



PROGRAMA ANALÍTICO

1. DATOS GENERALES DE LA ACTIVIDAD CURRICULAR

ASIGNATURA: ANALISIS DE PRODUCTOS

- Plan de estudios: 2018
- Carga horaria total: 60 Hs
- Carga horaria semanal: 2 hs
- Duración del dictado: Anual
- Turnos: Noche
- Tipo de promoción: Directa

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

CICLO SUPERIOR DE GRADO (CSG) NIVEL 1

2. OBJETIVOS

Generales

- Introducir al estudiante en la dimensión del diseño y sus alcances como disciplina a partir del abordaje metodológico del diseño. Tomar conciencia de la dimensión complejidad y alcances del campo proyectual desde el primer nivel.
- Interpelar el posicionamiento del estudiante como planificador de un proceso integral frente a problemas proyectuales y de diseño desde el primer nivel, buscando la conformación de un espacio de diálogo entre el saber científico y la exteriorización del conocimiento tácito.

Particulares

- Introducir al estudiante en la metodología proyectual reconociendo sus diferentes etapas enfocando en la investigación y análisis como punto de partida y principal motor del desarrollo proyectual
- Reconocer la dimensión del producto, y las variables de diseño: forma, función, tecnología y nociones de contexto y usuario.
- Proporcionar recursos teóricos, metodológicos, y de oficio
- Obtener y procesar información abordada de modo conceptual, empírico y analítico.
- Ejercitar la síntesis y la interpretación de casos
- Fomentar la construcción de tipologías formas de clasificación, unidades de análisis y sus variables para ampliar la creatividad en el proceso de investigación y desarrollo de ideas.
- Proponer instrumentos de **visualización** de etapas metodológicas (metódicas proyectuales).

3. CONTENIDOS



Unidad Temática 1: El objeto como caso.

Lectura de producto, y Casuística, construcción de unidades de análisis y variables. Tipología del objeto: Función, Forma y Tecnología. Noción de sistema producto. Cultura del objeto: usuario, contexto y universos simbólicos. Definiciones

Unidad temática 2: Prácticas de diseño y contexto.

El sistema de valores. El diseño como practica cultural. Reconocimiento y Análisis de las relaciones usuario-producto-contexto.

Unidad temática 3: Análisis e investigación

Metodologías de análisis analítica, empírica y conceptual. (Análisis contextual e historiográfico, Análisis tecnológico relacional y topológico. Análisis operativo funcional -mapa de usuarios, descripción de contextos- Análisis formal-comunicacional, Análisis paradigmático y comparativo en función de las variables de diseño. Análisis de mercado, investigación de marcas, investigación de comportamiento del público)

Unidad temática 4: La noción de síntesis como concepto de hipótesis y programa proyectual.

Unidad temática 5: Enfoques y metodologías para la intervención del diseño. Generación del concepto. (brainstorming, lista de atributos, pensamiento analógico, pensamiento lateral, mapas conceptuales).

Unidad temática 6: Diseño y fabricación. (Metodologías de testeo y verificación, criterios de selección de materiales, procesos)

Unidad temática 7: Marketing y venta. (El consumo de diseño, diseño como marca, el diseñador como marca, el diseño como lenguaje de marca, el packaging)

Unidad temática 8: Tópicos y aspectos contemporáneos del diseño (fronteras tecnológicas y desmaterialización del objeto, nuevos horizontes de materialización, las TICs, las nano, lo bio, la fabricación digital.

Unidad temática 9: Instrumentos de visualización y representación en el proceso de diseño. Las metódicas: Boceto, renders, dibujo técnico, maquetas de estudios, comunicación

Modalidad de Enseñanza:

Se propone un tratamiento hermenéutico de la información que permite mediante clases teórico-prácticas la comprensión de herramientas metodológicas y sus funciones en el proceso proyectual con sus demandas.

Para ello se desarrollan trabajos prácticos con etapas de elaboración en clase (con calificación conceptual) y presentación final (con calificación numérica).

Estos abordaran a lo largo de un ciclo de formación de un año con clases semanales de 2 horas una primera aproximación al diseño de productos desde diferentes perspectivas:

- **Desde el objeto.** Como caso que mantiene la discusión centrada en los factores tecnológicos, funcionales, formales, contextuales y comunicacionales.
- **Desde las prácticas.** Como caso que en torno a un tema pone a prueba el sistema de creencias para explorar nuevos modos de abordaje en escenarios emergentes.
- **Desde el campo disciplinar.** Como proceso anual que documenta el proceso de descubrimiento y reconocimiento del sistema diseño

La modalidad de los mismos combina instancias individuales y grupales.

Modalidad de Evaluación:

El criterio de evaluación referido a la promoción de la asignatura contempla el régimen de promoción directa, y se define teniendo en cuenta:



- Los trabajos prácticos realizados.
- El proceso de evolución del estudiante y la solidez de los conocimientos conceptuales plasmados en el desarrollo de los trabajos prácticos.

El criterio de evaluación de cada trabajo se determinará en relación al nivel correspondiente a esa etapa del aprendizaje y estará referido a los siguientes parámetros:

- Capacidad desarrollada por el alumno de comprender las distintas variables del diseño de productos. Profundidad y comprensión de cada nivel.
- Comprensión del problema a resolver a través de la capacidad de inferir conclusiones.
- Calidad del trabajo de los estudiantes.
- Calidad del proceso llevado a cabo y grado de desarrollo de los trabajos.
- Calidad de la comunicación del trabajo (tanto gráfica como su comunicación oral y escrita).

La materia se aprueba con los trabajos prácticos bajo el régimen de Promoción directa.

Bibliografía:

- Aicher, Otl *El mundo como proyecto*. G. Gili Barcelona 1994
- Blanco, Ricardo *Notas sobre diseño Industrial*. Nobuko ediciones Bs. As. 2007
- Bonsiepe, Gui. *Diseño Industrial. Artefacto y proyecto*. AC. Editor España 1975
- Teoría y práctica del diseño Industrial* Ed. G. Gilli. Barcelona 1978 - *Del objeto a la interfase*. Ediciones Infinito Argentina 1999
- Breyer, G., Doberti, R. y Pando H. *Bases conceptuales del Diseño*. Ediciones de la FADU - Argentina 2000
- Bürdek, B. *Diseño* G. Gili - Barcelona 1994
- Cross, Nigel *Métodos de diseño*. Limusa Noriega editores Méjico - 1999
- Chiaponi, Medardo *Cultura social del producto. Nuevas fronteras para el diseño industrial*. Ediciones Infinito. Buenos Aires 1999
- Gay, Aquiles, *Análisis de Productos*. Apuntes de catedra.
- Jones, Christopher. *Métodos de diseño*. GG Barcelona 1978
- Llovet, Jordi. *Ideología y utopía del diseño* G. Gili. Barcelona 1987
- Munari, Bruno. *Cómo nacen los Objetos*. Apuntes para una metodología proyectual. 1983. Ed. Gustavo Gilli.
- Manzini, Ezio. *Artefactos*. Experimenta Ediciones. Madrid 1992
- Samaja, Juan *Epistemología y metodología*. Elementos para una teoría de la investigación científica” Eudeba. Buenos Aires. 2005.
- Proceso, Diseño y Proyecto en investigación científica*. JVE Ediciones. Buenos Aires 2004
- VVAA (Bonsiepe, De Ponti, Fernandez, Gaudio Mangioni) *diseño 2004: investigación, industria, país, utopías, historia*. 5 documentos plus. Edición Nodal - La Plata, 2004