

Usuario e Interacci3n

Seminario de Gráfico y Creaci3n visual

Laia Clos y Jorge Wimes

C3digo: 105743
Cr3ditos. 6 ECTS
Curso 3 Curs
Semestre 1 Semestre
Tipología OBLIGATORIO
Materia
Fecha 6/9/2023 14:45

Esta asignatura se imparte en: catalán
Las tutorías se podrán realizar en: catalán, castellano, inglés

Índice de la Guía Docente

Presentación de la asignatura

Contenidos

Metodología

Evaluación

Passeig Santa Eulàlia 25
08017 Barcelona T+34 932 030 923
info@eina.cat / www.eina.cat

EINA Centre Universitari
de Disseny i Art de Barcelona
Adscrit a la UAB

Presentación de la asignatura

Breve descripción

El objetivo principal de la asignatura es dotar al alumnado de planteamientos de diseño que coloquen al usuario como centro del proyecto, profundizando en técnicas para saber detectar y cuestionar las necesidades de los usuarios e interpretar su contexto para poder generar soluciones. El diseño centrado en el usuario facilita la vida cotidiana y nuestra relación con los objetos, la comunicación y los espacios.

La usabilidad, el diseño de interacción y la experiencia de usuario (UX) estudian la forma en que las personas se relacionan con el contexto (comunicación, interfaces, productos, espacios y experiencias) para conseguir que sean más intuitivas, satisfactorias, memorables, más fáciles de usar y con una interacción más fluida.

Debemos comprender qué significa el "punto de vista del usuario".

A pesar de que el Diseño de Experiencia de usuario está muy ligado a los sitios web, aplicaciones web y productos interactivos digitales, en realidad hace referencia a la "experiencia ideal" en usar un servicio, producto o espacio, de manera que nos permite trabajar soluciones para diseñar todas las experiencias que una persona pueda tener en relación al contexto donde se encuentra.

Así pues, trabajar en el Diseño de Experiencia hoy día, es competencia de todas las áreas del diseño, ya que estamos en un momento en el que vivimos una fusión del mundo físico con el mundo online, y una excelente experiencia empezada en línea por un usuario puede estropearse en la interpretación de un mensaje, en el primer momento de uso de un producto, en la recepción de un hotel, en el momento de pagar en una tienda, o en el momento de abrir un regalo. El Customer Journey no termina hasta que no termina el uso del producto o servicio por parte del usuario.

Con este enfoque, la manera de plantear el proyecto cambia asumiendo un comportamiento más empático hacia las personas que serán los usuarios o consumidores de nuestras propuestas. El punto es observar, explorar y visualizar como se sienten nuestros usuarios utilizando nuestros productos y servicios de principio a fin.

Objetivos Formativos

Conocer métodos para la identificación de requisitos de proyecto desde el punto de vista del usuario y su aproximación al problema planteado desde una perspectiva global del diseño.

Entender la experiencia de usuario como un componente fundamental dentro de la disciplina del diseño y su aplicación a marcas, productos o experiencias digitales.

Entender los parámetros que influyen en la interacción del usuario con su contexto analógico o digital.

Testear con usuarios como parte importante del proceso de diseño en el momento de validar conceptos o diseños.

Entender el papel clave del diseño en la relación entre personas y objeto, espacio y/o tecnología.

Conocer e interpretar los fundamentos y normativas necesarias para desarrollar proyectos pensando en las capacidades de las personas (inclusividad).

Instruir en las técnicas y metodologías para la elaboración de proyectos complejos con soluciones inter profesionales, potenciando las relaciones inter humanas y el trabajo en equipo.

Aprender a gestionar qué supone trabajar en un mismo proyecto durante 4 meses, controlar los tempos y entregas, y conseguir una unidad final y coherente en la suma de todas las partes del proyecto.

Contenidos

Este seminario se divide en dos módulos a lo largo del semestre: analógico y digital. Cada módulo son 8 clases y lo imparte un profesor distinto. A lo largo del semestre se ejecutará un solo proyecto que se trabajará desde ambos módulos.

Contenidos módulo analógico (Laia Clos)

1. Lecturabilidad y legibilidad

Capacidad de un texto de ser leído de la forma más clara y fácil posible, diferencias entre ambos conceptos.

Aspectos: elección de tipografías, anchura de línea, interlínea, espacio entre letras, composición, jerarquía de textos, etc.

02 Estructura y diseño de la información

Presentar la información para que esta sea comprendida de manera eficiente y efectiva.

Aspectos: representación gráfica, infografía y visualización de datos.

03 Señalética

Sistema de comunicación visual sintetizado en un conjunto de señales o símbolos que hacen la función de guiar, orientar u organizar una persona en un espacio dado.

Aspectos: distancias, niveles de lectura, color, pictogramas, etc.

04. Pedagogía de la información

Explicar pedagógicamente un concepto abstracto de una manera visual.

Aspectos: accesibilidad, diseño inclusivo, cognitivo.

Contenidos módulo Digital (Jorge Wimes)

1. Identidad digital

Explorar rutas visuales que reflejen el concepto de marca y nos sirvan como guía para la construcción de una identidad coherente y diferencial. Construir el logotipo y el sistema visual teniendo en cuenta los formatos en los que se deberá visualizar (Offline/Online).

- Dirección de arte: Creación de la marca digital
 - Research y Moodboards
 - Construcción del logo
 - Paleta de colores

- Sistemas tipográficos
- Dirección de arte: Sistema visual
 - Iconografía
 - Tratamiento Fotográfico
 - Patrones, misceláneas y texturas
- Dirección de arte: Activación de la marca
 - Definición de los puntos de contacto de la marca
 - Diseño de piezas de apoyo representativas de la marca

02 UX

Introducción a métodos de investigación para conocer a los usuarios y definir el problema a resolver antes de plantear soluciones.

- Introducción a UX Research.
 - Investigación cualitativa y cuantitativa
 - Desk research
 - Diagrama de afinidad
 - Diseño centrado en el usuario: técnicas de síntesis

Introducción al UX Design. Explicación de la Metodología: Design thinking. Definición de la solución (MVP). Foco en la jerarquía y estructuración del contenido

- Presentación de técnicas de síntesis y feedback
 - User Persona y Customer Journey + Datos relevantes de Desk Research

Validar la arquitectura de la información y aterrizar la solución a forma de esqueleto en un dispositivo (Desktop). Esto nos permitirá testear la navegación, ver si cumple con las necesidades del usuario y revisar el diálogo entre el usuario y el producto.

- Wireframes
 - Tipos de wireframes
 - Patrones de diseño
 - Diseño de wireframes Lo-Fi a mano
 - Digitalización de wireframes

03 UI

Primeros pasos en UI Design. Foco en la definición de guías de estilo y patrones para mantener la coherencia en la creación del sistema de diseño.

- Introducción al UI Design
 - Contexto
 - Bases y leyes principales de diseño
- Primeros pasos en DS
 - Qué es un Design System y para qué sirve
 - Beneficios
 - Elementos principales del estilo visual (Fundamentals)
 - Nombrando el design system (Atomic Design)

Diseño UI

- Principios básicos de diseño UI
- Leyes de la Gestalt
- Layouts y grids
- Introducción al diseño responsive
- Diseño UI de las pantallas principales en desktop.
- Adaptación de la Home a mobile

04 Prototipado

Introducción al prototipado web avanzado

Metodología

Metodología docente

- Teoría: explicaciones teóricas breves sobre los contenidos del seminario. (15%)
- Taller: aplicación de la teoría a un proyecto de diseño. Desarrollo del proyecto con trabajo autónomo en clase y en casa, y tutorizado en cada sesión en el aula. El proyecto consistirá en la creación de un festival (y todo lo que ello conlleva a nivel de estrategia y diseño) de temática libre. (70%)
- Tutorías: seguimiento y corrección del trabajo autónomo, de manera individual y colectiva. (15%)

Actividades formativas

Aspectos analógicos del proyecto:

01. Conceptualización de la temática
02. Definición y elaboración de contenidos
03. Planteamiento del recorrido y espacio expositivo
04. Diseño identidad (logo/sistema visual) + dirección de arte
05. Diseño aplicaciones print: folleto, cartel, banderola, opi.
06. Diseño gráfica aplicada al espacio
07. Otras aplicaciones
08. Preparación de la presentación

Aspectos digitales del proyecto:

01. Conceptualización de la temática
02. Definición y elaboración de contenidos
03. Planteamiento del recorrido y espacio expositivo
04. Definición del proyectos digital
05. Definición del árbol de contenidos y wireframes de las distintas piezas
06. Diseño piezas digitales de la instalación
07. Diseño aplicaciones banners y redes sociales
08. Preparación de la presentación

Evaluación

Sistema de Evaluación

El objetivo de la evaluación continuada es que el estudiante pueda conocer su progreso académico a lo largo de su proceso formativo para permitir mejorarlo.

A partir de la segunda matrícula, la evaluación de la asignatura podrá consistir, a decisión del profesor(es), en una prueba de síntesis, que permita la evaluación de los resultados de aprendizaje previstos en la guía docente de la asignatura. En este caso, la calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.

La ponderación de la nota global de la asignatura será la siguiente:

50% la parte magistral (Nieto)

50% la parte de los seminarios (Clos + Wimes)

Dentro de la asignatura de seminarios es necesario realizar todas las entregas listadas en el apartado anterior y aprobar con un mínimo de 5 puntos la globalidad de todos los ejercicios.

Normativa General de Evaluación

// Para considerar superada la asignatura, se deberá obtener una calificación mínima de 5,0.

// Una vez superada la asignatura, esta no podrá ser objeto de una nueva evaluación.

// Se considerará "No Evaluable" (NE) al estudiante que no haya entregado todas las evidencias de aprendizaje, o no haya asistido al 80% de las clases sin haber justificado las ausencias. En caso de ausencia justificada, el estudiante debe ponerse en contacto con el profesor en el momento de la reincorporación para determinar la recuperación de las actividades a las que no se ha asistido.

// En caso de que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso de que se produzcan distintas irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final será de 0.

Proceso de Revisión

La revisión se puede solicitar al profesorado y se realizará según calendario lectivo.

Proceso de Reevaluación

Normativa general

No se contemplan sistemas de reevaluación en los casos de las prácticas externas, los TFG, y las asignaturas / actividades formativas que, por su carácter eminentemente práctico, no lo permiten.

Para participar en la reevaluación, el alumnado debe a ver estado previamente evaluado en un conjunto de actividades, el peso de las cuales equivalga a un mínimo de dos terceras partes de la calificación total de la asignatura o módulo.

Criterios de Evaluación

Criterios de evaluación específicos

Se pondrá una nota para cada uno de los puntos a desarrollar a lo largo del proyecto en cada módulo, y se hará una mediana entre las notas de ambos. Para poder hacer la mediana es imprescindible tener como mínimo un 5 en cada uno de los dos módulos (analógico y digital).

-

Cada día se anotará la asistencia y la presentación del trabajo requerido para cada sesión. Estos aspectos formarán también parte de la nota final.

-

Un 20% de faltas de asistencia implica que el alumnado no sea evaluado.

-

Es necesario seguir todas las indicaciones que se hagan a lo largo del curso respecto el formato y modelos de entrega.