

62948 - Diseño y valor cultural

Información del Plan Docente

Año académico: 2022/23

Asignatura: 62948 - Diseño y valor cultural

Centro académico: 110 - Escuela de Ingeniería y Arquitectura

Titulación: 330 - Complementos de formación Máster/Doctorado
562 - Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto

Créditos: 4.5

Curso: 330 - Complementos de formación Máster/Doctorado: XX
562 - Máster Universitario en Ingeniería de Diseño de Producto: 1

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: 562 - Optativa

330 - Complementos de Formación

Materia:

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 se genere en el proceso aprendizaje, conocimiento, y riqueza económica y/o patrimonial. Al finalizar esta asignatura del alumnado será capaz de realizar un proyecto expositivo teniendo en cuenta la experiencia del visitante, la narrativa adecuada a los contenidos y la distribución del espacio y también que el alumnado 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.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con algunos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, ODS, de la Agenda 2030 (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>) y determinadas metas concretas, de tal manera que la adquisición de los resultados de aprendizaje de la asignatura proporciona capacitación y competencia al estudiante para contribuir en cierta medida a su logro:

Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todo

Meta 8.9 De aquí a 2030, elaborar y poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Meta 12.b Elaborar y aplicar instrumentos para vigilar los efectos en el desarrollo sostenible, a fin de lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

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.

En la asignatura realizamos varias visitas a instituciones culturales y colaboramos con un amplio grupo de perfiles profesionales con los que coincidiera el estudiantado en su futuro profesional.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Para cursar esta asignatura no se requiere conocimiento previo aunque 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. La asignatura esta recomendada al alumnado interesado en desarrollo de productos culturales especialmente relacionados con desarrollo de exposiciones itinerantes u otros eventos destinados a gran público.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

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 el alumnado sepa 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 el alumnado sea capaz 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 el alumnado sepa 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 el alumnado posea 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 sobre soportes hipermedia orientados al diseño de productos o servicios complejos, optimizando plataforma y recursos en función de la audiencia o receptor.

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.
- Integrar la perspectiva de género en los productos y servicios culturales

2.2. Resultados de aprendizaje

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

-realización de un proyecto de diseño de servicio o producto cultural que integre la investigación teórica con el desarrollo práctico. En la nota final el peso de la parte teórica será de 30% y la parte práctica de 70%.

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. El alumnado deberá ser capaz posteriormente de aplicar los conocimientos obtenidos al análisis de casos existentes y en el desarrollo de proyectos de diseño de producto o servicio.

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.

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 alumnado para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes

actividades:

clases teóricas magistrales, complementadas 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 ~~de~~ un trabajo práctico relacionado con diseño de producto o servicio cultural. Dicho trabajo se podrá realizar de manera individual o en grupo.

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

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

<http://psfunizar10.unizar.es/br13/egAsignaturas.php?codigo=62948>