontable.
   - Sistemas de montaje y unión para madera y mueble
   - tipos de bisagras/tornillos/rieles/etc.
   - tipos de colas
3. Materiales
   - Aceros y aleaciones férricas, usos específicos
   - Metales no férricos, aleaciones y usos específicos
   - Polímeros, tipologías y usos específicos
   - Maderas y derivados, tipologías, trasformados y usos específicos
   - Acabados para madera
   - Composites, tipos, elaboración y aplicaciones
   - Plasticos
   - Otros

## 6. Actividades formativas y metodología

| Actividades Formativas | Metodología | % Créditos ECTS |
|---|---|---|
| **Actividades Presenciales 60%** | Clase magistral para que el alumno adquiera competencias (conocimientos y actitudes) que deberá aplicar. | Hasta 50% |
| | | |
| | Sesiones de planteamiento de cuestiones relacionadas con el desarrollo del proyecto propuesto para el cuatrimestre. | Hasta 30% |
| | Análisis de casos prácticos de discusión. | Hasta 20% |
| | Evaluación | Hasta 10% |
| **Actividades No Presenciales Trabajo autónomo 40%** | Trabajos de síntesis y aplicación de las competencias relacionadas con el modulo. | Hasta 30% |
| | Estudio independiente del alumno y realización de pruebas escritas y/u orales, | Hasta 30% |

## 7. Recursos

Pizarra
Recursos multimedia.
Páginas webs
Correo electrónico.
Material audiovisual (películas, documentales…)
Cañón de proyección
Biblioteca.
Artículos de prensa relacionados con la materia
Muestras de materiales

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

La evaluación será continua y global, tendrá carácter orientador y formativo, y deberá analizar los procesos de aprendizaje individual y colectivo. La calificación, representación última del

proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones nuevas que exigen desarrollar capacidades de comprensión y razonamiento nuevas a su vez. Se requeriere un mínimo del 75% de asistencia, por parte del alumnado, para tener derecho a evaluación.

Evaluación teórica: 60% de la calificación final. Se realizará mediante prueba escrita u oral que versará sobre los contenidos del programa teórico y tendrá como objetivo evaluar la adquisición de conocimientos. Evaluación práctica: 40% de la calificación final. Se realizará mediante la evaluación continua de la participación en las diferentes actividades y con la realización de una prueba que evalúe la adquisición de las habilidades relacionadas con las competencias generales y específicas.

## 9. Bibliografía


- Harry D. Moore y Donald R. Kibbey (1996) "Materiales y Procesos de Fabricación", Ed. Limusa
- José Domingo Zamanillo Cartolla y Pedro Rosado Castellano (1995) "Procesos de Fabricación, Tomos 1 y 2" Ed. Servicio de Publicaciones de la Universidad Politécnica de Valencia
- Carmen Mijanos y José Serafín Moya (2007) "Nuevos Materiales en la sociedad del siglo XXI", Ed. CSIC
- Making It: Manufacturing Techniques for Product Design (Inglés), Chris Lefteri


## Materiales adicionales

Apuntes elaborados por el profesor.
Revistas y artículos especializados:
Casos prácticos.

# Máster en Enseñanzas Artísticas: Creatividad y Desarrollo de Producto

Guía docente de **TRABAJO FINAL DE MASTER**

Curso **2018/2019**

## Esquema de la guía

1. Datos de identificación • 2. Introducción a la asignatura • 3. Competencias
4. Conocimientos recomendados • 5. Resultados de aprendizaje • 6. Contenidos
7. Volumen de trabajo • 8. Metodología • 9. Recursos • 10. Evaluación • 11. Bibliografía

### 1. Datos de identificación

| DATOS DE LA ASIGNATURA | | | |
|---|---|---|---|
| **Centro donde se imparte** | Escuela de Arte y Superior de Diseño de Valencia. Sede Velluters. | | |
| **Master** | CREATIVIDAD Y DESARROLLO DE PRODUCTO | | |
| **Orientación Master** | Profesional | | |
| **Departamento** | Proyectos de Diseño de Producto | | |
| **Nombre de la asignatura** | TRABAJO FINAL DE MÁSTER | | |
| **Web de la asignatura** | | | |
| **Horario de la asignatura** | | | |
| **Lugar donde se imparte** | Aula 1.10 | **Horas totales** | 200h |
| **Código** | | **Créditos ECTS** | 8 |
| **Ciclo** | Posgrado | | |
| **Duración** | Tercer Trimestre, | | |
| **Carácter de la asignatura** | Obligatoria | | |
| **Lengua en que se imparte** | Castellano | | |
| DATOS DE LOS PROFESORES | | | |
| **Profesor/es responsable/s de la tutoria** | Pedro Ochando, David Ulibarri, Vicente Blasco, Angel Martí, Vicente Gallega. | | |
| **Tribunal** | Mónica Cantó, Xavier Giner, representantes de empresas. | | |
| **Correo electrónico** | mastercreatividad@easdvalencia.com | | |
| **Horario de tutorías** | Horario de profesores publicado en la web. | | |
| **Lugar de tutorías** | Aula 1.10 / Departamento de Producto | | |

## 2. Introducción a la asignatura

- El Trabajo Final de Máster es la culminación de la formación recibida al cursar el conjunto de las asignaturas del máster. En el trabajo Final de Máster se realizará un proyecto que permita al alumno dar cuenta ante el tribunal, por un lado, de la formación recibida en las distintas materias que organizan y articulan las asignaturas del plan de estudios, y por otro, demostrar un nivel suficiente de competencia para el ejercicio profesional cómo diseñador especialista en creatividad y desarrollo de producto.
- El trabajo Final por tener carácter conclusivo sólo se evaluará una vez se hayan superado todas las materias del curriculum del máster.

## 3. Conocimientos recomendados

Todos los correspondientes a las asignaturas del curciulum del Máster

## 4. Competencias y resultados de aprendizaje asociados

### 3.2. COMPETENCIAS

CB-1.- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB-2.- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.

CB-3.- Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones –y los conocimientos y razones últimas que los sustentan- a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CB-4.- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

CB-5.- Tener la capacidad de integrar conocimientos en ámbitos prácticos y/o creativos, y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que incluya reflexiones sobre el diseño, y en su caso, sean capaces de integrar responsabilidades sociales y éticas.

CB-6.-Abordar y responder satisfactoriamente a los problemas de diseño de productos de forma nueva y original en un contexto empresarial dado.

CB-7.-dar una respuesta satisfactoria  a las necesidades y demandas personales, organizativas y sociales, modificando e introduciendo elementos nuevos en los procesos de desarrollo de nuevos productos y en los resultados.

| RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS BASICAS | | |
|---|---|---|
| CB-1.- | RA2(CB2) | Identificar y analizar un problema de diseño avanzado para generar alternativas de solución aplicando los métodos aprendidos. |
| | RA3(CB1) | Planificar y utilizar la información necesaria para la realización del proyecto de diseño propuesto a partir de una reflexión crítica sobre los recursos de información que se han utilizado. |
| CB-2.- | RA1(CB2) | Organizar e integrar mentalmente diversos componentes de la realidad que afecta al proyecto de desarrollo de un nuevo producto y explicarlas a través de modelos holísticos. |
| | RA2(CB2) | Hacerse preguntas sobre la realidad del diseño de producto y participar activamente en los debates en torno a la misma, analizando los juicios que se formulan y reflexionando sobre las consecuencias de las decisiones propias y ajenas. |
| CB-3.- | RA1(CB3) | Expresar las propias ideas de forma estructurada e inteligible, interviniendo con relevancia y oportunidad tanto en situaciones de intercambio, como en más formales y estructuradas. |
| | RA2(CB3) | Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales |

| | | |
|---|---|---|
| | | requeridas. |
| CB-4.- | RA1(CB4) | Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación. |
| CB-5.- | RA1(CB5) | Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. |
| CB-6.- | RA1(CB6) | Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial. |
| CB-7.- | RA1(CB7) | Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados |
| | RA3(CB7) | Integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas, áreas y organizaciones, durante el proceso de desarrollo de un nuevo producto. |
| **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS** | | |
| C.E.2. | Diseñar productos industriales innovadores atendiendo a las necesidades del mercado y de la empresa. | |
| CE.3. | Verificar la viabilidad técnica, productiva, económica y de mercado de la propuesta de diseño en función los objetivos marcados en el briefing, buscando la excelencia del futuro producto. | |
| C.E.4. | Evaluar la coherencia de los aspectos estéticos, simbolicos, semanticos y comunicativos del producto, con la filosofia empresarial, la identidad corporativa y la marca de la empresa. | |
| **3.2.4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS** | | |
| C.E.2. | RA1(CE2) | Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos |
| | RA3(CE2) | Desarrollar el pensamiento integrador sintetizando las conclusiones y alternativas resolutivas |
| C.E.3. | RA2(CE3) | Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto. |
| | RA3(CE3) | Contrastar el test de producto |
| C.E.4. | RA1(CE4) | Contrastar diseño resultante con los objetivos planteados en el brief inicial |

## 5. Contenidos

El Trabajo fin de Máster (TFM) consistirá en el desarrollo de un **proyecto original de diseño** en busca de la excelencia de un nuevo producto en el que se integre los conocimientos adquiridos en el máster, la gestión del proyecto con la empresa colaboradora del máster, y su presentación y defensa pública ante un tribunal.

Para desarrollar este TFM al alumno se la asignará por parte de la Comisión Académica del Título un tutor. La elección del tema del proyecto a desarrollar es responsabilidad del alumno, en este sentido, podrá o proponer un tema o aceptar un tema propuesto por su tutor. En cualquier caso, el tema elegido estará relacionado, preferentemente, con la empresa en la que se han cursado las prácticas y deberá contar con el visto bueno de la empresa y del Tutor.

Una vez cumplidos estos trámites, el alumno presentará al Presidente de Tribunal de

TFM la propuesta final del proyecto final del máster, de acuerdo con las fechas establecidas en el calendario publicado.

## 6. Actividades formativas y metodología

**Las actividades formativas están relacionadas con las competencias mencionadas anteriormente:**

| Actividades formativas | Metodología | % Créditos Ects |
|---|---|---|
| Actividades presenciales | Tutorías<br>Presentación y defensa | 5% |
| Actividades no presenciales: | Trabajo autónomo: realización del proyecto profesional | 95% |

## 7. Recursos

Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño. Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en la empresa

## 8. Sistema de evaluación de adquisición de competencias

La evaluación deberá analizar los procesos de aprendizaje individual así como la capacidad de formar parte de equipo de trabajo y/o de colaboración.

La calificación, representación última del proceso de evaluación, deberá ser reflejo del aprendizaje individual, entendido no sólo como la adquisición de conocimientos, sino como un proceso que tiene que ver fundamentalmente con cambios intelectuales y personales de los/as estudiantes al encontrarse con situaciones nuevas que exigen desarrollar capacidades de comprensión y razonamiento nuevas a su vez:

La información para evidenciar el aprendizaje será recogida, principalmente, mediante:

_ Seguimiento periódico del progreso de los/as estudiantes por parte del tutor.

_ Presentación y defensa de un proyecto de diseño ante un tribunal nombrado por la Comisión Académica del Título de dirección del máster.

Los criterios y ponderaciones para evaluar la presentación y defensa del proyecto final de máster, serán los siguientes:

| **Los criterios a evaluar** | **% calificación final** |
|---|---|
| La creatividad, entendida como la aportación de nuevas maneras de enfocar los problemas y de encontrar nuevas oportunidades | **15%** |

| | |
|---|---|
| La integración y adecuación a las especificaciones del breifing | **45%** |
| La aportación del diseño a los objetivos estratégicos de la empresa | **10%** |
| El proceso de desarrollo proyectual | **10%** |
| La comunicación del proyecto | **10%** |
| La presentación ante el Tribunal de TFM | **10%** |

## 9. Presentación y defensa

La exposición y defensa de los proyectos se realizara en las fechas establecidas en el calendario publicado por el Tribunal del Trabajo Final de Máster.

Existen dos convocatorias para la presentación del TFM: la primera un mes después de finalizadas las clases y la segunda en Septiembre.

Los tutores harán un informe sobre el seguimiento del trabajo que incluya una valoración razonada. El tribunal, con este informe y la lectura de la memoria decidirá si el trabajo es apto para su presentación o debe ser modificado para la entrega en la siguiente convocatoria.

El tribunal dará a conocer, a través de una lista, el orden de actuación. Cada alumno dispondrá de un tiempo máximo de 25 minutos para exponer su trabajo, pudiendo apoyar su exposición y defensa con maquetas, proyecciones o cualquier tipo de medios audiovisuales.

Acabada la exposición del alumno, los miembros del tribunal podrán solicitar aclaraciones y formular las preguntas que estimen pertinentes sobre cualquier punto del proyecto desarrollado.

Realizadas las exposiciones, el tribunal deliberará, evaluará y levantará acta del resultado de la evaluación de los proyectos presentados.

El alumno entregará con anterioridad a su defensa la Memoria impresa del TFM; 1 panel en formato 50x70cm, que resuma y comunique el resultado propuesto. Así como, una copia digital memoria y del panel resumen.

## 10. Bibliografía

Ricard, A. (1985). *Diseño y calidad de vida.* Barcelona: Ministerio industria.
Ricard, A. (1987). *Diseño*. Valencia: IMPIVA.
Ricard, A. (1982). *Diseño.¿por que?* Barcelona: Gustavo Gili.
Guy, J. (2010). *La cultura del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
Press, M. – Cooper, R. (2007). *El diseño como experiencia: El papel del diseño y los*

*diseñadores en el siglo XXI.* Barcelona: Gustavo Gili.
Montañana, J. (1985). *Diseño y estrategia de producto*. Barcelona: Fundación BCD.

PAGINAS WEB, LINKS,INFORMACIÓN,DESDE CATALOGOS, REVISTAS ESPECIALIZADAS DE CADA EMPRESAS IMPLICADAS EN EL **M.C.D.P**


**Seu Velluters:** C. Pintor Domingo, 20
46001· Tel. 963 156 700 · Fax 963 156 701
info@easdvalencia.com