

GUÍA ACADÉMICA — CURSO 2019 / 2020

Máster en Diseño y edición de producto

—
Diplomatura de postgrado en Diseño de producto: ideación, validación y producción

—
Diplomatura de postgrado en Edición de producto



Ferran Gesa "Pirine". Cristina Bonamusa "Hbee"

SUMARIO

1. DATOS BÁSICOS.....	3
2. ESTRUCTURA Y PROFESORADO.....	4
3. DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS.....	5
DIPLOMATURA DE POSTGRADO: IDEACIÓN, VALIDACIÓN Y PRODUCCIÓN —	
Módulo 1: IDEACIÓN Y VALIDACIÓN.....	5
— Módulo 2: PRODUCCIÓN DEL DISEÑO.....	5
— Módulo 3: GESTIÓN DEL PRODUCTO.....	6
DIPLOMATURA DE POSTGRADO EN EDICIÓN DE PRODUCTO	
— Módulo 4: CULTURA DE LA EDICIÓN DE PRODUCTO.....	6
— Módulo 5: RECURSOS EMPRESARIALES.....	6
— Módulo 6: DISEÑO DE UNA EDITORA.....	7
TRABAJO FINAL DE MÁSTER (TFM)	
— Módulo 7: TRABAJO FINAL DE MÁSTER.....	7

1. DATOS BÁSICOS

Máster en Diseño y edición de producto

Título	Máster en Diseño y edición de producto. Título propio de la UAB
Edición y curso	Primera, curso 2019-2020
Créditos	70 ECTS
Precio	120 €/ECTS (10% dto. exalumnos y Alumni UAB Premium)
Fechas	Del 25 de septiembre de 2019 al 18 de septiembre de 2020
Horario	De lunes a jueves, de 16h a 20h
Duración	500h presenciales y 1.250h de trabajo autónomo del estudiante
Idioma	Castellano e inglés
Plazas	Mínimo 15 - máximo 26
Coordinación	Oriol Ventura, Francesc Crous
Profesorado	Josep Aragall, Elena Bartomeu Magaña, Joan Campderá, Francesc Crous, Georgina Curto Rex, Ariadna Fàbregas, Vivian Fernández, Uli Marchsteiner, Jon Marin, Oriol Maynés, Javier Nieto Cubero, Oriol Pibernat, Marc Rocas, Dolores Soriano, Abel Vallhonestà, Oriol Ventura, Daniel Vila, Margarita Uña

Diplomatura de postgrado en Diseño de producto: ideación, validación y producción

Título	Diplomatura de postgrado en Diseño de producto: ideación, validación y producción. Título propio de la UAB
Edición y curso	Primera, curso 2019-2020
Créditos	30 ECTS
Precio	120 €/ECTS (10% dto. exalumnos y Alumni UAB Premium)
Fechas	Del 25 de septiembre de 2019 al 30 de enero de 2020
Horario	De lunes a jueves, de 16h a 20h
Duración	240h presenciales y 510h trabajo autónomo del alumno

Diplomatura de postgrado en Edición de producto

Título	Diplomatura de postgrado en Edición de producto. Título propio de la UAB
Edición y curso	Primera, curso 2019-2020
Créditos	30 ECTS
Precio	120 €/ECTS (10% dto. exalumnos y Alumni UAB Premium)
Fechas	Del 10 de febrero al 25 de junio de 2020
Horario	De lunes a jueves, de 16h a 20h
Duración	240h presenciales y 510h trabajo autónomo del alumno

2. ESTRUCTURA Y PROFESORADO

El **Máster en Diseño de producto** (70 ECTS) está estructurado en dos titulaciones que se pueden cursar de forma independiente:

- Diplomatura de postgrado en **Diseño de producto: ideación, validación y producción** (30 ECTS)
- Diplomatura de postgrado en **Edición de producto** (30 ECTS)

Para obtener la titulación de máster, es necesario también cursar y aprobar el Trabajo Final de Máster (10 créditos).

Los contenidos se estructuran en módulos, que a su vez están constituidos por asignaturas. A continuación, se indican los contenidos y el profesorado de cada una de las titulaciones.

DIPLOMATURA DE POSTGRADO EN DISEÑO DE PRODUCTO: IDEACIÓN, VALIDACIÓN Y PRODUCCIÓN (30 ECTS)

Módulos	Asignaturas y profesorado	Créditos
MÓDULO 1: IDEACIÓN Y VALIDACIÓN	Dinámicas de innovación para el diseño de producto <i>Javier Nieto</i> Experiencia de usuario (UX) <i>Elena Bartomeu</i>	10 ECTS
MÓDULO 2: PRODUCCIÓN DEL DISEÑO	Diseño de producto <i>Daniel Vila, Jon Marin</i> Recursos de representación <i>Oriol Ventura</i>	10 ECTS
MÓDULO 3: GESTIÓN DE PRODUCTO	Recursos para la fabricación <i>Ariadna Fábregas</i> Gestión del producto <i>Dolors Soriano</i>	10 ECTS

DIPLOMATURA DE POSTGRADO EN EDICIÓN DE PRODUCTO (30 ECTS)

Módulos	Asignaturas y profesorado	Créditos
MÓDULO 4: CULTURA DE LA EDICIÓN DE PRODUCTO	Cultura de la edición de producto <i>Oriol Pibernat</i> Creación de un modelo de negocio <i>Joan Campderà</i>	10 ECTS
MÓDULO 5: RECURSOS EMPRESARIALES	El diseñados como emprendedor <i>Georgina Curto</i> Comercio <i>online</i> (e-commerce) <i>Oriol Maynés</i>	10 ECTS
MÓDULO 6: DISEÑO DE UNA EDITORA	Diseñar una editora <i>Francesc</i> Recursos de comunicación <i>Vivian Fernàndez</i>	10 ECTS

TRABAJO FINAL DE MÁSTER (10 ECTS)

MÓDULO 7: TRABAJO FINAL DE MÁSTER		10 ECTS
--	--	---------

3. DESCRIPCIÓN DE LOS CONTENIDOS

DIPLOMATURA DE POSTGRADO: IDEACIÓN, VALIDACIÓN Y PRODUCCIÓN

— Módulo 1: IDEACIÓN Y VALIDACIÓN

Dinámicas de innovación para el diseño de producto

Esta asignatura tiene como objetivo poner en práctica herramientas y métodos creativos que permitan identificar oportunidades de diseño. Esta primera fase del proyecto, orientada a la búsqueda de inputs, vendrá completada por una segunda cuyo objetivo será el de canalizar esas oportunidades en soluciones específicas, estudiar como implementarlas y hacerlas tangibles a través del diseño.

En paralelo se podrán en práctica, también, métodos para evaluar y confirmar el valor de las propuestas de diseño.

Experiencia de usuario

Aproximación sistemática a las sensaciones asociadas a un producto y la experiencia que vive su usuario en establecer relación con el mismo.

Se analizará el contexto de uso y consumo, estableciendo puentes entre técnicas de análisis de mercado, usabilidad, interacción persona-máquina, narrativa y ritualización. El estudiante valorará y ponderará con casos prácticos la eficiencia, la simplicidad y el *engagement* como objetivos en el proyecto de diseño, mediante diferentes técnicas como:

- la descripción de escenarios de uso alternativos,
- la construcción de nuevos patrones de interacción,
- la observación y aplicación de diferentes tests de usuario.

— Módulo 2: PRODUCCIÓN DEL DISEÑO

Diseño de producto

Edita tu producto: utopía construida.

El proceso que debe seguir una idea para materializarse está necesariamente condicionado por el destino final de este producto y por cómo se quiere que emerja a la superficie del propio entorno.

La edición de diseño implica una casuística muy concreta donde las limitaciones productivas, de costes y logísticas, entre otros, se deben tener presentes desde el primer minuto del proceso creativo.

En este módulo se reflexiona y profundiza a través del diseño sobre cómo afrontar este tipo de proyectos, desde la *auto-briefing* hasta el planteamiento del potencial de producción, llegando a la materialización del producto.

Recursos de representación

Esta asignatura plantea abordar las técnicas de representación propias del diseño de producto. Representación para comunicación de la propuesta de diseño, representación para la elaboración del mismo diseño y representación para la producción. Se trabajarán técnicas de boceto, dibujo de detalle, modelado, representación de materiales. Un conjunto de técnicas aplicables de forma coherente a cada fase y tipo de proyecto.

— Módulo 3: GESTIÓN DEL PRODUCTO

Recursos para la fabricación

Recursos para la fabricación es una asignatura de carácter práctico donde, con la ayuda de las tecnologías productivas necesarias, se fabricará el primer modelo funcional del producto diseñado. Los objetivos de este proceso de manufactura serán acabar de pulir aspectos de diseño que favorezcan la optimización de los recursos materiales y productivos y aprender a gestionar la fabricación de un producto, o familia de productos, para que éstos puedan implementarse en el mercado y poder abarcar su demanda.

Gestión del producto

Esta asignatura propone trabajar todos los aspectos relativos a la gestión de la totalidad de los agentes que intervienen en un proceso productivo. Abordar las capacidades y estrategias para el trabajo en equipo. Organigramas, objetivos, gestión del tiempo, evaluación de costes y herramientas para la evaluación de recursos. El objetivo principal es que el estudiante sea capaz de controlar todos los aspectos relativos a la producción de una propuesta de diseño.

DIPLOMATURA DE POSTGRADO EN EDICIÓN DE PRODUCTO

— Módulo 4: CULTURA DE LA EDICIÓN DE PRODUCTO

Cultura de la edición de producto

Este apartado aborda la edición de producto como un rasgo característico de la cultura del diseño, tanto desde el punto de vista conceptual como histórico. En este sentido, se indaga en los lazos que se establecen entre la idea de proyecto y el emprendimiento, y entre la de diseño y la innovación. Asimismo, se analizan los rasgos específicos del sistema de edición, así como los paralelismos y diferencias que se dan en el sector editorial. Los casos históricos o recientes sirven para dar a conocer el arraigo del sistema de edición en los orígenes y la actualidad del diseño en Barcelona y la validez de este sistema en los nuevos escenarios que se configuran.

Creación de un modelo de negocios

Los objetivos formativos de esta asignatura plantean crear el propio modelo de negocio (específico para cada estudiante) a partir de varios casos de estudio de caracteres suficientemente dispares para abarcar todos los posibles escenarios.

— Módulo 5: RECURSOS EMPRESARIALES

El diseñador como emprendedor

Definición de la estrategia empresarial para la puesta en marcha de una editora de diseño: selección de ámbitos de innovación vinculados al usuario y los intereses del estudiante, concreción de la idea de negocio, definición de precios, vías de comercialización y de comunicación, gestión financiera e identificación de la inversión necesaria. Puesta en práctica de habilidades emprendedoras: creación y gestión del equipo, técnicas de presentación y negociación.

Comercio online (E-commerce)

Esta asignatura plantea trabajar los diversos modelos de comercio en la red y como identificar las mejores opciones para su rentabilidad. Hablaremos del papel del diseño en este entorno y en el desarrollo de nuevos mercados. Además, estudiaremos todos los aspectos a tener en cuenta para crear un modelo de venta online adecuado a nuestro

modelo de negocio, desde la estructuración de la propuesta de valor hasta los modelos logísticos necesarios. También estudiaremos como dinamizar la red para atraer a nuestro público objetivo y cómo trabajar la tienda online para que “convierta”. En la parte práctica daremos un vistazo a diferentes herramientas para elaborar una tienda online o de un espacio virtual para la venta del producto.

— **Módulo 6: DISEÑO DE UNA EDITORA**

Diseñar una editora

Definir las pautas de implantación para la producción, edición y distribución de los diseños preestablecidos y llevarlo a cabo. Para alcanzar este objetivo, se invita al estudiante a trazar un programa para el desarrollo de cada proyecto, teniendo en cuenta algunos aspectos como la financiación, la cadena de valor, la protección de los diseños y el posicionamiento de la marca.

Recursos de comunicación

Identificación de necesidades comunicativas en función de cada caso particular. Diseño de estrategia de comunicación. Identidad gráfica. Dirección de arte. Naming. Concreción mensajes comerciales y necesidades de publicidad online y offline. Soportes: online y print. Soportes audiovisuales. Planificación medios. Presupuesto y valoración de la eficacia del plan estratégico implementado.

TRABAJO FINAL DE MÁSTER (TFM)

— **Módulo 7: TRABAJO FINAL DE MÁSTER**

Introducción al Trabajo final de máster

Introducción a la metodología y estructura del TFM, tanto a nivel de proceso como de formato. Elección del tema, programa de usos, estudios previos.

Taller de ideación y conceptualización

Creación y representación del concepto del proyecto elegido. Argumentación y justificación en base al programa a la demanda de innovación y la validación de los usuarios y el sistema productivo

Taller de comunicación

Comunicació d'ambdues propostes de disseny amb totes les seves particularitats, diverses tècniques i canals d'implementació.

Taller de implementación

Implementar la propuesta de editora de producto, en todas las dimensiones previstas a lo largo del máster.



Más información

www.eina.cat/postgraus

postgraus@eina.cat

Tel. 93 203 09 23