

62942 - Diseño y contexto social

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 62942 - Diseño y contexto social

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: 6.0

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

Periodo de impartición: Primer semestre

Clase de asignatura: 562 - Obligatoria

330 - Complementos de Formación

Materia:

1. Información básica de la asignatura

La asignatura profundiza en el análisis del rol que desempeñan los productos como agente social desde diferentes perspectivas y métodos de trabajo basados en la sociología, etnografía y antropología aplicados al diseño de producto. El éxito de un producto en el mercado está ampliamente condicionado por su capacidad de vincularse a un contexto social determinado. Al mismo tiempo la asignatura potencia el espíritu crítico de los estudiantes respecto de las implicaciones sociales derivadas de su actividad profesional.

El conocimiento de la relación entre el producto y el resto de agentes sociales e individuos de una comunidad constituye la base del Diseño Social o Social Design, un campo cada vez más extendido y con mayor potencial de demanda para profesionales del diseño. Permite desarrollar de mejor modo el enfoque tradicional de proyectos hacia la industria y responder a la demanda de responsabilidad desde la profesión dando respuesta a una sociedad en cambio, desde una postura que puede llegar al activismo.

La asignatura se relaciona así con la mayoría de ODS. Además, es punto de control para la competencia transversal del Trabajo en Equipo.

2. Resultados de aprendizaje

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. Finalmente, desde la óptica del diseño social las metodologías de diseño pueden ser un motor de mejora y desarrollo comunitario.

El estudiantado, superando esta asignatura, podrá comprobar que:

- 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.
- Es capaz de desarrollar estas tareas tanto de manera independiente como en el seno de un equipo de trabajo.

3. Programa de la asignatura

La asignatura trabaja sus contenidos 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.

4. Actividades académicas

Cada bloque de la asignatura tiene un método de 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 desde una perspectiva de diseño social.

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

5. Sistema de evaluación

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

- 60% trabajos prácticos, que pueden ser exclusivos de la asignatura o desarrollados en colaboración con otras asignaturas.
- 40% Evaluación teórica, por medio de pruebas escritas (examen o trabajos teóricos de evaluación continuada).

En los diferentes entregables se indicarán tareas para su desarrollo por medio de trabajo individual y tareas para su desarrollo por medio de trabajo en equipo.

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.