

PROYECTOS INTERDISCIPLINARIOS

I. Datos Informativos

Código	: 1093104
Carrera	: Arquitectura de Interiores, Comunicaciones, Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2019-1
Ciclo	: 9° ciclo
Categoría	: Formación Profesional
Créditos	: 03
Pre-requisito	: Culminar 8° ciclo
Docente	: Andrea Lazarte Aguirre, Maria Cristina Zaconeta Lopez y Cesar Augusto Oshiro Gusukama

II. Sumilla

La presente asignatura de formación profesional, tiene como objetivo profundizar en el concepto de interdisciplinariedad entendida como la integración y la globalización del conocimiento derivado de cada uno de las disciplinas que desarrolla la universidad. Esta materia quiere estimular en el alumno la capacidad de proyectar desde la perspectiva de la comunicación y el diseño global, así como potenciar la capacidad de trabajo en equipo, enfatizando la conceptualización y la experimentación de las propuestas desde las distintas profesiones.

El contenido a tratar esta referido a la elaboración de un proyecto y al proceso creativo en los proyectos interdisciplinarios: la concepción previa como idea, el estudio de mercado, costos materiales que se emplearán, hasta finalizar en la materialización. Lo interesante de la asignatura es que es un trabajo en equipo que está integrado por un alumno de cada especialidad por lo que cada uno puede aportar su visión particular de interpretación, análisis y elaboración del proyecto.

III. Competencias

- **General:**
Construye y elabora una solución integral creativa a un problema planteado en un contexto social o comercial con compromiso.
- **Específicas:**
 - Evalúa y experimenta con la información resultado de su investigación para encontrar la mejor alternativa de solución con apertura.
 - Analiza y combina diversas alternativas de solución al problema planteado con coherencia.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Dinámicas grupales: para trabajar en equipo, primero debemos conocernos.
- Trabajo en equipo.
- Aprender a valorar lo que el otro dice. Construir.
- Sustituir el pero por el “y”. Sustituir el tengo por el “quiero”.
- Lanzamiento del reto.
- Constitución de los equipos de trabajo interdisciplinario.
- Cronograma.

2ª Semana

- Trabajo en equipo.
- Diseño estratégico. *Problem Framing*.
- Inmersión e investigación de campo.
- Definición del problema.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Presentación del análisis de la investigación de campo y primeros hallazgos.
- ¿Qué problema estamos resolviendo?.
- Crítica y ajustes.
- Métodos de investigación.

4ª Semana

- Profundización en la investigación.
- Primera propuesta de concepto.

5ª Semana

- Presentación de la investigación. Hallazgos principales.
- Oportunidades de innovación.
- *Reframing concepts*.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Presentación del concepto eje. Coherencia con la investigación.
- Dónde está la innovación.
- Crítica.
- Testeo del concepto o conceptos. Métodos de testing.

7ª Semana - Examen Parcial + Clase

- Presentación del resultado del testing de conceptos. Evidencias.
- Conclusiones.
- Crítica.
- Ajustes. *Reframing* del concepto. Aterrizaje en potenciales ideas de solución.
- Prototipos.

8ª Semana

- Revisión de las potenciales ideas de solución. Co-Creando con el usuario.
- Presentación de los resultados de la validación de ideas de solución por los prototipos presentados o testados.

9ª Semana

- Asesores. Feedback de las propuestas de solución.
- Presentan Investigación, Conceptos, Ideas de Solución, Resultados.

10ª Semana

- Prototipos. Testeo y refinación de sus ideas de solución.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Presentación de resultados de testeo de ideas.
- Elección.

12ª Semana

- Desarrollo y plan de implementación.

13ª Semana

- Desarrollo.
- Crítica.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Presentación de avances.
- Crítica.

15ª Semana - Examen Final

- Presentación final.
- Crítica.

16ª Semana – Evaluación con Jurado / Entrega de Notas

V. Metodología

- Las sesiones de aprendizaje consideran la participación activa de los estudiantes para desarrollar los contenidos y actividades educativas previstas, dentro y fuera del aula, contando con la orientación estratégica del docente.
- El docente es un facilitador entre los fundamentos académicos y experiencias laborales, con respecto a las expectativas de aprendizaje de los alumnos, organizando, orientando y facilitando el proceso de construcción de conocimientos.
- Se utilizará la exposición dialogada y orientación permanente. El alumno asume responsabilidad de participación activa durante las sesiones mediante el cumplimiento de los talleres individuales y grupales y la aplicación de un proceso metodológico para el desarrollo del pensamiento creativo que lo lleve a la solución de problemas de identidad e imagen de organizaciones empresariales.

VI. 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.

VII. Fuentes

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/K48	Kumar, V. (2013). <i>101 Métodos de diseño</i> . Canada: Wiley.
2	741.6/A68	Arfuch, L., Chaves, N y Ledesma, M (2005). <i>Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos</i> . Argentina:

		Paidós.
3	720.1/I35	Iglesia, R (2010). <i>Habilitar, Diseñar</i> . Argentina: Nobuko.
4	EBSCO: Art Source	Holston, D. (2011). <i>The Strategic Designer : Tools and Techniques for Managing the Design Process</i> . Cincinnati, Ohio: HOW Books.
5	EBSCO: Art Source	Ambrose, G., & Harris, P. (2005). <i>Colour</i> . Lausanne, Switzerland: AVA Publishing.
6	EBSCO: Art Source	Myers, D. R. (2009). <i>The Graphic Designer's Guide to Portfolio Design</i> . Hoboken, NJ: Wiley.
7	Repositorio UCAL	Mas, O (2014-03). Diseñando País. El Valor del Diseño. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/146

Fuentes complementarias

Eemmitt, S. (2010). *Managing Interdisciplinary Projects*. EEUU: Routledge.

Robson, C. (2007). *How to do a Research Project*. EEUU: Blackwell Publishing.

Pigza, J. (2014). *Biblio Craft a Modern Crafter's Guide to Using Library Resources to Jumpstart Creative Projects*. EEUU: Stewart, Tabori and Chang.

Berkun, S. (2008). *Making Things Happen: Mastering Project Management (Theory in Practice)*. EEUU: O'Reilly.