

PROGRAMA DE CURSO			
CARRERA	DISEÑO	CODIGO	AUD30003
1. Nombre de la actividad curricular Comunicación del proyecto de diseño			
Nombre de la actividad curricular en inglés Communication of the design project			
2. Palabras Clave Gestión, proyecto, escenario, estrategia			
3. Unidad Académica Escuela Unificada de Pregrado FAU, Carrera de Diseño			
4. Ámbito Sistematizar y Gestionar			
5. Número de Créditos SCT – Chile 3	Horas directas (presencial)		Horas indirectas (no presencial)
	3 hrs. semanales		1,5 hrs. semanales
6. Requisitos		Lenguaje y significación + Representación conceptual	
7. Propósito formativo		Integración de técnicas gráficas, multimediales, conceptuales y discursivas para la comunicación de ideas, propuestas y soluciones finales de modo apropiado a diferentes contextos profesionales y disciplinares.	

8. Competencias y subcompetencias a las que contribuye el curso

1. Administra recursos, medios e información aplicando criterios pertinentes con el contexto específico.

1.a. Selecciona estrategias prospectivas y productivas para la gestión de proyectos.

1.b. Fundamenta decisiones tácticas y estratégicas a partir de variables del contexto.

2. Concibe y diseña estrategias de intervención de acuerdo al contexto para la formulación e implementación de proyectos e iniciativas de emprendimiento.

2.a. Asume compromisos, de manera constante y autónoma con su desarrollo personal y profesional.

3. Investiga sobre las relaciones entre actores y contextos.

3.a. Observa fenómenos del entorno en diferentes escalas.

3.b. Analiza fenómenos de mediación entre las ciudadanías, las comunidades, la persona y sus contextos.

4. Documenta y comunica la práctica profesional o disciplinar para proponer nuevas formas de intervención.

4.a. Comunica conceptos, ideas y propuestas mediante recursos y lenguajes bi y tri dimensionales.

9. Resultados de Aprendizaje

- Organiza los elementos conceptuales de manera estratégica, para estructurar una comunicación efectiva de su propuesta comunicacional.
- Comunica su propuesta, seleccionando soportes y medios pertinentes a la audiencia , niveles de experiencia, perspectivas e intereses diversos en la ejecución o resultado del proyecto de diseño en contextos productivos, industriales, comerciales y/o sociales.
- Reconoce instrumentos de evaluación de impacto tanto a nivel de mensaje y de medios utilizados en su propuesta comunicacional.

10. Saberes fundamentales / Contenidos

Caracterización de medios de comunicación

1. Introducción a la tipología de proyectos de diseño:
 - a. La industria de diseño en Chile y el mundo; Escenarios de desempeño profesional.
 - b. El proyecto de diseño.
 - c. Diseño de Servicios, Productos y sistemas
2. Caracterización de medios y soportes de comunicación.
 - a. Medios Masivos v/s Medios Directos.
 - b. Diferencias Tecnológicas de los medios y soportes.
 - c. Diferencias Comunicacionales de medios y soportes
3. Planificación y Selección de medios y soportes:
 - a. Criterios para la selección de medios:
 - i. Cobertura,
 - ii. Alcance y
 - iii. Selectividad a la exposición.
 - iv. Costos de medios y soportes (sistemas tarifarios)
 - b. Estrategias de programación de medios y soportes
4. Herramientas y técnicas de presentación de proyectos.
 - a. StoryTelling
 - b. Brand Story
 - c. Pitching
 - d. Elevator Drawing.
5. Instrumentos e indicadores de evaluación de medios y soportes.
 - a. Indicadores de Cobertura
 - b. Indicadores de Alcance
 - c. Indicadores de Selectividad a la exposición
 - d. Adecuación presupuestaria.

11. Metodología

Se ha determinado trabajar con la estrategia del aprendizaje colaborativo. A lo largo del desarrollo del curso, se aplican técnicas didácticas como:

- Presentación y uso de casos,
- trabajo en equipo y
- ejercicios de debate en aula.

Para cumplir con los objetivos trazados en cada técnica, los estudiantes deben cumplir con las actividades siguientes:

- búsqueda, análisis y síntesis de información,
- tareas individuales,
- tareas en pequeños grupos y
- discusiones grupales.

Durante la ejecución del curso se utilizará una metodología activa centrada en el alumno, combinando clases expositivas con análisis de casos. Todos los casos son específicos, ambientados en lo posible al mundo del diseño, complementado con lectura obligatoria y propuesta para cada contenido del programa. Adicionalmente se desarrollará un trabajo continuo a lo largo del semestre, con entregas parciales y *mentoría* para su implementación.

La metodología de enseñanza, tiene un enfoque en procesos y estrategias de visualización de servicios, productos, y sistemas; utiliza un tipo de enseñanza abierta y colaborativa, aplicada en ejercicios sencillos y concretos que se desarrollan clase a clase y que terminan en un trabajo final mas complejo con lo aprendido en cada unidad.

Los principales instrumentos de evaluación a utilizar son los siguientes:

- Análisis de casos.
- Trabajo en clases.
- Investigación aplicada.

12. Evaluación

Al inicio del curso se realizara una Evaluación Diagnostica con el fin de establecer el nivel de dominio y las acciones remediales a realizar acerca de aquellas competencias que los alumnos deberían tener incorporadas.

Durante el proceso formativo del semestre se realizaran evaluaciones formativas en base a casos privilegiando la co-evaluación y permitiendo retroalimentar, detectar falencias y reorientar el programa y/o las actividades lectivas si fuere necesario.

En cuanto a la evaluación sumativa del curso se realizaran 2 evaluaciones a base de control de lectura y resolución de caso de negocio y un Trabajo final de comunicación de un proyecto de diseño. Para el trabajo final se entregara al inicio del curso una Rubrica detallada.

Indicadores de Logro:

- Construye un mensaje organizando los elementos conceptuales (verbales y visuales) en funcion del objetivo comunicacional.
- Elabora un Plan de medios y soportes pertinente a la propuesta y su audiencia.
- Propone los instrumentos de evaluacion de impacto de los medios y mensajes de su propuesta.

13. Requisitos de aprobación

Promedio de notas parciales igual o superior a 4,0 (cuatro) en una escala de 1,0 a 7,0.

Asistencia mínima de 80%

14. Bibliografía obligatoria (no más de 5 textos)

Frascara, Jorge (2006). El diseño de comunicación. Buenos Aires: Infinito.

Tironi, E. y Cavallo, A.(2004) “Comunicación Estrategica; Vivir en un mundo de señales”. Chile, Editorial Taurus.

Enrique, Ana Maria. (2008) “ La Planificación de la Comunicación Empresarial”. España. Editorial Universitat Autonoma de Barcelona

Kotler, Philip, Armstrong, Gary. (2012) “Marketing”. Mexico, Editorial Pearson.

Bibliografía complementaria

Eiglier, Pierre y Langeard, Eric.(2013) “Servucción el Marketing de Servicios”. España, Editorial MC Graw- Hill.

Recursos web