



Máster en Enseñanzas Artísticas

GUIA DOCENTE

Dirección de Proyectos 2

2024-25

Especialidad: **Máster en creatividad y desarrollo de producto**

Curso **2024/2025**

→ 1. Datos de identificación → 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación → 3. Conocimientos recomendados → 4. Competencias de la asignatura → 5. Resultados de aprendizaje → 6. Contenidos → 7. Volumen de trabajo/ Metodología → 8. Recursos → 9. Evaluación → 10. Bibliografía

→ 1. Datos de identificación

DATOS DE LA ASIGNATURA

Centro	Escola d'Art i Superior de Disseny de València		
Título	Diseño		
Departamento	Profesional		
Mail del departamento	producto@easdvalencia.com		
Asignatura	Dirección de Proyectos 2		
Web	easdvalencia.com		
Horario			
Lugar impartición	Velluters	Horas semanales	6
Código		Créditos ECTS	6
Ciclo	Posgrado	Curso	1º
Duración	Trimestral	Idioma	Castellano/Valenciano
Tipo de formación	FB. Formación Básica	Tipo de asignatura	60% presencial 40% autónomo

DATOS DEL PROFESORADO

Docente/s responsable/s	Juanjo Tormo / Profesional		
Correo electrónico	jtormo@easdvalencia.com		
Horario tutorías			
Lugar de tutorías	Departamento de producto		



→ 2. Objetivos generales y contribución de la asignatura al perfil profesional de la titulación

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 previos 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 de la asignatura

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

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

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.

COMPETENCIAS GENERALES

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 auto-dirigido o autónomo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS



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.
CE-1	Formalizar la propuesta con la realización de pre-modelos y maquetas en taller aplicando las tecnologías más avanzadas.
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.
CE-4	Evaluuar 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.

→ 5. Resultados de aprendizaje

RESULTADOS DE APRENDIZAJE	COMPETENCIAS RELACIONADAS
RA1 Gestionar la adquisición, estructuración, análisis y visualización de datos de los datos necesarios para el proceso de diseño.	CB1
RA2 Identificar y analizar un problema de diseño avanzado para generar alternativas de solución aplicando los métodos aprendidos.	CB1
RA3 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.	CB1
RA1 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.	CB2
RA2 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.	CB2



RA3 Analizar la coherencia de los juicios propios y ajenos entorno al diseño, y valorar las implicaciones personales y sociales de los mismos.	CB2
RA1 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.	CB3
RA2 Tomar la palabra en grupo con facilidad; trasmitir convicción y seguridad y adaptar el discurso a las exigencias formales requeridas.	CB3
RA1 Incorporar los aprendizajes propuestos por los expertos en diseño y mostrar una actitud activa a su asimilación.	CB4
RA1 Utilizar sus capacidades y los recursos de que dispone para alcanzar los objetivos de diseño.	CB5
RA2 Identificar, reconocer y aplicar la personalidad moral y los principios éticos, en el ámbito del diseño.	CB5
RA1 Generar y trasmitir nuevas ideas o generar alternativas innovadoras a los problemas de diseño que se plantean en un contexto empresarial.	CB6
RA2 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.	CB6
RA1 Introducir nuevos procedimientos y acciones en el propio proceso de diseño para responder mejor a las limitaciones y problemas detectados.	CB7
RA2 Buscar y promover nuevos métodos y soluciones (puede no implicar su aplicación) ante problemas de diseño en un entorno empresarial.	CB7
RA3 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.	CB7



RA1 Presentar gráficamente la propuesta de diseño	CE1
RA2 Realizar hábilmente pre-maquetas con materiales sencillos.	CE1
RA3 Realización de maquetas con técnicas avanzadas	CE1
RA1 Definir el problema y comprenderlo en todos sus ámbitos	CE2
RA2 Analizar al usuario para conocer sus necesidades funcionales, estéticas y sociales por medio de métodos avanzados de análisis.	CE2
RA3 Desarrollar el pensamiento integrador sintetizando las conclusiones y alternativas resolutivas.	CE2
RA4 Desarrollar la Experimentación como medio y objetivo en la búsqueda de soluciones proyectuales.	CE2
RA1 Analizar y decidir los procesos productivos y los materiales adecuados para la fabricación del producto.	CE3
RA2 Desarrollar el análisis económico y escandallo del futuro producto.	CE3
RA3 Contrastar la viabilidad de uso del producto	CE3
RA1 Contrastar diseño resultante con los objetivos planteados en el brief inicial.	CE4



→ 6. 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



→ 7. Volumen de trabajo/ Metodología

7.1 Actividades de trabajo presencial

ACTIVIDADES	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en nº horas o ECTS)
<i>Clase presencial</i>	Exposición de contenidos por parte del profesor o en seminarios, análisis de competencias, explicación y demostración de capacidades, habilidades y conocimientos en el aula.	RA1(CB1) RA2(CB1) RA3(CB1) RA4(CB1) RA1(CB2) RA2(CB2) RA3(CB2)	10h
<i>Clases prácticas</i>	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. Construcción significativa del conocimiento a través de la interacción y actividad del alumno.	RA1(CB2) RA2(CB2) RA3(CB2) RA1(CB6) RA2(CB6)	20h
<i>Exposición trabajo en grupo</i>	Aplicación de conocimientos interdisciplinares.	RA1(CB3) RA2(CB3)	5h
<i>Tutoría</i>	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(CB5) RA2(CB5) RA1(CB2) RA2(CB2) RA3(CB2)	5h
<i>Evaluación</i>	Conjunto de pruebas (orales y/o escritas) empleadas en la evaluación inicial o formativa del alumno.	RA1(CB1) RA2(CB1) RA3(CB1) RA4(CB1)	5h
SUBTOTAL			45h

7.2 Actividades de trabajo autónomo



<i>Actividades</i>	Metodología de enseñanza-aprendizaje	Relación con los Resultados de Aprendizaje	Volumen trabajo (en no horas o ECTS)
<i>Trabajo autónomo</i>	Estudio del alumno o alumna: preparación y práctica individual 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(CB1) RA2(CB1) RA3(CB1) RA4(CB1) RA1(CB2) RA2(CB2) RA3(CB2) RA1(CB6) RA2(CB6)	20h
<i>Estudio práctico</i>	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(CB2) RA2(CB2) RA3(CB2)	5h
<i>Actividades complementarias</i>	Preparación y asistencia a actividades complementarias como talleres, congresos, conferencias,...	RA1(CB4) RA2(CB4) RA1(CB5) RA2(CB5)	5h
SUBTOTAL			30h
TOTAL			75h

→ 8. 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

→ 9. Evaluación

9.1 Convocatoria ordinaria



9.1.1 Alumnado con evaluación continua

INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN/ CALIFICACIÓN	Resultados de Aprendizaje evaluados
<ul style="list-style-type: none"> . 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: 	
<ul style="list-style-type: none"> 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%). 	RA1(CB1) RA2(CB1) RA3(CB1) RA4(CB1)
<p>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%).</p>	RA1(CB2) RA2(CB2) RA3(CB2) RA1(CB3) RA2(CB3) RA1(CB4) RA2(CB4)
<ul style="list-style-type: none"> 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%) 	RA1(CB5) RA2(CB5) RA1(CB6) RA2(CB6)
<ul style="list-style-type: none"> 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 % 	RA1(CB7) RA2(CB7) RA3(CB7)



- 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
PanelA1 im preso 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, flyers, etc)
 - la realización de animaciones, vídeos de la propuesta final

→ 10. Bibliografía

DATSCHEFSKI, E. *El re-diseño de productos. Productos sustentables. El regreso a los ciclos naturales*. Mc Graw Hill, México D. F., 2002

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.

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

FLUSSER, V., *Filosofía del diseño, la forma de las cosas*, Editorial Síntesis, Madrid, 1999. Barcelona, 2005.

HALLGRIMSSON, B. *Diseño de Producto*. Barcelona. Promopress, 2013

NAVARRO, J.L., *Maquetas, modelos y moldes: Materiales y técnicas para dar forma a las ideas*. Col.lectió 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,

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.