

PROGRAMA DE CURSO			
CARRERA	DISEÑO	CODIGO	AUD30003
PROFESORES: JUAN CARLOS LEPE_Sección 1. VICTOR MOLINA_Sección 2, FELIX MALDONADO_Sección 3. ALVARO HINOJOSA_Sección 4			
1. Nombre de la actividad curricular COMUNICACIÓN DEL PROYECTO DE DISEÑO			
Nombre de la actividad curricular en inglés COMMUNICATION OF THE DESIGN PROJECT			
2. Palabras Clave Comunicación, Medios, Proyecto, escenario, estrategia			
3. Unidad Académica Escuela Unificada de Pregrado FAU, Carrera de Diseño			
4. Ámbito Sistematizar y Gestionar			
5. Número de Créditos SCT – Chile 3	Horas directas (presencial)	Horas indirectas (no presencial)	
	3 hrs. semanales	1,5 hrs. semanales	
6. Requisitos		Lenguaje y significación + Representación conceptual	
7. Propósito formativo		Integración de técnicas gráficas, multimediales, conceptuales y discursivas para la comunicación de ideas, propuestas y soluciones finales de modo apropiado a diferentes contextos profesionales y disciplinares.	

<p>8. Competencias y subcompetencias a las que contribuye el curso</p>	<ol style="list-style-type: none">1. Administra recursos, medios e información aplicando criterios pertinentes con el contexto específico.<ol style="list-style-type: none">1.a. Selecciona estrategias prospectivas y productivas para la gestión de proyectos.1.b. Fundamenta decisiones tácticas y estratégicas a partir de variables del contexto. 2. Concibe y diseña estrategias de intervención de acuerdo al contexto para la formulación e implementación de proyectos e iniciativas de emprendimiento.<ol style="list-style-type: none">2.a. Asume compromisos, de manera constante y autónoma con su desarrollo personal y profesional. 3. Investiga sobre las relaciones entre actores y contextos.<ol style="list-style-type: none">3.a. Observa fenómenos del entorno en diferentes escalas.3.b. Analiza fenómenos de mediación entre las ciudadanías, las comunidades, la persona y sus contextos. 4. Documenta y comunica la práctica profesional o disciplinar para proponer nuevas formas de intervención.<ol style="list-style-type: none">4.a. Comunica conceptos, ideas y propuestas mediante recursos y lenguajes bi y tri dimensionales.
---	--

9. Resultados de Aprendizaje

- Organiza los elementos conceptuales de manera estratégica, para estructurar una comunicación efectiva de su propuesta comunicacional.
- Comunica su propuesta, seleccionando soportes y medios pertinentes a la audiencia , niveles de experiencia, perspectivas e intereses diversos en la ejecución o resultado del proyecto de diseño en contextos productivos, industriales, comerciales y/o sociales.
- Reconoce instrumentos de evaluación de impacto tanto a nivel de mensaje y de medios utilizados en su propuesta comunicacional.

10. Saberes fundamentales / Contenidos

1. Introducción a la comunicación de proyectos
 - a. Diagnóstico de competencias basales.
 - b. Ejercitación de competencias basales.
 - c. Conocer y comprender al usuario y a los receptores de la comunicación del proyecto:
 - i. El proyecto de diseño y sus usuarios y audiencias.
 - ii. Needfinding; El enfoque etnográfico aplicado al conocimiento de los destinatarios y a la generación de empatía con las audiencias.
2. Introducción a la tipología de proyectos de diseño:
 - a. La industria de diseño en Chile y el mundo.
 - b. Escenarios de desempeño profesional.
 - c. Diseño de Servicios, Productos y sistemas.
 - d. Investigando el diseño de un producto, servicio o sistema; El método de Autopsia del Producto. Milton y Rodgers.
3. Caracterización de medios y soportes de comunicación.
 - a. Medios Masivos v/s Medios Directos.
 - b. Diferencias Comunicacionales y Tecnológicas de los medios y soportes.
 - c. Criterios para la selección y evaluación de medios
 - d. Estrategias de programación de medios y soportes
 - e. Modelo P.O.E.S (Pay, Owner, Earned, Share) y Redes Sociales.
4. La presentación y comunicación de proyectos;
 - a. La comunicación Interpersonal y grupal; Enfoque desde la Ontología del Lenguaje.
 - b. La Estrategia Creativa; Concepto Central Creativo, Promesa Básica y Promesas Secundarias.
 - c. Herramientas y técnicas de presentación de proyectos.
 - i. StoryTelling.
 - ii. Brand Story.
 - iii. Pitching.
 - iv. Elevator Drawing.
5. La Propuesta de Valor y la comunicación del proyecto de diseño
 - a. Desarrollo de CANVAS de Propuesta de Valor del proyecto
 - b. Desarrollo de CANVAS de Comunicación del proyecto.
 - c. Desarrollo de piezas creativas para la comunicación de proyectos.

11. Metodología

Se ha determinado trabajar con la estrategia del aprendizaje colaborativo. A lo largo del desarrollo del curso, se aplican técnicas didácticas como:

- Presentación y uso de casos,
- trabajo en equipo y
- ejercicios de debate en aula.

Para cumplir con los objetivos trazados en cada técnica, los estudiantes deben cumplir con las actividades siguientes:

- búsqueda, análisis y síntesis de información,
- tareas individuales,
- tareas en pequeños grupos y
- discusiones grupales.

Durante la ejecución del curso se utilizará una metodología activa centrada en el alumno, combinando clases expositivas con análisis de casos. Todos los casos son específicos, ambientados en lo posible al mundo del diseño, complementado con lectura obligatoria y propuesta para cada contenido del programa. La metodología de enseñanza tiene un enfoque en procesos y estrategias de visualización de servicios, productos, y sistemas; utiliza un tipo de enseñanza abierta y colaborativa, aplicada en ejercicios sencillos y concretos que se desarrollan clase a clase y que terminan en un trabajo final más complejo con lo aprendido en cada unidad.

Los principales instrumentos de evaluación a utilizar son los siguientes:

- Rubricas para Análisis de casos / Trabajos grupales y ejercicios individuales en clases.
- Investigación aplicada.
- Pruebas Individuales.

12. Evaluación

Evaluación Diagnostica. Al inicio del curso se realizará una evaluación con el fin de establecer el nivel de dominio y las acciones remediales que deberán realizar los estudiantes acerca de aquellas competencias que deberían tener incorporadas. Durante el proceso formativo del semestre se realizarán evaluaciones formativas privilegiando la coevaluación y permitiendo retroalimentar, detectar falencias y reorientar el programa y/o las actividades lectivas si fuere necesario.

Evaluación Sumativa. Durante el semestre se realizarán las siguientes actividades de evaluación con calificaciones, las cuales tendrán la ponderación que se indica respectivamente para el cálculo de la Nota Final:

- **Ejercicios grupales en clases: (20%) cuyo detalle es**
 - **Needfinding y autopsia de Producto = 10% ponderación Nota Final.**
 - **Resolución de Caso Medios y Modelo POES = 10% ponderación Nota Final.**
- **2 pruebas Individuales (40%),** que consideran control de lectura y resolución de casos, además tendrá ítems de evaluación del tipo Verdadero o Falso y/o Selección múltiple y/o Términos pareados y/o Completar frases. **(Ponderación Prueba 1 = 20%, Prueba 2 = 20%).**
- **Trabajo Final Grupal.** Para la evaluación final del curso deberán realizar un Trabajo Final, consistente en un proyecto de comunicación de una iniciativa de diseño, este se realizará en dos sesiones con corrección y entrega de un avance y una sesión de entrega final. La ponderación será la siguiente;

Informe de avance = 10% ponderación de la nota final

Entrega final de trabajo e informe y presentación final =30% ponderación de la nota final del curso. Se entregará una Rúbrica detallada en la sesión de su inicio.

Indicadores de Logro:

- Identifica los aspectos claves y diferenciadores del producto de diseño, su propuesta de valor y su rol en el proyecto, los cuales deben ser comunicados a las audiencias pertinentes.
- Construye un mensaje, organizando los elementos conceptuales (verbales y visuales) en función del objetivo comunicacional y la población objetivo.
- Elabora un Plan de medios y soportes pertinente a la propuesta y su audiencia, donde utiliza y aplica los enfoques, herramientas e instrumentos aprendidos en el curso.
- Propone los instrumentos de evaluación de impacto y/o eficiencia del Plan y Programa de Comunicación propuesto, de los medios utilizados y de los mensajes que constituyen su propuesta.

13. Requisitos de aprobación

Promedio de notas parciales igual o superior a 4,0 (cuatro) en una escala de 1,0 a 7,0.
Asistencia mínima de 80%.

14. Bibliografía

Bibliografía obligatoria (no más de 5 textos)

Milton, Alex. y Rodgers, Paul. (2013) Métodos de investigación para el diseño de producto. España, Editorial Blume

Echeverría, Rafael. (2007). Ontología del Lenguaje. Santiago de Chile, JC Sáez Editor.

Institute of design at Stanford (2009) Guía Practica de Empatía. U.S.A. Versión en español.

Tironi, E. y Cavallo, A.(2004) “Comunicación Estratégica; Vivir en un mundo de señales”. Chile, Editorial Taurus.

Bibliografía complementaria

Eiglier, Pierre y Langeard, Eric. (2013) “Servucción el Marketing de Servicios”. España, Editorial MC Graw- Hill.

Frascara, Jorge (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Infinito.

Enrique, Ana María. (2008) “La Planificación de la Comunicación Empresarial”. España. Editorial Universitat Autonoma de Barcelona

Roig, Fernando A. (2011) “La estrategia creativa, relaciones entre concepto e idea” Argentina, Ediciones Infinito.

Lupton, Ellen (2017) Design is storytelling. New York, Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum.

Sullivan Brian. (2016) The Design Studio Method, Creative problem solving with UX Sketching. Burlington MA.

Recursos web

Más allá de *PowerPoint* o *YouTube*, 20 herramientas para crear presentaciones:

<https://www.clasesdeperiodismo.com/2014/04/23/20-herramientas-para-crear-presentaciones/>