



Universidad de Buenos Aires
Facultad de Arquitectura,
Diseño y Urbanismo



Carrera de Diseño Industrial
Materia: Análisis de Producto
Programa correspondiente al período académico
Cátedra Prof. Regular Dr. Mario Mariño .

Arq. RICARDO BLANCO
DIRECTOR
AREA DE PROYECTO OBJETUAL

CONCEPCIÓN DE LA MATERIA

Dentro del contexto de la Carrera, Análisis de Producto ha sido concebida como una materia en la cual el objetivo básico es poner al alumno en contacto con productos de última generación existentes en el mercado, cuya exégesis se traduce en una práctica profesional anticipada. La ventaja relativa es que la misma se da dentro del ámbito del taller y no dentro del rigor de las leyes del mercado.

Esta concepción surge de visualizar la realidad industrial en la cual deberán insertarse los futuros diseñadores.

Esta realidad demuestra que es necesario desarrollar en el alumno una metodología de análisis que lo prepare para explorar el producto diseñado, o sistemas de productos en forma sistemática.

Esta aproximación rigurosa no sólo le facilitará sortear exitosamente los cotidianos exámenes a los que se ve sometido el diseñador en la praxis profesional, a través de su pasaje por los distintos estamentos técnicos que componen una moderna industria, sino que al insertarse esta metodología de análisis en el cuarto curso, momento en que el alumno ha adquirido una cierta madurez le permitirá, sin limitar su creatividad tener absolutamente presentes en el acto proyectual todas las etapas de análisis a las que si el proceso fuese inverso, sería sometido el producto por el diseñador.

Este enfoque le ayuda a crear una capacidad de ajuste proyectual, a través de la identificación de áreas de conflicto existentes o potenciales.

Su concepción didáctica lo define como taller, el cual será el ámbito natural de transferencia de información y de la metodología de análisis.

Será misión fundamental de la cátedra en definitiva, crear el método adecuado para que el alumno al final del curso haya adquirido los instrumentos de conocimiento conceptual y operacional de análisis de producto.

OBJETIVOS

- Desarrollar en el alumno un pensamiento crítico y de análisis referido al universo de productos.
- Anteponer la racionalidad en el análisis a la actitud puramente emocional.
- Crear los mecanismos para reconocer la interrelación entre los componentes con el fin de facilitar la comprensión del concepto de sistema, aceptación esta fundamental para una interpretación general de la problemática de diseño.

- Tener en cuenta dentro de la metodología de análisis la identificación de las variables formales, funcionales, ergonómicas y aquellas referidas exclusivamente a procesos tecnológicos.

- Quitar a través del ejercicio intensivo del análisis, el temor a enfrentarse a productos de complejidad media y alta como si fuesen cajas negras.

CONTENIDOS

Se ha conformado una metodología que está estructurada a través de la interrelación de las diferentes variables que componen la línea de análisis, la cual establece una secuencia lógica de etapas. Tratando en todos los casos que quede explicitada la interdependencia de una etapa de análisis con la otra.

El eje teórico se sitúa alrededor del **análisis funcional** y del **análisis estructural**, siendo este último por su complejidad el que requerirá un mayor esfuerzo pedagógico, para que este se transforme en un verdadero instrumento de comprensión que permita medir la complejidad de un objeto.

Con referencia al **análisis formal**, se estimula a que el alumno utilice lo aprendido en otras materias de la carrera en las cuales lo morfológico es el sujeto teórico por excelencia. En forma complementaria a esta aproximación los alumnos desarrollan una metodología de análisis formal basada en la teoría de la percepción.

Para estructurar una secuencia lógica de incorporación de los distintos tipos de análisis, se divide el curso en cinco unidades de complejidad creciente, referidas éstas a:

- Objetos de uso personal.
- Objetos electrodomésticos.
- Transportes.
- Sistemas biónicos.
- Introducción a la investigación de productos complejos.

INSTRUMENTACIÓN

La instrumentación se hará a través de ejemplos de productos de última generación existentes en el mercado, tratando de que en la mayoría de los casos el alumno trabaje en el taller con el producto sujeto a análisis, a fin de evitar un contacto con la realidad meramente discursivo.

Unidad 1

Objetos de uso personal

Análisis de una afeitadora eléctrica, como ejemplo de diseño donde se aplican componentes surgidos de la tecnología micromecánica.

Análisis de la afeitadora a través del:

Análisis estructural

Análisis ergonómico

Análisis de los materiales utilizados

Unidad 2

Objetos electrodomésticos

Definición de objeto, familia y sistema de productos.

Análisis de una plancha.

Análisis a través de:

Análisis funcional

Análisis estructural

Análisis formal

Análisis ergonómico

Análisis de los materiales utilizados

Análisis de algunos herramientas utilizadas en el proceso de fabricación.

Análisis destinado a la identificación de áreas con probabilidad de problemas críticos.

Análisis de la información de marketing dirigida a : rediseño de áreas críticas, cambios de ingeniería, mejoras generales del producto, análisis del packaging del producto.

Unidad 3

Transportes

Análisis de distintos sistemas de transporte terrestre.

Análisis del puesto de comando de un vehículo automotor, poniendo énfasis dada la complejidad del área a analizar en el:

Análisis ergonómico

Análisis estructural

Análisis formal dirigido a la determinación de las superficies principales, su descomposición en curvas y la determinación de posibles inconsistencias formales en zonas críticas.

Análisis del herramental de los componentes principales.

Unidad 4
Biónica

Introducción a la ciencia biónica, campos de aplicación, análisis de diferentes modelos. Ejercicio con un modelo biónico, mecánico a control remoto.

Unidad 5
Introducción a la investigación de productos complejos

Esta unidad está destinada a poner a los alumnos en contacto con la metodología empleada en la investigación de productos en desarrollo en el Centro de Investigación en Diseño Industrial de Productos Complejos de la FADU UBA.

Las clases serán teóricas y en las mismas se expondrá la metodología instrumental utilizada en los distintos proyectos.

Del espectro de productos se seleccionarán aquellos particularmente relacionados con el desarrollo de productos mecatrónicos.

La importancia de este módulo es introducir a los alumnos en el rigor conceptual del método científico y al mismo tiempo estimular la curiosidad por la investigación, apéndice natural de toda disciplina de la que el diseño industrial no está ajeno.

Estas unidades tienden a que el alumno con la guía de un diseñador experimentado, en este caso el docente, internalice lo aprendido transformándolo en un instrumento de análisis de la realidad objetiva.

MÉTODO DIDÁCTICO

Para el logro de los objetivos propuestos y el desarrollo de los contenidos, la Cátedra dispone de:

a) Trabajos prácticos

Será la actividad didáctica fundamental a través de la cual se hará la transferencia de la metodología de análisis.

Se trabajará con ejemplos existentes en el mercado, tanto de producción nacional como extranjera, apuntando siempre a productos de última generación.

La presentación gráfica necesaria para la explicitación de las distintas etapas de análisis deberá ser hecha con el máximo de profesionalismo, dándose particular importancia a los *renderings* y a las presentaciones de carácter técnico, las cuales deberán ajustarse a Normas.

Los productos al igual que los tiempos de resolución serán seleccionados y pautados al inicio de cada trabajo.

b) Clases teóricas

Serán el soporte de la metodología de análisis a impartir durante el desarrollo del curso. Para la exposición de las mismas se utilizarán medios gráficos y técnicas multimedia al alcance de la cátedra. Se tratarán temas que amplíen los conocimientos para la resolución de los trabajos, a través del desarrollo y la ampliación de información normalmente no tratada en la bibliografía de uso habitual.

c) Conferencias

Tanto los docentes como otras personas vinculadas al quehacer del diseño industrial serán invitados a presentar sus trabajos, proponiendo el debate y la participación activa de los alumnos con los profesionales invitados.

d) Bibliografía

La cátedra sugerirá la bibliografía necesaria para profundizar los temas planteados a través de:

- Libros existentes
- Traducciones realizadas por la cátedra
- Información teórica producida por la cátedra
- Fichas de cátedra con análisis de productos

e) Reglamento

Asistencia: 75% del total de las clases

Los trabajos prácticos serán de carácter obligatorio y se deberán cursar en su totalidad y en forma completa con la entrega en la fecha estipulada.

La no entrega en fecha será causal de perder la regularidad en el cursado de la materia.

UNIDAD 6: Relacion Sistema Empresa - Sistema Consumidor.

- * Objetivo del beneficio máximo
- * Enfoque de la orientación al mercado
- * Criterio de optimización
- * Competencia multidimensional
- * Relacion Oferta-Demanda
- * Modelo simplificado, hipótesis de trabajo
- * Demanda primaria potencial
 - * Tipo de búsqueda primaria
 - * La Unidad Perceptual
 - * Ventajas diferenciales
 - * La Unidad Perceptual Optima
 - * Presión estratégica de una marca
 - * Grado de compatibilización
 - * Índice de Invulnerabilidad
 - * Motivación-Aceptación -Lealtad

Consideraciones Adicionales.

UNIDAD 7: Las Investigaciones de Mercado.

- * Clasificación
- * Usos
- * Metodologías

UNIDAD 8: Marketing & Diseño.

¿Qué es un Producto?

- * Producto básico, real y aumentado.

Diseño, Marketing y Empresa.

Packaging, un aviso en la góndola.

Fijación de precios de los productos: consideraciones y enfoques:

- * Factores a considerar en la fijación de precios.
- * Enfoques generales en la fijación de precios.

Marketing y Diseño.

Promoción de productos: comunicación y estrategias:

- * Pasos para el desarrollo de la comunicación eficaz.