

Máster en Ingeniería de Diseño de Producto 62942 - Diseño y contexto social

Guía docente para el curso 2015 - 2016

Curso: , Semestre: , Créditos: 6.0

Información básica

Profesores

- **María Teresa Blanco Bascuas** tblanco@unizar.es
- **Eduardo José Manchado Pérez** manchado@unizar.es
- **Rubén Rebollar Rubio** rebollar@unizar.es
- **José Luis Santolaya Sáenz** jlsanto@unizar.es
- **Iván Lidón López** ilidon@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

La asignatura forma parte del bloque de obligatorias dentro del primer semestre del Máster, y se centra en el análisis y puesta en práctica de los modos en que el diseño de producto es capaz, por un lado, de influir en el desarrollo de las sociedades humanas y de ser, por otro lado, un reflejo de sus características. Desde este punto de vista, el producto se constituye como un agente social más que afecta al conjunto del entorno social y es afectado a su vez por éste. Los alumnos, al superar la asignatura, deberán ser capaces de aplicar a sus proyectos de diseño el conocimiento de todo lo relacionado con esta aproximación al producto. Para cursar esta asignatura es muy recomendable tener conocimientos de análisis de usuario y entorno de uso, así como experiencia en diversas metodologías generales de diseño de producto.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Todas las actividades, trabajos y fechas clave serán comunicados a principio de curso.

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- 1:**
- Es capaz de analizar y comprender diferentes características de las sociedades humanas y el rol de los productos en las mismas.

- Es capaz de emplear técnicas de recopilación y análisis de datos que reflejen el comportamiento de un producto como agente social y el resultado emocional y afectivo que un producto provoca en sus usuarios.
- Es capaz de diseñar y desarrollar productos integrando entre sus especificaciones aspectos relativos al ámbito emocional y social.
- Es capaz de entender el producto en un contexto cultural.
- Es capaz de relacionar la evolución sociocultural con el estado del arte de la tecnología en el ámbito de la ingeniería de diseño de producto.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

La asignatura forma parte del bloque de obligatorias del primer semestre. Su finalidad es que el estudiante sea consciente de las implicaciones que el resultado de su trabajo tiene en el contexto social, y de cómo el producto puede afectar a la vida de los seres humanos, influyendo en el desarrollo de estructuras sociales, de modelos de conducta y de relaciones entre personas, en su estatus relacional, en la propia autopercepción de los individuos, y en su estado emocional y anímico. El estudiante, superando esta asignatura, debería ser capaz de incorporar esas cuestiones en el desarrollo de sus proyectos,

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

La asignatura pretende profundizar en el análisis del rol que desempeñan los productos como agente social desde diferentes perspectivas y métodos de trabajo. En la misma se potencia el espíritu crítico de los estudiantes respecto de las implicaciones sociales derivadas de la actividad del diseño de producto, de modo que sean conscientes de la responsabilidad que implica su trabajo. Al mismo tiempo, el éxito de un producto en el mercado está ampliamente condicionado por su capacidad de vincularse a un contexto social determinado.

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

El conocimiento profundo de la relación entre el producto y el resto de agentes sociales e individuos de una comunidad es una base fundamental para entender algunos de los métodos y teorías de diseño más actuales. Este tipo de aproximación exige de unos conocimientos básicos previos en el ámbito del diseño de producto, por lo que es adecuado su planteamiento como asignatura obligatoria en el contexto de los estudios de máster.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

- 1:**
- Analizar y comprender las características de las distintas sociedades humanas para entender el valor y los roles del producto en un contexto social y cultural.
 - Emplear técnicas de recopilación y análisis de datos que reflejen el comportamiento de un producto como agente social y el resultado emocional y afectivo que provoca en sus usuarios.
 - Diseñar y desarrollar productos integrando entre sus especificaciones aspectos relativos al ámbito emocional y social, y para relacionar la evolución sociocultural con el estado del arte de la tecnología en el ámbito del diseño de producto.
 - Integrar diversos conocimientos técnicos en el contexto de una perspectiva holística del producto.

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

Un profesional de diseño desempeña su actividad en un marco que debe incorporar un profundo conocimiento del contexto social. Los productos son reflejo del entorno socio-cultural, de sus valores, tendencias y características, y a su vez son agentes capaces de influir sobre éste. Condicionados por ese contexto, los usuarios de un producto establecen con éste relaciones emocionales y vínculos afectivos que condicionan el potencial de éxito del producto de un modo al menos tan relevante como sus prestaciones técnicas. El diseño de producto tiene otros efectos en el ámbito social: no sólo por su capacidad de generar riqueza económica, sino porque puede ejercer además un efecto inclusivo de los individuos en el contexto social, al ser capaz de conseguir que la tecnología pueda ser disfrutada y puesta al servicio de la mayor cantidad posible de personas.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

- 1:**
- 70% trabajos prácticos.
 - 30% Evaluación teórica, por medio de pruebas escritas (examen o trabajos teóricos de evaluación continuada).

Para superar la asignatura, es necesario aprobar las dos partes de la asignatura, teoría y práctica. Siguiendo la normativa de la Universidad de Zaragoza al respecto, en las asignaturas que disponen de sistemas de evaluación continua o gradual, se programará además una prueba de evaluación global para aquellos estudiantes que decidan optar por este segundo sistema.

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

Cada bloque de la asignatura tiene un aprendizaje basado en el análisis y discusión de unos contenidos teóricos, y la consiguiente obtención de conclusiones, trabajados en clase teórica con el grupo completo. Los estudiantes deberán ser capaces posteriormente de aplicar los conocimientos obtenidos al análisis de casos existentes y en el desarrollo de proyectos de diseño de producto.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

- 1:**
- La asignatura trabaja los siguientes contenidos:
- Sociología, etnología y etnografía
 - Psicología de la percepción. Neuromarketing
 - Diseño emocional / afectivo

- Análisis de tendencias
- Diseño exclusivo / universal
- Diseño responsable
- Diseño como agente social y cultural
- Herramientas de captura de información para analizar el diseño en el contexto social

A través del siguiente programa de clases teóricas:

1. Tipos y modelos de estructura social. Roles de los diferentes tipos de producto como agente social.
2. Diseño centrado en las personas. Diferentes enfoques de análisis (observación, participación, capturas de datos).
3. Diseño universal. Diseño inclusivo/exclusivo (por capacidad económica, género, conocimiento tecnológico).
4. Diseño como agente social y cultural. Redes de usuarios basadas en modelos de relación.
5. Diseño emocional / afectivo.
6. Psicología de la percepción. Neuromarketing.
7. Diseño sostenible.
8. Diseño y responsabilidad social.
9. Diseño e identidad social. Análisis de tendencias.
10. Diseño como agente de intervención social y cultural.

Nota: Las clases teóricas se plantean con una estructura de exposición y debate participativo, y obtención de conclusiones. En las mismas se presentarán del modo oportuno diferentes principios conceptuales, metodologías y herramientas de captura de información para analizar el diseño en el contexto social.

Y de los siguientes ejercicios prácticos:

1. Trabajo de análisis de casos.
2. Realización de uno o varios proyectos desarrollando las implicaciones del diseño en el contexto social.

Nota: Los detalles de las características de los diferentes ejercicios prácticos se proporcionarán en clase.

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

La asignatura es de 6 créditos, lo que equivale a 150 horas de trabajo del estudiante, asignadas de la siguiente manera:

• Clase teórica, resolución de problemas y casos	20 horas
• Prácticas	40 horas
• Trabajos de aplicación o investigación prácticos	70 horas
• Tutela personalizada profesor-alumno	4 horas
• Estudio de teoría	10 horas
• Pruebas de evaluación	6 horas

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada