

TEORÍA Y METODOLOGÍA DEL PROYECTO

I. Datos Informativos

Código	: 4043051
Carrera	: Arquitectura de interiores y Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2019 - 1
Ciclo	: 4° ciclo
Categoría	: Formación básica
Créditos	: 03
Pre-requisito	: Ninguno
Docente	: Fabiana Norvani Gonzalez

II. Sumilla

Este curso de formación básica, tiene como objetivo proporcionar los conocimientos necesarios sobre la elaboración de un proyecto en el campo de la comunicación y el diseño, desarrollando la capacidad de búsqueda de información y documentación, analizarla, sintetizarla, interpretarla y adaptarla. Fomentar la capacidad de crítica y autocrítica, utilizar las distintas estrategias creativas para generar soluciones y desarrollar habilidades de presentación, justificación y defensa del proyecto.

El contenido a tratar está referido a: La estructura y metodología del proyecto: Modelos en distintos campos de la actividad humana. El método y sus etapas básicas: Información, planificación, desarrollo y comunicación. Fases del proyecto. Técnicas y estrategias que favorecen la creatividad. Técnicas de organización del trabajo. Aplicación práctica de los criterios de análisis, síntesis y metodología. Criterios de decisión. Presupuesto y viabilidad. Criterios de resolución y validación del proyecto: resolución de problemas en grupo, verificación de resultados, evaluación de la eficacia real del proyecto.

III. Competencias

- **General:**
Fundamenta, organiza y analiza sus proyectos de diseño aplicados a problemas sociales, empresariales o de comunicación y diseño.
- **Específicas:**
 - Describe el problema.
 - Organiza su información.
 - Sintetiza la información.
 - Conceptualiza (abstrae) la información.
 - Produce ideas originales.
 - Fundamenta su solución.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Dinámica de introducción al Design Thinking y otros procesos.
- Presentación de los contenidos del curso.

- Exposición: El diseño como actividad solucionadora de problemas. Presentación del Proceso de Pensamiento Creativo del Grupo UCAL-Toulouse (pro-seso).

2ª Semana

- Exposición: Planeamiento de un proyecto.
- Desarrollo del primer paso del pro-seso: Definición de la situación o problema.
- Desarrollo de los pasos dos, tres y cuatro del pro-seso: Observación exterior, Investigación y Observación Interior.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Presentación del trabajo grupal sobre los primeros cuatro pasos del proyecto de diseño.
- Desarrollo de los pasos cinco y seis del pro-seso: Conceptualización e Ideación.
- Presentación grupal del concepto y las ideas del proyecto de diseño.

4ª Semana

- Desarrollo de los pasos siete y ocho del pro-seso: Elección y Desarrollo.
- Taller en clase.

5ª Semana

- Desarrollo de los pasos nueve y diez del pro-seso: Validación y Sustentación, y Producción.
- Desarrollo de los pasos once y doce del pro-seso: Presentación y Autoevaluación.
- Taller en clase.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Asesoría para el examen parcial.

7ª Semana Examen Parcial + Clase

- Exposiciones - examen parcial.

8ª Semana

- Revisión del Examen Parcial.

9ª Semana

- Exposición: ¿Qué es una marca? Enfoque desde el diseño.
- Exposición: La segmentación y el público objetivo. Enfoque desde el diseño.

10ª Semana

- Exposición: Necesidades, deseos y motivación. Enfoque desde el diseño.
- Exposición: ¿Qué son los Insights?

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Asesoría para el proyecto final.

12ª Semana

- Exposición: Posicionamiento de marca. Enfoque desde el diseño.
- Exposición: Memoria, creatividad y diseño.

13ª Semana

- Exposición: Las características de los productos bien diseñados.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Asesoría para el proyecto final.

15ª Semana - Examen Final

- Presentación de la revista temática impreso + digital + investigación (3,4,5,6,7,8).

16ª Semana – Entrega de Notas

V. Metodología

El curso desarrolla paso a paso, en forma teórica y práctica, el Proceso de Pensamiento Creativo del Grupo UCAL-Toulouse (pro-seso) hasta el examen parcial. Luego de éste, el curso se enfoca en el desarrollo práctico de proyectos, culminando en el proyecto grupal final el cual buscará la solución de un problema de carácter social.

Las exposiciones semanales del curso incluirán análisis de casos y el visionado de videos que ayuden a incrementar la comprensión en profundidad y extensión de los procesos necesarios para la realización de proyectos en el campo social, empresarial o comunicación y de diseño.

VI. Actividades de investigación formativa

La experiencia curricular de Teoría y metodología del proyecto atiende al proceso de investigación formativa a través de la elaboración de un informe de investigación que los estudiantes desarrollan progresivamente desde la semana 7.

VII. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua(40%)→ Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (30%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VIII. Fuentes

Nº	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/A82	Aspelund, K. (2015). <i>The design process</i> . New York: Bloomsbury.
2	658.4063/W68	Williams, L. (2015). <i>Disrupt: Think the unthinkable to spark transformation in your business</i> . New Jersey: Pearson.
3	741.6/B38	Benz, P. (2015). <i>Diseño de experiencias: conceptos y estudios de casos</i> . Nueva York: Bloomsbury.
4	EBSCO: ART SOURCE	Noble, I.; Bestley, R. (2011). <i>Visual Research : An Introduction to Research Methodologies in Graphic Design</i> . Vol. 2, pp 224. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxIYmtfXzQzMDDE0MV9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=20&hid=115&format=EB
5	EBSCO:	Holston, D. (2011). <i>The Strategic Designer : Tools and Techniques for Managing the Design Process</i> . Vol. 1, pp 293. Recuperado desde:

	ART SOURCE	http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzQxNzgwMF9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=21&hid=115&format=EB
6	EBSCO: ART SOURCE	Ambrose, G.; Aono-Billson, N. (2011). Approach and Language. Vol. 1, pp 200. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM1NDQ4MF9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=40&hid=115&format=EB
7	Repositorio UCAL	Deza. L. (2008). Personalidad y Creatividad. Repositorio UCAL. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/ucal/165/LD1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fuentes Complementarias

Ambrose, G. y Harris, P. (2010) *Metodología del Diseño*. Barcelona: Parramón.

Fuentes, R. (2005) *La práctica del Diseño Gráfico, Una Metodología Creativa*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Kelley, T. (2001) *The Art of Innovation*. New York: Currency/Doubleday.

Kelley, T (2010) *Las diez caras de la innovación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Munari, B. (1997) *Metodología Proyectual*. Barcelona: Gustavo Gili.

Potter, N. (2002) *¿Qué es un Diseñador?*. Barcelona: Paidós.

Schiffman, L y Kanuk, L. (2005) *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.