

Curso 2024-25



Istituto Europeo di Design

Centro privado autorizado

GUÍA DOCENTE DE
Estrategia de Producto Digital

Título de Grado en
Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño

Especialidad de Diseño Gráfico

Fecha de actualización: 1 de septiembre de 2024

Título de Grado en Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.
Asignatura: Estrategia de Producto Digital

1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo	Optativa
Carácter	Teórico-práctica
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño Gráfico
Materia	Tecnología aplicada al diseño gráfico
Periodo de impartición	7º Semestre
Número de créditos	4 ECTS
Departamento	Departamento didáctico, especialidad gráfico
Prelación/ requisitos previos	Sin prelación
Idioma/s en los que se imparte	Español

2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Hernández Bartolo, Antonio	

3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Hernández Bartolo, Antonio		Todos

4. COMPETENCIAS

Competencias transversales
CT10 Liderar y gestionar grupos de trabajo.
CT3 Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza
CT13 Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
CT14 Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables.
CT6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interprofesional.

Competencias generales

CG1 Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.

CG2 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

CG9 Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad

CG10 Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial

CG7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.

Competencias específicas

CEG2 Dominar los recursos tecnológicos de la comunicación visual.

CEG12 Dominar la tecnología digital para el tratamiento de imágenes, textos y sonidos.

CEG1 Generar, desarrollar y materializar ideas, conceptos e imágenes para programas comunicativos complejos.

5. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Saber analizar las tendencias y desarrollos de la innovación en el producto digital.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en la relación mediante el contacto con los consumidores, las nuevas formas de relacionarnos, y la visión para actuar a corto y largo plazo
- Practicar la estrategia del producto digital a través de, investigación del producto, análisis de los usuarios, definición del producto, público objetivo, ejecución (ideación y diseño), calendario, presupuesto y validación de resultados.

6. CONTENIDOS

Bloque temático (en su caso)	Tema/repertorio
Bloque I. Introducción y definición de producto	Tema 1. Introducción al producto digital: Nuevas formas de relacionarnos
	Tema 2. Transformación digital: Nuevas experiencias
	Tema 3. Design thinking
	Tema 4. Definición de visión de producto

Bloque II. Investigación	Tema 5. Investigación de producto.
	Tema 6. Análisis de usuarios.
Bloque III. Desarrollo	Tema 7. Ideación.
	Tema 8. Diseño de producto.
Bloque IV. Lanzamiento	Tema 9. Validación.
	Tema 10. Seguimiento.

7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	15 horas
Actividades prácticas	22,5 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	32 horas
Realización de pruebas	2,5 horas
Horas de trabajo del estudiante	30 horas
Preparación prácticas	18 horas
Total de horas de trabajo del estudiante	120 horas

8. METODOLOGÍA

Actividades teóricas	Se utilizará principalmente la clase magistral, que consistirá fundamentalmente exposición oral de los contenidos de cada tema/sesión, respaldados por recursos informáticos y visionado de materiales (fotografías, textos, fragmentos y/o piezas audiovisuales que sirvan de soporte argumental, como ejemplos que ilustran la exposición u objetos de análisis). Durante el desarrollo de una sesión teórica, se plantearán, por tanto, preguntas o problemas relacionados con el tema expuesto, los textos comentados y los contenidos impartidos para promover y ocasionar un debate grupal en torno a las ideas de la estrategia de producto digital.
----------------------	---

Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con los ejercicios de la asignatura. Resolución y tutorización de cuestiones específicas planteadas en cada trabajo y/o proyecto.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	Sesiones de apoyo en las que, con una metodología participativa basada en el desarrollo de habilidades y herramientas de tecnología y producción de las distintas fases del proceso de diseño, poder dirigir el proyecto/ejercicios hasta su fase final. Seminarios, exposiciones, conferencias y webinars, sesiones donde se fomenta el análisis, la crítica y el debate para potenciar las herramientas en formulación de ideas, el manejo de la creatividad en el diseño y la cultural visual.

9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

Se evaluará:

- Saber analizar las tendencias y desarrollos de la innovación en el producto digital.
- Aplicar los conocimientos adquiridos en la relación mediante el contacto con los consumidores, las nuevas formas de relacionarnos, y la visión para actuar a corto y largo plazo
- Practicar la estrategia del producto digital a través de, investigación del producto, análisis de los usuarios, definición del producto, público objetivo, ejecución (ideación y diseño), calendario, presupuesto y validación de resultados.

La evaluación debe diseñarse y planificarse de manera que quede integrada dentro de las actividades formativas de enseñanza/aprendizaje.

Se propone que la evaluación del aprendizaje de los alumnos sea continua, personalizada e integradora:

- Continua en cuanto que está inmersa en el proceso de enseñanza-aprendizaje y consecuentemente no limitada por fechas o situaciones concretas.
- Personalizada, ya que ha de tener en cuenta las capacidades, destrezas y actitudes del alumno. Se prestará especial atención en cuanto a la participación del alumno en los grupos de trabajo.
- Integradora en cuanto exige tener en cuenta las capacidades generales establecidas para la etapa, a través de los objetivos de las distintas unidades temáticas y áreas.
- Se evaluarán los aprendizajes de los alumnos en relación con el logro de los objetivos educativos determinados en el currículo y asociados a los objetivos generales y específicos, tomando como referencia inmediata los criterios de evaluación establecidos para el área.

Para evaluar el proceso de aprendizaje de los alumnos es necesario:

- Evaluar la competencia curricular de los mismos (capacidades y aptitudes).
- Evaluar los factores que dificultan o facilitan un buen aprendizaje.
- Propiciar la autoevaluación y coevaluación de los propios alumnos como fuente de análisis y crítica de resultados, con el fin de permitir modificaciones de actitudes para su perfeccionamiento.
- Valorar el contexto de aprendizaje en el que se desenvuelve el alumno.

9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Participación Seminarios, exposiciones, conferencias y webinars
Actividades prácticas	Ejercicios, tareas y actividades dentro o fuera del aula Proyectos Presentaciones
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	Asistencia activa a los talleres, a seminarios, exposiciones, conferencias o webinars compartiendo las reflexiones y los conocimientos en el aula con el grupo.

9.2. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	<p>Mediante la participación se constata la disposición activa del alumno en el aula y el seguimiento progresivo que va realizando de los contenidos impartidos</p> <p>Mediante la documentación generada de la asistencia a seminarios, exposiciones, conferencias y webinars, se evalúa la capacidad del alumno para defender, discutir, exponer y argumentar los contenidos asimilados y los resultados de su aprendizaje. .</p>
Actividades prácticas	<p>Mediante los ejercicios, tareas y actividades se verifica la correcta asimilación de contenidos de cada tema y/o bloque específico de la materia.</p> <p>Con el desarrollo de un proyecto completo que incluya los principales puntos tratados durante el curso, el alumno demostrará haber asimilado el conjunto de los contenidos impartidos.</p> <p>Mediante las presentaciones, el alumno demostrará sus capacidades para defender su proyecto/trabajo y la idoneidad de las soluciones escogidas en relación con los contenidos trabajados en la asignatura.</p>
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (talleres, jornadas, seminarios)	Se valorará que el estudiante aplique los contenidos propedéuticos del aprendizaje adquirido en talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars a los trabajos y proyectos del curso.

9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

1. El sistema de evaluación a emplear en la asignatura se adapta al modelo de la evaluación continua.
2. En el sistema de evaluación continua la asistencia a clase es obligatoria y el estudiante deberá cumplir con un porcentaje de actividad con presencia del profesor, cuya estimación será del 80 %.
3. En aquellos casos en los que el estudiante no cumpla con los requisitos exigidos para la evaluación continua, se le evaluará en evaluación con pérdida de evaluación continua, presentará el/los trabajo/s solicitado/s durante el curso y una prueba específica para esta convocatoria, quedando reflejados sus correspondientes pesos relativos en el apartado 9.3.1 y 9.3.2 correspondiente de esta guía.
4. En cualquier caso, el estudiante contará con una convocatoria extraordinaria cuya estructura, instrumento de evaluación y calificación queda explicitado el apartado 9.3.3 en esta guía.
5. Para aprobar la asignatura se debe cumplir con los requisitos de la ponderación de los instrumentos de evaluación que se definen en los puntos 9.3.1, 9.3.2 y 9.3.3.

9.3.1. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Participación en debates, sesiones críticas, tutorías, correcciones, webinars ...	10%
Realización, presentación y entrega de trabajos prácticos	40%
Presentación, defensa y exposición del proyecto final.	50%
Total	100%

9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Presentación de la prueba específica para la evaluación con pérdida de evaluación continua.	20%
Realización, presentación y entrega de trabajos prácticos	30%
Presentación, defensa del proyecto final.	50%
Total	100%

9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Presentación de la prueba específica para la evaluación extraordinaria.	20%
Realización, presentación y entrega de trabajos prácticos	30%
Presentación y defensa del proyecto final.	50%
Total	100%

9.3.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

Instrumentos	Ponderación
Se determinarán en función de la discapacidad	
Total	100%

10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Semana	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	Total horas presenciales	Total horas no presenciales	
Semana 1-2	Bloque I. Introducción y definición de producto			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	2,5 horas	
		Tema 1. Introducción al producto digital: Nuevas formas de relacionarnos.		
		Tema 2. Transformación digital: Nuevas experiencias.		
		Tema 3. Design thinking		
		Todas las sesiones estarán apoyadas con ejemplos prácticos, imágenes, vídeos.		
	Sesiones críticas.			
Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura.	2.5 horas	2 horas	
Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	2 horas		

Semana 3-6	Bloque I. Introducción y definición de producto			
	Bloque II. Investigación			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	5 horas	
		Tema 4. Definición de visión de producto.		
		Tema 5. Investigación de producto.		
		Tema 6. Análisis de usuarios.		
Todas las sesiones estarán apoyadas con ejemplos prácticos, imágenes, vídeos.				
	Sesiones críticas. Sesión de ideación de la definición de visión de producto.			
Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura.	5 horas	4 horas	
Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	3 horas		

Semana 7-12	Bloque III. Desarrollo.			
	Bloque IV. Lanzamiento			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	5 horas	
		Tema 7. Ideación.		
		Tema 8. Diseño de producto.		
		Tema 9. Validación.		
		Todas las sesiones estarán apoyadas con ejemplos prácticos, imágenes, vídeos.		
		Sesiones críticas. Sesiones de ideación conjuntas.		
Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura. Preentrega	10 horas	4 horas	
Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.	3 horas		

Semana 13-14	Bloque IV. Lanzamiento			
	Actividades teóricas	Clase magistral en la que se desarrollaran los contenidos concretos de la sección:	2,5 horas	
		Tema 10. Seguimiento.		
		El docente utilizará documentos e imágenes que analizará utilizando las TICs que sean necesarias.		
	Actividades prácticas	Sesiones de seguimiento, discusión y resolución de problemas relacionados con el proyecto final de la asignatura. Presentación del proyecto	2,5 horas	8 horas
Otras actividades formativas	Asistencia y/o participación a talleres, seminarios, exposiciones, conferencias o webinars.			

Semana 15	Evaluación Convocatoria Ordinaria			
	Actividades prácticas	Evaluación Continua: Evaluación de proyectos y resultados. Evaluación con pérdida de Evaluación Continua: Evaluación de proyectos y resultados más la prueba específica	2,5 horas	
	Evaluación	Evaluación con pérdida de evaluación continúa.		

Sesión 16	Comentarios de los resultados finales			
	Evaluación	Evaluación, comentarios e información de los resultados de los proyectos y ejercicios	2,5 horas	

11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS

- Ordenador con acceso a investigación en internet
- Programa Figma para prototipar
- Herramientas de documentación como Figma Jam, Notion, Trello
- Página de recursos: www.figma.com/community
- Lecturas en Medium, webinars youtube, informes de tendencias

11.1. Bibliografía general

Título	Orchestrating Experiences Collaborative Design for Complexity
Autor	Chris Risdon & Patrick Quattlebaum
Editorial	Rosenfeld

Título	Service Design From Insight to implementation
Autor	Andy Polaine , Ben Reason & Lavrans Løvlie
Editorial	Rosenfeld

Título	Build Better Products A Modern Approach to Building Successful User-Centered Products
Autor	Laura Klein
Editorial	Rosenfeld

Título	Larga vida al design thinking
Autor	V. Janhangen
Editorial	Idean Publishing

Título	Design thinking. Lidera el presente.Crea el futuro
Autor	Manuel Serrano Ortega, Pilar Blázquez Ceballos
Editorial	Esic

Título	Design Thinking para principiantes: La innovación como factor para el éxito empresarial
Autor	Kilian Langenfeld
Editorial	Independently published