

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	ÁNGEL MARTÍ DAVID ULIBARRI OSES		
Correo electrónico	amarti@easdvalencia.com		dulibbarri@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; transmitir 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 transmitir 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 briefing

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

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 continuo 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.