PROGRAMA SINTÉTICO

TALLER DE SINTESIS VIII DE DISEÑO INDUSTRIAL

Fecha de elaboración:	5 de junio de 2013
Elaboró:	De la Mora, Madrigal, Ortega, Rivera, Uresti.
Revisó:	Olivia Infante

DATOS BÁSICOS

Semestre	Horas de teoría	Horas de práctica	Horas trabajo adicional estudiante	Créditos
VIII	0	6	3	9

Objetivos generales	Comunicar de manera integral la especificación del proyecto abarcando desde el proceso de diseño hasta el desarrollo del producto y su comercialización, enfatizando en la descripción de cada una de las etapas implicadas en el proyecto de diseño industrial.

Temario

Unidades	Contenidos
1 El contexto, el usuario y sus necesidades	a) Análisis de contexto y escenarios b) Análisis de actividades y costumbres c) Análisis de la competencia de productos industriales d) Identificación de oportunidades de diseño.
2. La comunicación técnica en la producción del objeto.	a) Normativa y marco referencial para la especificación de la producción b) Terminología de adecuación entre el diseño y la ingeniería del producto. c) Normas de calidad e impacto ambiental en la toma de decisiones sobre la producción. d) Plan de producción y costos de inversión.
3. La comunicación y los destinatarios.	a) Factores de comunicación para el proyecto de diseño industrial b) Promoción y cualidades del objeto de diseño c) Aspectos del diseño a observar desde la visión del empresario y/o gerente de producción. d) La presentación comercial del producto de diseño industrial y sus costos finales

Métodos y prácticas	Métodos		El docente diseñará y expondrá las temáticas con base al aprendizaje basado en problemas, orientado a proyectos. Inducirá al alumno al trabajo colaborativo. Facilitará la experimentación para la materialización del proyecto Coadyuvará en el seguimiento de bitácoras para el desarrollo de la solución técnica del producto Desarrollará criterios de evaluación para la toma de decisiones sobre el sistema de producción. Presenta las condiciones de distintos escenarios para la distribución y comercialización del producto. Elabora en conjunto con el alumno los criterios del mercado que influyen en las cualidades del producto Organiza sesiones para dialogar sobre los resultados de encuestas al mercado Observa y aporta juicios sobre la pertinencia del producto con respecto al destinatario.
	Prácticas		Análisis de las causas y consecuencias de las actividades humanas en el contexto. Identificar hábitos y costumbres y posibles problemáticas de usabilidad. Análisis del producto y detección de carencias. Identificación del producto, sector, o necesidad a atender, de acuerdo a su potencial. Presentación ante el grupo de la investigación realizada. Desarrollo del plan de investigación complementaria para identificar las posibles aportaciones desde el diseño. Presenta al grupo el concepto de diseño. El grupo analiza las diferentes propuestas conceptuales. Desarrolla de forma exhaustiva el programa de requerimientos. Desarrolla alternativas generales y parciales. Selecciona y determina los criterios de evaluación. Valora las alternativas. Desarrolla modelos de las principales alternativas. Desarrolla un programa de pruebas para determinar la solución técnica del producto. Elabora planos productivos y determina las características de los materiales. Presenta los modelos a un grupo de usuarios para su validación Incorpora la opinión del posible usuario, fabricante y distribuidor,(distintas audiencias) en la selección de diseño. Elabora el prototipo, o su correspondiente seriación. Establece la estrategia para la presentación del proyecto académico. Establece la estrategia para la presentación del producto en el contexto comercial. Participa en la venta del producto y el registro de resultados.
Mecanismos y procedimientos de evaluación	Exámenes parciales	1º	Detección y especificación de las oportunidades de diseño y análisis de la necesidad. 33%
		2°	Experimentación y propuestas de diseño para la especificación productiva. 33%

		3°	Demuestra sus criterios para tomar decisiones. Argumenta sus soluciones con datos de la investigación. Promueve cambios para mejorar el avance del proyecto. 34%
	Examen ordinario	La calificación ordinaria será la suma de las calificaciones de las 3 unidades. 1ª unidad 33%, 2ª unidad 33% 3ª unidad 34%)	
Bibliografía básica de referencia			

Leiro, Reinaldo J. (2010). Diseño estrategia y gestión. Argentina: Infinito
Morris, Richard. (1987). Fundamento del diseño de productos. Barcelona: Parramón Arquitectura y Diseño
Rodríguez, Luis. (1994). Diseño, estrategia y táctica. México, DF: Siglo XXI Diseño y comunicación
Cross. (1997). Métodos de diseño. Estrategias para el diseño de productos. México, DF: Limusa Wiley.
Alcaraz , R. (1997). El emprendedor de éxito. México, DF: McGraw Hill
Ibañez, J.(2000). La Gestión del Diseño en la Empresa. Madrid: McGraw-Hill.
PROMICO. (s.f.). Evaluación de Proyectos. México: Nacional Financiera.
Urbina, G. V. (2000). Evaluación de Proyectos. México: McGraw Hill.