

62948 - Diseño y valor cultural

Información del Plan Docente

Año académico	2018/19
Asignatura	62948 - Diseño y valor cultural
Centro académico	110 - Escuela de Ingeniería y Arquitectura
Titulación	562 - Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto 330 - Complementos de formación Máster/Doctorado
Créditos	4.5
Curso	XX
Periodo de impartición	Semestral
Clase de asignatura	Optativa, Complementos de Formación
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

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

La asignatura pretende profundizar específicamente en el potencial de las herramientas de diseño para caracterizar y poner en valor recursos culturales, de modo que sus características sean comprensibles para el público, y de modo que se genere en el proceso aprendizaje, conocimiento, y riqueza económica y/o patrimonial. El objetivo es que al superar esta asignatura, el estudiante sea capaz de integrarse en equipos multidisciplinares en los que puede haber especialistas en historia, arquitectura, técnicas de imprenta, brigadas de montaje, representantes institucionales, etc. aportando conocimientos característicos de la actividad de diseño industrial como son la gestión de proyectos, la resolución de aspectos técnicos de diversa índole, la creatividad en todas las fases de trabajo y el desarrollo de estrategias de comunicación a diferentes públicos, desde una perspectiva holística y diversa. La asignatura también persigue que en el contexto de otros proyectos de diseño el estudiante sea capaz de incorporar los conocimientos aportados en la misma.

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

El ámbito específico de trabajo en que se profundiza en la asignatura supone un valioso nicho de empleo en el que profesionales del diseño de producto pueden aportar conocimientos, herramientas y métodos de trabajo, por lo que resulta oportuno que este contenido se desarrolle en una asignatura optativa de máster.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Para cursar esta asignatura es muy recomendable tener conocimientos de principios de historia y estética aplicados al ámbito de diseño de producto, diseño gráfico e identidad e imagen corporativa, así como experiencia en diversas metodologías generales de diseño de producto.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

62948 - Diseño y valor cultural

Según la memoria de verificación del título, esta asignatura pertenece al bloque de Aspectos semánticos e instrumentales de la ingeniería de diseño de producto, en el que en conjunto se desarrollan las siguientes competencias:

BÁSICAS Y GENERALES

CG1 - Capacidad de aglutinar las exigencias de investigación, desarrollo e innovación dirigidos al diseño y desarrollo de productos en ámbitos relevantes de la actividad económica, industrial, profesional y académica.

CB6 - Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

CB7 - Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

CB8 - Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios

CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades

CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

ESPECÍFICAS

CE4 - Capacidad de 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.

CE5 - Capacidad 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 provoca en sus usuarios.

CE6 - Capacidad para 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.

CE10 - Capacidad para integrar diversos conocimientos técnicos en el contexto de una perspectiva holística del producto.

CE13 - Conocimiento de tecnologías expositivas innovadoras para investigar y desarrollar recursos visuales interactivos

62948 - Diseño y valor cultural

sobre
soportes hipermedia orientados al diseño de productos o servicios complejos, optimizando plataforma y recursos en función de la audiencia o receptor.

En mayor detalle, en esta asignatura dichas competencias se alcanzan mediante la consecución de los siguientes objetivos:

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

- Aglutinar las exigencias de investigación, desarrollo e innovación dirigidos al diseño y desarrollo de productos en ámbitos relevantes de la actividad económica, industrial, profesional y académica.
- Integrar diversos conocimientos técnicos en el contexto de una perspectiva holística del producto.

2.2.Resultados de aprendizaje

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

- Conoce el concepto de patrimonio cultural y sus valores, y es capaz de comunicarlos al conjunto de la sociedad.
- Sabe planificar, gestionar, desarrollar y ejecutar proyectos en contextos de museografía, centros de interpretación, parques culturales, identidad comunitaria, eventos temporales, entre otros.
- Sabe analizar e interpretar contenidos vinculados a un patrimonio cultural, y es capaz de transmitirlos a terceros mediante una variedad de recursos expositivos y/o gráficos.

2.3.Importancia de los resultados de aprendizaje

El valor cultural del producto es un recurso evidente a tener en cuenta en cualquier proyecto de diseño. Pero el ámbito específico de trabajo en que se profundiza en la asignatura supone un valioso nicho de empleo en el que profesionales del diseño de producto pueden aportar conocimientos, herramientas y métodos de trabajo.

3.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

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

- 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.

4. Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1. 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.

4.2. Actividades de aprendizaje

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

La asignatura es de 4,5 créditos, lo que equivale a 112,5 horas de trabajo del estudiante, asignadas de la siguiente manera:

- Clase teórica, resolución de problemas y casos 20 horas
- Prácticas 25 horas
- Trabajos de aplicación o investigación prácticos 55 horas
- Tutela personalizada profesor-alumno 2,5 horas
- Estudio de teoría 6 horas
- Pruebas de evaluación 4 horas

4.3. Programa

La asignatura trabaja los siguientes contenidos:

- Definición y caracterización del concepto de patrimonio cultural como recurso cultural, turístico y económico, y análisis de sus valores según diferentes tipos (histórico, artístico, etnográfico, industrial, natural, entre otros).
- Definición y caracterización de diferentes modelos para la explotación cultural y turística del patrimonio como museo, centro de interpretación, parque cultural, exposición, ruta cultural.
- Definición y caracterización de los conceptos de difusión, comunicación, interpretación, y puesta en valor, en el contexto de la asignatura.
- Recursos de diseño aplicables a los diferentes modelos de difusión, interpretación y comunicación.
- Características específicas del trabajo con clientes / colaboradores / proveedores en el ámbito de la asignatura.

62948 - Diseño y valor cultural

Los alumnos desarrollarán además los siguientes ejercicios:

1. Trabajo de análisis de casos.
2. Realización de uno o varios proyectos.

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

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

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

A través de un programa de clases teóricas magistrales, complementado con la presentación de casos y el análisis en el grupo de trabajo. 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 trabajo en el ámbito de la asignatura. Los alumnos desarrollarán además diferentes ejercicios prácticos.

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

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

- Colbert, F . Marketing de las Artes y la Cultura / F.Colbert, M.Cuadrado Ariel Patrimonio, 2003.
- Hill, L . Creative Arts Marketing / L.Hill, C.O'Sullivan, T.O'Sullivan Butterworth, 2003.
- Rico, Juan Carlos. ¿Por qué no vienen a los museos? : historia de un fracaso / Juan Carlos Rico Madrid : Sílex, D.L. 2002.
- Thackara, John. In the bubble : designing in a complex world / John Thackara. - 1st ed. Cambridge, Massachusetts : MIT Press, 2006.