

<b>Materia</b> Optativa de mención Producto	<b>Año académico</b> 2021-2021	<b>Horas lectivas</b> 90h	<b>Idioma/s</b> Catalán, castellano
<b>Código</b> 103232	<b>Curso/Trimestre</b> 3º/2º	<b>Horas autónomas</b> 210h	<b>Equipo docente</b> Luis Eslava
<b>Créditos</b> 12 ECTS	<b>Carácter</b> Optativa	<b>Horas de dedicación</b> 300h	<b>Contacto</b> leslava@elisava.net

**NOTA Informativa:** Debido a la pandemia de la COVID-19 se ha establecido un protocolo de adaptación de la información, que puede aparecer originalmente en este PDA, para adecuarla a las circunstancias cambiantes que se puedan producir.

[TABLA DE ADAPTACIÓN](#)

## Proyectos Optativos de Mención II

Estas asignaturas optativas de mención ofrecen unas tipologías de proyectos donde profundizar los conocimientos específicos de diferentes ámbitos disciplinares de aplicación del diseño Producto y adquirir experiencia tanto en el ámbito profesional como de investigación personal.

Producto y empresa - Estos proyectos introducen al alumno a las disciplinas vinculadas a la identificación y promoción de productos y servicios comerciales en retos planteados por empresas reales. El objetivo de la asignatura es entender la singularidad de la adecuación a un mercado específico, identificar oportunidades a partir de la investigación de su identidad, de sus referentes, los arquetipos de consumo, perfiles de usuario y sistemas de producción. Resumir la investigación para que concluya en estrategias de comunicación de carácter holístico y su formalización en identidades y comunicación de marca.

## Contenidos

PROYECTO OPTATIVO MENCIÓN PRODUCTO Grupo-1

“Artesanía industrial”. El objetivo de este proyecto es acercar, compartir y comunicar el valor de la figura del artesano como pieza clave entre el diseñador y la industria.

En colaboración con Kave Home y artesanos que trabajan distintos materiales, se diseñará y producirá una pieza para el ámbito doméstico. Un producto que transmite la imperfección como un valor, potenciando la artesanía como elemento característico en su diseño y desarrollo con el artesano. El proyecto tendrá en cuenta que su venta ha de realizarse tanto de modo Online, como en tiendas físicas, con una posible tirada inicial de 50 unidades. Por lo tanto, la propuesta ha de contemplar el equilibrio entre los costes de fabricación viables y un producto que sea capaz de transmitir un concepto/idea claro que conecte con el perfil de cliente Kave Home.

PROYECTO OPTATIVO MENCIÓN PRODUCTO Grupo-2

“Circular Packaging”. El proyecto abordará el Packaging desde diferentes puntos de vista: conceptual, formal, matérico y de comunicación gráfica:

- Conceptual, Formal: Nuevos formatos, tipologías de producto y nuevos modelos de negocio que se adecuan a los tiempos que estamos viviendo.
- Matérico: Estudiar y descubrir nuevas materialidades más coherentes y sostenibles para poder diseñar y aplicar teniendo en cuenta forma y función.
- Comunicación y aplicación gráfica: para abordar la comunicación visual implícita en los envases y embalajes se adquirirán los conceptos básicos de marketing en posicionamiento de productos, análisis del punto de venta y estudio de los sectores de consumo. Adquiriendo conocimientos prácticos que van a permitir dotar de una identidad de marca de producto, dominando la disciplina del diseño gráfico en su aplicación a volúmenes tridimensionales, estructurando información y adecuando la expresión fotográfica/ilustración.

## Competencias

- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética. (CB3)
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. (CB4)
- Desarrollar una actitud creativa de experimentación, bajo criterios de rigor científico, que favorezca la exploración de aportaciones relevantes e innovadoras. (CG1)
- Interpretar el contexto histórico, social, cultural, económico y tecnológico para configurar nuevas realidades. (CG2)
- Integrar la sensibilidad formal como parte fundamental del proceso de proyecto. (CG4)
- Reconocer e interpretar el contexto cultural, social y tecnológico para crear una visión/posicionamiento personal del diseño. (CE1)
- Utilizar con solvencia aquellas herramientas de investigación en diseño adecuadas para detectar las necesidades de los usuarios en un contexto determinado. (CE3)
- Elaborar un proyecto de diseño coherente respecto a un posicionamiento personal - político, social, medio ambiental, ético y estético. (CE4)
- Integrar los referentes culturales y tecnológicos en los proyectos de manera creativa e innovadora. (CE6)
- Utilizar las herramientas de representación para el desarrollo y la comunicación del proyecto en el ámbito profesional. (CE7)
- Resolver proyectos de diseño complejos teniendo en cuenta tanto los aspectos formales como los condicionantes procedentes de su producción, distribución y uso. (CE8)
- Identificar las necesidades y el potencial propios para saber organizar y optimizar los recursos disponibles en cualquier situación profesional o de proyecto. (CT1)
- Gestionar tiempo y recursos en procesos de trabajo atendiendo al estado actual de la disciplina y sus condicionantes sociales, económicos, tecnológicos y medioambientales. (CT2)
- Utilizar materiales, recursos y/o tecnologías de manera responsable, segura y eficiente. (CT3)

## Resultados de aprendizaje

- Expone de forma clara adaptando su discurso al público al que se dirige utilizando los medios necesarios (Producto, audiovisual, maquetas, etc.). (RA2)
- Utiliza la experimentación para conocer y tomar decisiones relevantes e innovadoras. (RA3)
- Documenta la experimentación realizada como parte del proceso de diseño. (RA4)
- Identifica y consulta un amplio abanico de fuentes relevantes para su investigación. (RA5)
- Analiza e interpreta información de forma crítica para obtener conclusiones personales. (RA6)
- Diseña soluciones que tienen en cuenta el impacto social y medioambiental. (RA7)
- Tiene en cuenta criterios formales en los distintos elementos que integran el proyecto. (RA9)
- Reconoce sus propios puntos débiles e intereses para complementar su formación y orientar su trabajo. (RA10)
- Identifica su propio potencial para organizar el trabajo individual y en equipo. (RA11)
- Gestiona el tiempo y los recursos disponibles de forma eficaz. (RA12)
- Evalúa y hace uso de materiales, recursos y/o tecnologías de manera responsable, segura y eficiente. (RA13)
- Integra el contexto cultural, social y tecnológico en su visión personal del diseño Producto. (RA14\_G)

- Explica y demuestra coherencia en el proyecto de diseño Producto respecto a un enfoque personal. (RA18\_G)
- Consulta y cita referentes culturales y tecnológicos apropiados para la investigación en diseño Producto. (RA20\_G)
- Explica con claridad el proyecto a través de la elección y utilización de las herramientas del diseño Producto. (RA21\_G)
- Explica y justifica las decisiones del proyecto de forma coherente. (RA22)
- Reconoce y analiza los condicionantes y oportunidades existentes para resolver retos complejos. (RA23)

## Actividades formativas

### Distribución de la docencia:

44% Presencial  
30% Virtual  
26% Campus Obert

### Horas de Docencia y Tipología:

<b>Total (90h)</b>	Aula 27h
	Taller 59h
	Fórum 4h

## Metodologías docentes

- Sesiones de contenido impartidas por profesores, expertos, diseñadores, artistas, etc. (M01)
- Flipped Classroom (se facilita el contenido antes de la clase y se aprovecha la clase para debatir, exponer, resolver problemas, etc.) (M02)
- Sesiones a distancia para las que el alumno dispondrá de los recursos TIC necesarios. (M03)
- Proyectos individuales (M04)
- Proyectos en equipo. (M05)
- Sesiones de tutoría / feedback / correcciones conjuntas (profesores, especialistas, responsables de talleres, etc.) (M06)
- Aprendizaje basado en proyectos colaborativos (ABPC). (M08)
- Proyectos basados en retos reales. (M09)
- Sesiones teóricas y/o prácticas in situ: fábricas, talleres, empresas, instituciones, etc. (M13)
- Trabajo autónomo (estudios previos, investigación de campo...) (M14)

## Sistemas de evaluación

Sistema de evaluación	Ponderación
SE2> Participación en los debates y discusiones.	10%
SE4> Autoevaluación.	5%
SE6 > Documentación escrita/gráfica/audiovisual del proyecto.	20%
SE7 > Evaluación de la incorporación del <i>feedback</i> de las tutorías en los trabajos presentados.	5%
SE8> Documentación del proceso de trabajo.	20%
S11> Artículo o proyecto de investigación individual.	5%
S13> Creación de una exposición para comunicar el trabajo realizado	35%

Se requiere haber obtenido un 4 de nota mínima en cada una de las partes evaluables de la asignatura para hacer media. Aquellos alumnos que hayan suspendido la asignatura con una nota comprendida entre un 4 y un 4,9 pueden presentarse a recuperación. Aquellos alumnos que hayan superado la asignatura no podrán concurrir a la recuperación para subir la nota. Aquellos alumnos que no se hayan presentado, es decir, que no hayan hecho el 80% de los trabajos programados, no podrán recuperar la asignatura.

## Fuentes de referencia

### **Bibliografía**

Colli, Stefano, Raffaella Perrone. 2003. *Espacio-identidad-empresa: arquitectura efímera y eventos corporativos*. Barcelona: Gustavo Gili

Granet, Keith, Arthur Gensler. 2011. *The business of design: balancing creativity and profitability*. New York: Princeton Architectural Press. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/elisava-ebooks/detail.action?docID=3387497>

Lockwood, Thomas, ed. 2010. *Design thinking: integrating innovation, customer experience and brand value*. New York: Allworth Press

Mootee, Idris. 2014. *Design thinking para la innovación estratégica: lo que no te pueden enseñar en las escuelas de negocios ni en las de diseño*. Barcelona: Urano

Osterwalder, Alexander. 2010. *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Hoboken: John Wiley

Osterwalder, Alexander. 2015. *Diseñando la propuesta de valor: cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando*. Barcelona: Deusto