

| | | | |
|-----------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|---|
| Matèria Projectes | Any acadèmic 2021-2022 | Hores lectives 32h | Idioma/es Català, castellà i anglès |
| Codi 13322 | Curs/Trimestre 2n/2n | Hores autònomes 68h | Equip docent Jessica Fernández |
| Crèdits 4 ECTS | Caràcter Obligatòria | Hores de dedicació 100h | Contacte jfernandez@elisava.net |

NOTA Informativa: A causa de la pandèmia de la COVID-19 s'ha establert un protocol d'adaptació de l'informació, que pot aparèixer originalment en aquest PDA, per a adequar-la a les circumstàncies canviants que es puguin produir.

https://drive.google.com/file/d/1EgXe10Qy9zagkJgQQtDypzNi2Gg_oHoG/view

Disseny i Producte I

L'assignatura de "Disseny i Producte I" corresponent al àrea de projectes del Grau en Enginyeria de Disseny Industrial, s'ocupa de donar a l'estudiant les eines bàsiques per poder llegir, entendre, interpretar i, finalment, actuar en l'entorn que ens envolta. Es tracta d'una primera aproximació al procés de recerca que fonamenti la concepció de nous productes i serveis.

Pretén facilitar recursos d'interpretació de les necessitats dels usuaris i característiques de la societat contemporània a partir del coneixement que formen les diferents disciplines de les ciències socials, en especial els estudis culturals i l'antropologia. L'objectiu és fer entendre als estudiants de enginyeria en disseny la importància de les eines que aquestes disciplines ofereixen pel seu desenvolupament professional, de cara a una millor comprensió dels processos d'interacció social els quals determinen en bona part el context ambiental, de producció i de mercat on es desenvolupa el disseny. Tanmateix pretén aportar mètodes d'anàlisi, avaluació i síntesi útils per entendre per què i com neixen els objectes. Mitjançant l'enteniment de les necessitats funcionals, psicològiques, simbòliques i culturals, podrà afrontar el projecte de disseny amb capacitat creativa i perspectiva.

La formació defineix la figura del professional, que ha de cobrir les necessitats de l'usuari, dins un context cultural, econòmic, tecnològic i ambiental en constant evolució. Al llarg de l'assignatura, l'estudiant ha de comprendre i anticipar-se a les exigències dels futurs usuaris de productes. Més enllà de la comprensió teòrica, l'estudiant ha de realitzar anàlisis sistèmics per aconseguir una interrelació entre l'objecte, d'una banda, i l'ésser humà i el seu entorn, per l'altre.

Continguts

Bloc I: Innovació, nous escenaris i estratègies de disseny.

- 1.1. Innovació i estratègies dins l'empresa mitjançant l'ús de les metodologies de disseny.
- 1.2. Introducció a la societat, cultura i coses.
- 1.3. Tendències aplicades al producte.
- 1.4. Product Service & System.
- 1.5. Estratègia d'innovació.
- 1.6. Research i proposta de valor.

Bloc II: Disseny centrat en l'usuari. Tècniques d'anàlisis quantitatives i qualitatives.

- 2.1. Ciències socials i Disseny Centrat en l'Usuari.
- 2.2. Metodologia per als anàlisis qualitatives i quantitatives en l'estudi d'usuari.
- 2.3. Estils de Vida.

Competències

Competències generals

- Buscar, gestionar i utilitzar la informació de manera precisa fent un ús adequat de tots els mitjans, inclosos els informàtics, així com de les tecnologies d'informació i comunicació. (G3)
- Treballar en equip fomentant aptituds d'empatia, negociació i persuasió en diferents àmbits i disciplines. (G6)
- Afavorir la diversitat i la multiculturalitat establint accions en contextos diferents i internacionals. (G7)
- Analitzar les diferents situacions que es presenten en l'entorn professional mantenint un raonament crític i compromisos ètics. (G8)
- Actuar amb iniciativa i sensibilitat davant de les necessitats socials. (G12)

Competències específiques

- Conèixer les implicacions d'utilitat, funcionals, culturals, sociològiques i tecnològiques del producte a desenvolupar. (E4)
- Conèixer les implicacions industrials, comercials i estratègiques i de comunicació del producte a desenvolupar. (E5)
- Investigar els valors estètics, funcionals, tècnics i econòmics d'un projecte concret i determinar-ne la seva prioritat. (E6)
- Conèixer els plans de màrqueting i les recomanacions industrials per als nous productes. (E7)
- Ser capaç de tractar la informació i el coneixement d'una manera transversal. (E8)
- Participar en l'elaboració del briefing dels nous productes. (E9)

Resultats d'aprenentatge

- Estructurar, diferenciar i classificar la informació. Percebre els sistemes tecnològics actuals. (RA-G3)
- Desenvolupar la capacitat de treballar en grup. Defensar les pròpies idees i respectar les dels altres. Negociar les diferents propostes per arribar a una en comú. (RA-G6)
- Desenvolupar la part d'anàlisi dels contextos socials. Treballar els diferents tipus d'usuari i els seus requeriments. (RA-G7)
- Observar i interpretar les dades de la disciplina a treballar. Reflexionar sobre les diferents modalitats i prendre decisions. Valorar la importància de la disciplina professional. (RA-G8)

- Treballar les diferents vies per resoldre temes. Reconèixer el medi i el seu futur. (RA-G12)
- Observar i interpretar les dades per estructurar la informació i saber aplicar-la als diferents objectius. (RA-E4)
- Reconèixer, analitzar i reflexionar sobre la informació i estructurar-la amb la finalitat de prendre decisions. (RA-E5)
- Interpretar les dades per estructurar la informació i saber aplicar-la als diferents objectius. (RA-E6, RA-E7, RA-E8)
- Estructurar les dades per definir la informació i saber argumentar-la. (RA-E9)

Activitats formatives

Distribución de la docencia:

50% a ELISAVA
40% AULA VIRTUAL
10% CAMPUS OBERT

Horas de Docencia y Tipología:

Aula (3h)

Taller (29h)

Taller

Desenvolupament de maquetes formals per a projectes al taller de prototips.

Sortida de l'aula

Visualització del coneixement impartit a magistrals en alguna de les institucions afins a l'àrea projectes en la ciutat de Barcelona.

Metodologies docents

Aula

La funció de les classes anomenades aula és introduir a l'estudiant en una metodologia de treball projectual propi del disseny i l'enginyeria. S'introdueix el marc teòric amb la intenció de crear una base per a la posterior aplicació en projectes. Proporciona a l'estudiant coneixement teòric que li permet comprendre i resoldre reptes plantejats. El marc teòric s'adquireix mentre es practica, ja que les classes són participatives.

Taller

L'objectiu d'aquests tallers és que els estudiants posin en comú les experiències pràctiques desenvolupades dins i fora de l'aula mitjançant treballs parcials. Els tallers són per guiar a l'estudiant en la realització d'exercicis pràctics de caràcter projectual que els permeti aplicar els coneixements tractats en les classes teòriques. També es pretén resoldre problemes relacionats amb la recerca d'informació, l'anàlisi de dades i la presa de decisions.

Forum

Sessions dinàmiques transversals a la resta d'assignatures del trimestre que permeten relacionar, aplicar i explorar el coneixement adquirit des de un àmbit escollit.

Sistemes d'avaluació

Prova escrita (20%)

Prova escrita sobre la teoria impartida a l'assignatura a les magistrals.

Treball d'investigació projecte (60%)

A partir d'una temàtica del curs proposada anualment, es dú a terme una investigació on s'hauran d'aplicar la metodologia proposada a l'assignatura. Finalment hi haurà una entrega escrita i una valoració de l'exposició oral del grup.

Treball acadèmic analític (20%)

L'avaluació es basa en la participació així com en la presentació, tant oral com escrita, de treball en grup.

És imprescindible un mínim del 80% d'assistència a totes les classes. S'avaluarà en base a l'assistència a les sessions de magistrals i seminari les tasques de preparació, i la participació en els seminaris ja que són fonamentals per assolir els objectius/actituds esperats.

* L'assignatura s'aprova amb una nota igual o superior a 5 punts.

** Per fer la mitjana la nota mínima ha de ser de 4.

L'avaluació de treballs es farà seguint els criteris de:

- Grau d'integració i treball transdisciplinari de l'equip.
- Grau de discussió i crítica personal davant la temàtica del treball i la contextualització d'aquest en l'actualitat que estem vivint tots plegats.
- Qualitat de la memòria: coherència, discurs i creativitat.

Requisits i procés de recuperació

- Aquells alumnes que hagin suspès l'assignatura amb una nota compresa entre un 4 i un 4,9 poden presentar-se a la recuperació al mes de juliol.
- Aquells alumnes que hagin superat l'assignatura no podran concórrer a la recuperació per pujar la nota.
- Aquells alumnes que no s'hi hagin presentat (és a dir, no hagin fet els treballs ni les proves escrites) no podran recuperar l'assignatura.
- Aquells alumnes que hagin suspès la prova escrita però que hagin aprovat la resta de treballs només hauran de realitzar una prova escrita.

Fonts de referència

Bàsiques

- **BOGDAN, S.J. Taylor.** Introducción a los métodos cualitativos. La búsqueda de significados. Editorial Paidós
- **BRADLEY Nigel.** Marketing research: tools & techniques (Oxford)
- **BROWN, Tim (2009).** Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation (1st ed.). Editorial Harper Collins Books.
- **DAVIS Flora.** La comunicación no verbal. Psicología. Alianza Editorial.
- **DOUGLAS Mary, ISHERWOOD Baron.** El mundo de los bienes hacia una antropología de los bienes. México: Grijalbo, 1990.
- **ECHEVARRIA Javier.** Cosmopolitas domésticos. Barcelona: Anagrama, 1995.
- **Ellen Macarthur Foundation & IDEO.** A Circular Design Guide (2017). <<https://www.circulardesignguide.com/>>
- **Ellen Macarthur Foundation.** Cities in the Circular Economy: An initial exploration (2017). Charity Registration No. 1130306
- **Hollander MC, Bakker CA, Hultink EJ.** Product Design in a Circular Economy: Development of a Typology of Key Concepts and Terms. J Ind Ecol. 2017;21(3):517-525. doi:10.1111/jiec.12610
- **ERNER, Guillaume.** Sociología de las tendencias. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.
- **GREENBERG, Saul; CARPENDALE, Sheelagh; MARQUARDT, Nicolai & BUXTON, Bill. (2012).** Sketching User Experiences: The Workbook (1st ed.). Editorial Elsevier Science.
- **IDEO (2011).** Human Centered Design, Toolkit. (2nd ed). Edited by IDEO.

- **Juselius, P.** Exploration to trends & Product development: A framework to guide trend & consumer driven concept development. MA Thesis. Aalto University. 2012. (PDF available on-line).
- **LUPTON Ellen, MILLER J.Abbott.** The Bathroom, the Kitchen and the aesthetics of waste. A process of elimination. Massachusetts : MIT List Visual Arts Center, 1992.
- **Raymond, M.** The Trends forecaster's Handbook. London: Laurence King Publishing. 2010.
- **SANDERS, Elizabeth & RIM, Sonic.** From User-Centered to Participatory Design Approaches.
- **Vejlgaard, H.** Anatomy of a Trend. London: McGraw-Hill. 2008.
- **VILADÀS, Xènia.** El disseny a su servicio. Cómo mejorar una idea de negocio con la ayuda de un diseñador. Index Book. 2010.

Complementàries

- **CAPECE Sonia.** El diseño centrado en el usuario: Principios y nuevos escenarios para el producto inclusivo. I+Diseño: revista internacional de investigación, innovación y desarrollo en diseño Sostenibilidad (pag.77-84)
- **BAUDRILLARD, Jean.** El sistema de los objetos. Siglo XXI, Mexico, 1997.
- **BUXTON, Bill; GREENBERG, Saul; CARPENDALE, Sheelagh y MARQUARDT, Nicolai.** Sketching User Experiences: The Workbook. 1ª ed. Editorial Morgan Kaufmann, 2012. ISBN-10: 0123819598
- **KLEIN Naomi, No Logo.** El poder de las marcas, España: Ediciones Paidós Ibérica, 2001.
- **MARZO Jorge Luis, Me Mycell and I.** Tecnología, movilidad y vida social. Barcelona: Fundació Tàpies, 2003
- **MOLES, Abraham, ROHMER, Elisabeth.** Psicología del espacio. Madrid: Editorial Ricardo Aguilera, 1972.
- **MONTEYS Xavier, FUERTES Pere.** Casa collage. Un ensayo sobre arquitectura de la casa. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- **NORMAN Donald A.,** La psicología de los objetos cotidianos. Madrid: Nerea, 1998.
- **Observatorio de Tendencias del Hábitat.** Cuaderno de tendencias del hábitat 10/11. Valencia: ITC: AIDIMA: AITEX, Cop. 2010
- **Observatorio de Tendencias del Hábitat.** Cuaderno de tendencias del hábitat 13/15. Valencia: ITC: AIDIMA: AITEX, Cop. 2013
- **Observatorio de Tendencias del Hábitat.** Cómo aplicar tendencias: casos de empresa. Valencia: Observatorio de Tendencias del Hábitat, 2011.
- **PRESS, Mike, COOPER, Rachel.** El diseño como experiencia. El papel del diseño y los diseñadores en el S.XXI. GG Diseño
- **QUINTANILLA, Ismael.** Psicología del consumidor. Pearson Educación 2003 Advancing Ethnography in Corporate Environments. Challenges and Emerging Oportunities. Brigitte Jordan Editor.
- **LOBÄCH, Berndt.** Diseño Industrial. Bases para la configuración de los productos industriales. Barcelona: Gustavo Gili, 1976.
- **RAYMON, Martin.** Tendencias: qué son, cómo identificarlas, en qué fijarnos, cómo leerlas. Barcelona: Promopress, 2010.
- **RYBCZYNSKI, Witold.** La casa. Historia de una idea (1986). Madrid: Nerea, 1989.
- **SENNET Richard,** El declive del hombre público (1974), Barcelona: Edicions 62, 1978.
- **TAYLOR y BOGDAN.** Introducción a los métodos cualitativos. Editorial Paidós Cap 1. Introducción: Ir hacia la gente (pag 5-11).