

PROJECTE INTEGRAL PRODUCTE (G4P15)

Tipus: Optativa

Crèdits: 6

Curs: Quart

Àrea: Disseny

Trimestre: 1r

Descripció

L'assignatura Projecte Integral es considera la continuïtat de l'experiència projectual de tercer curs, el moment de maduració i de síntesi dins de la professió de dissenyador i la conclusió i posada en pràctica de les assignatures de gestió (Gestió a l'empresa i Gestió de disseny) impartides al curs anterior. En aquest sentit, l'assignatura és específica per a cada orientació dels estudis –Gràfic interacció, Producte i entorn, Espai– però comparteix els mateixos continguts i la mateixa metodologia aplicats als diferents àmbits del disseny.

Objectius

- Fusionar i entendre la globalitat del projecte, des dels aspectes formals i estètics fins als aspectes estratègics, econòmics, financers i de mercat en una sola unitat.
 - Incorporar al projecte els coneixements de gestió rebuts perquè sigui al més versemblant possible.
 - Integrar els aspectes esmentats en l'avaluació de l'exercici, tal com succeeix a la realitat.
- L'alumne ha de ser capaç d'oferir una resposta global a les necessitats d'un problema i d'un usuari concrets en un projecte integral.

Continguts

Estracten els punts següents, que s'adaptin al que cada professor fixi com a tema del projecte en cada cas:

- Antecedents:
 - El client: missió, visió, cultura, organització, interlocutors, estratègia
 - El sector: composició, volum, quotes de mercat
 - La conjuntura: variables a tenir en compte, previsions
- L'encàrrec:
 - El *portfolio* de productes de l'empresa: diversificació o especialització, recursos dedicats, anàlisi del cicle de vida del producte i etapa en què es troba
 - El producte (bé o servei) i les necessitats que cobreix: característiques tècniques, materials, procés de producció, usuari actual, usuari potencial
 - El *target*: definició del destinatari
 - La competència: anàlisi comparativa

- Les limitacions del client: inversions, materials i processos seleccionats / descartats...
- El projecte:
 - Els condicionants del contracte
 - Els temps: calendari d'execució dels treballs
 - Els recursos: econòmics i materials
 - L'equip: selecció dels membres i assignació de tasques
- La realització del projecte
 - La recerca d'antecedents
 - Els estudis d'usuari: un procés multidisciplinari aplicat des del disseny
 - Les tècniques d'innovació: com aprofitar les metodologies per innovar
 - La definició d'una estratègia de producte
 - L'estudi econòmic del projecte
 - El *naming*: l'intervenció del dissenyador
 - Els tests d'usuari: qui els fa i com els fa, la responsabilitat del dissenyador en les modificacions del projecte
- El disseny
- La presentació del projecte. La preparació del material: el disseny gràfic de la peça, material a lliurar i material a ensenyar
- La mesura del resultat:
 - Mesures financeres: increment de marges, increment de vendes, augment de beneficis
 - Mesures no financeres: satisfacció dels empleats, increment de quota de mercat, fidelització de clients, increment de la notorietat de la marca
 - Els instruments de seguiment i control: control de costos, xifra de vendes, enquestes
 - Clàusules del contracte versus resultats

Activitats docents i d'aprenentatge

Model docent:

- Les classes són de tipus teòric-pràctic i consisteixen en explicació, tutoria i correcció, convenientment estructurades a partir del tema proposat com a exercici.

Activitats d'aprenentatge:

- Desenvolupament d'un projecte complet i integral amb les representacions gràfiques o maquetes necessàries per a la seva explicació, amb el nivell de detall que fixi el professor en cada cas.

Avaluació

L'avaluació es farà a partir del projecte acompanyat de la memòria i/o de les presentacions fetes a classe.

La memòria recollirà tots els components del projecte que tenen a veure amb les consideracions de mercat i de gestió que s'hagin tingut en compte a l'hora de projectar, segons les especificacions demanades pel professor en cada cas.

Criteris:

- Capacitat de gestió del projecte.
- Qualitat en la integració dels diferents conceptes dins el projecte.
- Coneixement de les eines i tecnologies específiques de la disciplina.

Bibliografia

Bruce, Margaret; Bessant, John. *Design in Business*. Harlow, Prentice Hall, 2002.

Bruce, Margaret; Cooper, R. *Marketing and Design Management*. Londres, International Thomson Business Press, 1997.

Chías, Josep Maria. *El mercado son personas*. Madrid, McGraw Hill, 1991.

Design Management Journal, Boston, Design Management Institute, 1990.

Montaña, Jordi. *Diseño y estrategia de producto*. Barcelona, Fundació BCD, 1985.

Montaña, Jordi. *Marketing de nuevos productos: diseño, desarrollo y lanzamiento*. Barcelona, Hispano Europea, 1990.

Phillips Peter L. *Creating the perfect design brief*. Nova York: Allworth Press, 2004.

Ridderstrale, Jonas. *Funky business: el talento mueve el capital*. Mèxic: Pearson Educación, 2000.

Roy, Robin; Riedel, Johan. *The role of design and innovation in product*. Londres: Design Council, 1996.

Thackara John. *Winners! How today's successful companies innovate by design*. Aldershot: Gower, 1997.