

Programa de Asignatura
IDEACIÓN, PROTOTIPADO Y EVALUACIÓN

A. Antecedentes Generales

1. Unidad Académica	FACULTAD DE COMUNICACIONES					
2. Carrera	PUBLICIDAD					
3. Código del ramo	PBP422					
4. Ubicación en la malla	IV año, VII semestre					
5. Créditos	8					
6. Tipo de asignatura	Obligatorio	X	Electivo		Optativo	
7. Duración	Bimestral		Semestral	X	Anual	
8. Módulos semanales	Clases Teóricas	2	Clases Prácticas	--	Ayudantía	--
9. Horas académicas	Clases	68	Ayudantía		--	
10. Pre-requisito	No tiene					

B. Aporte al Perfil de Egreso

Este curso pretende que el estudiante logre desarrollar un producto pertinente, a través, de criterios de evaluación en relación a conceptos, ideas y recursos comunicacionales en términos de los objetivos planteados. Además, el alumno debe gestionar elementos de medición desde la creatividad por medio de la aplicación del conocimiento creativo y de comunicación, de manera integrada.

Ideación, prototipado y elaboración busca incentivar en los estudiantes el aprendizaje colaborativo para la resolución de problemas, a través de la simulación y modelación de un producto como respuesta concreta y efectiva.

La asignatura está ubicada en el ciclo de Licenciatura del plan de estudios de la carrera de Publicidad y pertenece a la línea de Creatividad. Además, promueve el desarrollo de las siguientes Competencias Genéricas UDD Futuro: “Eficiencia” y “Autonomía” y de la siguiente Competencia Específica de la carrera: “Adaptación al entorno”.

C. Competencias y Resultados de Aprendizaje generales que desarrolla la asignatura

Competencias Genéricas	Resultados de Aprendizaje Generales
Eficiencia	<p>Utiliza la creatividad, comunicación y nuevas tecnologías de manera integrada para generar un prototipo de producto que responda creativamente a oportunidades del mercado.</p> <p>Valora los elementos de la creatividad para el desarrollo de una propuesta concreta en relación a los desafíos de una temática, marca o producto.</p> <p>Integra diferentes miradas de un mismo acontecimiento, identificando los distintos atributos que permiten la creación e innovación de productos con énfasis en el ámbito comunicacional.</p>
Autonomía	
Competencias Específicas	
Adaptación al entorno	

D. Unidades de Contenidos y Resultados de Aprendizaje

Unidades de Contenidos	Competencia	Resultados de Aprendizaje
<p>UNIDAD I: DEFINICIÓN DE PROBLEMA.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción Design thinking. 2. Mapa de empatía: day in the life, buyer persona, netnografía, digital diary. 3. Del problema a la oportunidad: herramientas para definir, acotar y redactar problemas. 	<p><i>Autonomía</i></p> <p><i>Adaptación al entorno</i></p>	<p>Detecta problemáticas para transformarlas en oportunidades por medio de una respuesta concreta.</p> <p>Integra conocimientos que den cuenta de los hábitos de consumo, la percepción y valor de las marcas para propuestas creativas de un producto.</p>
<p>UNIDAD II: IDEACIÓN Y PROTOTIPADO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ideación: brainstorming, matriz de ideas. 2. Prototipado: herramientas para prototipar. 	<p><i>Eficiencia</i></p>	<p>Ejecuta, por medio de técnicas de creatividad, un resultado de un producto/servicio acorde con la problemática planteada.</p>
<p>UNIDAD III: DESARROLLO DE PROYECTO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uso metodología Design Thinking 2. Herramientas ágiles. 	<p><i>Adaptación al entorno</i></p> <p><i>Eficiencia</i></p>	<p>Discrimina los diversos recursos disponibles en el medioambiente o entorno inmediato que puedan favorecer la innovación en la experiencia del consumidor por medio de herramientas y metodologías estudiadas.</p> <p>Aplica los elementos claves y los factores de éxito que caracterizan los procesos creativos productivo y eficientes para responder lo requerido.</p>

E. Estrategias de Enseñanza

La metodología de enseñanza incluirá el desarrollo de trabajos prácticos de entrenamiento individual y en equipo, propiciándose el análisis reflexivo del estudiante, en orden a fijar estándares y criterio en cuanto al producto innovador.

El curso se estructura en base a sesiones teóricas con participación y discusión de los temas tratados. Actividades de análisis y crítica de casos (reales y supuestos).

F. Estrategias de Evaluación

La asignatura comprende diferentes momentos de evaluación, por tanto, incluye ejercicios individuales y grupales, así como certámenes para determinar el logro de ciertos aprendizajes al término de una unidad o un cuerpo determinado de contenidos.

Se trabajará en un proyecto a lo largo de todo el semestre, buscando constatar el nivel de integración de la información por parte de los alumnos. Asimismo, evaluará la capacidad de presentar los trabajos de forma profesional y creativa usando el lenguaje técnico acorde a la asignatura.

En síntesis, las evaluaciones consideran dos certámenes, trabajos grupales y un examen final.

Requisito de asistencia: *este curso tiene como requisito que el estudiante tenga un 80% de asistencia a las clases.*

G. Recursos de Aprendizaje

Bibliografía y recursos Obligatorios:

- De Pablo (2015). *Dibújalo*. Lid Editorial Empresarial. España.
- <https://acmplean.com/actualidad/pautas-y-herramientas-para-identificar-problemas-en-la-empresa/>
- <https://platzi.com/blog/design-thinking-remoto/#:~:text=Paralel%20Prototyping,reto%2C%20pero%20no%20es%20imposible.&text=Esta%20t%C3%A9cnica%20consiste%20en%20que,una%20serie%20de%20requerimientos%20espec%C3%ADficos.>
- <https://www.ruizstinga.com/innovacion-prototipo/>

Bibliografía Complementaria:

- Kelley & Littman (2010). *Las Diez Caras de la Innovación: Estrategias Para una Creatividad Excelente*. Editorial Paidós, España.