Guía docente
320153 - PID - Proyección Internacional de Diseño

Última modificación: 19/04/2023

Unidad responsable: Escuela Superior de Ingenierías Industrial, Aeroespacial y Audiovisual de Terrassa
Unidad que imparte: 732 - OE - Departamento de Organización de Empresas.

Titulación: GRADO EN INGENIERÍA DE DISEÑO INDUSTRIAL Y DESARROLLO DEL PRODUCTO (Plan 2010). (Asignatura optativa).

Curso: 2023 **Créditos ECTS:** 6.0 **Idiomas:** Catalán

PROFESORADO

Profesorado responsable: Pedro Monagas Asensio

Otros: Pedro Monagas Asensio

COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Específicas:
1. DIS: Capacidad para diseñar y proyectar en entornos diferentes de comunicación efectiva y eficiente con los diferentes agentes que intervienen en el proceso de diseño y desarrollo industrial.
2. DIS: Conocimientos sobre topología de diseño, productos y su presentación.
3. DIS: Conocimientos de las herramientas de diseño para aplicarlas en proyectos de diseño y rediseño de productos
4. DIS: Conocimientos de la metodología del diseño
5. DIS: Capacidad para el diseño de envases y embalajes.

Transversales:
6. APRENDIZAJE AUTÓNOMO - Nivel 3: Aplicar los conocimientos alcanzados en la realización de una tarea en función de la pertinencia y la importancia, decidiendo la manera de llevarla a cabo y el tiempo que es necesario dedicarle y seleccionando las fuentes de información más adecuadas.
7. COMUNICACIÓN EFICAZ ORAL Y ESCRITA - Nivel 3: Comunicarse de manera clara y eficiente en presentaciones orales y escritas adaptadas al tipo de público y a los objetivos de la comunicación utilizando las estrategias y los medios adecuados.
8. EMPRENDEDURÍA E INNOVACIÓN - Nivel 3: Utilizar conocimientos y habilidades estratégicas para la creación y gestión de proyectos, aplicar soluciones sistémicas a problemas complejos y diseñar y gestionar la innovación en la organización.
9. SOSTENIBILIDAD Y COMPROMISO SOCIAL - Nivel 3: Tener en cuenta las dimensiones social, económica y ambiental al aplicar soluciones y llevar a cabo proyectos coherentes con el desarrollo humano y la sostenibilidad.
10. TRABAJO EN EQUIPO - Nivel 3: Dirigir y dinamizar grupos de trabajo, resolviendo posibles conflictos, valorando el trabajo hecho con las otras personas y evaluando la efectividad del equipo así como la presentación de los resultados generados.

METODOLOGÍAS DOCENTES

Teoría

Se seguirá las diapositivas como guía, reforzando y ampliando su contenido tanto con exposiciones en las clases presenciales como con apuntes a disposición del estudiante y libros recomendados.
El estudiante tendrá a su disposición cuestionarios referentes a los contenidos teóricos de cada uno de los temas, ejercicios y exámenes de años anteriores que le sirvan no sólo para el estudio y asimilación de los contenidos, sino también para la preparación de exámenes y prácticas.

Práctica

Se desarrollará el Plan de Actuación en el Aula así como casos y ejercicios de reflexión, referentes a los contenidos teóricos, destinados a la asimilación y aplicación de dichos contenidos.

Los ejercicios propuestos estarán a disposición del estudiante con la suficiente antelación para que sean preparados en casa y dedicar la clase presencial en su análisis y comentarios por parte de estudiantes y el profesor.

El grueso de las prácticas irán encaminadas en el fin de realizar un trabajo sobre el lanzamiento de un Diseño Industrial incluido dentro de un Plan de Empresa, se consideran necesarias para la preparación del estudiante respecto al desarrollo por su parte de las clases prácticas en grupo obligatorias.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

HORAS TOTALES DE DEDICACIÓN DEL ESTUDIANTADO

Tipo	Horas	Porcentaje
Horas grupo pequeño	30,0	20.00
Horas aprendizaje autónomo	90,0	60.00
Horas grupo grande	30,0	20.00

Dedicación total: 150 h

CONTENIDOS

(CAST) Tema 1: Disseny Industrial

Dedicación: 50h
Grupo grande/Teoría: 20h
Aprendizaje autónomo: 30h

(CAST) Tema 2: Màrqueting

Dedicación: 50h
Grupo grande/Teoría: 20h
Aprendizaje autónomo: 30h

(CAST) Tema 3: Disseny i propietat Industrial /Intel·lectual

Dedicación: 50h
Grupo grande/Teoría: 20h
Aprendizaje autónomo: 30h

ACTIVIDADES

(CAST) PUZLE ANÀLISI DE CONTRACTES DE COOPERACIÓ INDUSTRIAL INTERNACIONAL

Dedicación: 2h
Grupo grande/Teoría: 1h
Aprendizaje autónomo: 1h

(CAST) PEL·LÍCULA ANÀLISI DE LES TRANSACCIONS INTERNACIONALS

Dedicación: 3h
Grupo grande/Teoría: 3h

(CAST) CONTROVÈRSIA ESTRUCTURADA. FABRICAR EL QUE ES VEN O VENDRE EL QUE FABRIQUEM

Dedicación: 4h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h
Aprendizaje autónomo: 2h 30m

(CAST) RÚBRICA TREBALL INDIVIDUAL

Dedicación: 20h
Grupo grande/Teoría: 5h
Grupo mediano/Prácticas: 15h

(CAST) TREBALL COL·LECTIU

Dedicación: 60h
Grupo grande/Teoría: 10h
Aprendizaje autónomo: 50h

(CAST) SORTIDA DOCENT VISTA A EMPRESA

Dedicación: 4h 30m
Grupo grande/Teoría: 2h 30m
Grupo mediano/Prácticas: 2h

(CAST) PROVA PARCIAL

Dedicación: 3h
Grupo grande/Teoría: 3h

(CAST) EXAMEN FINAL

Dedicación: 3h
Grupo grande/Teoría: 3h

SISTEMA DE CALIFICACIÓN

Evaluación N f = 20% N1p + 20% Nef + 60% Nep
Nf: Nota final
N1p: Nota 1º parcial
Nef: Nota examen final
Nep: Nota ejercicios prácticos
Nota ejercicios prácticos, Es la suma aritmética de las siguientes trabajos:
Trabajos individuales 15% + colectivos 30% + asistencia 10% + prácticas en clase 5%

Nota de 30 por ejercicios prácticos colectivos, Es calcula en verso a las siguientes condiciones:
25% por evaluación del profesor + 5% evaluación entre iguales, valoración compañeros según Rúbricas especificas de las instrucciones ATENEA.

Nota de 10% para asistencia a clase, Es calcula en verso a las siguientes condiciones: 10 si asistencia 100%, 8 si asistencia 80%, 6 si asistencia 60%, 4 si asistencia 40%, 2 si asistencia 20%, 0 si asistencia

NORMAS PARA LA REALIZACIÓN DE LAS PRUEBAS.

Es requisito imprescindible el cumplimiento de las entregas del 80% del conjunto de los trabajos en el aula, y el 100% de los individuales y colectivos. Los trabajos de asignación de los grupos para realizar el trabajo colectivo son obligatorios.

Reevaluación y Reconducción de la Asignatura
Revisión de las pruebas de evaluación
Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la UPC y en el calendario expuesto por el Profesor al final de cada prueba.
Requisitos mínimos para optar a la reevaluación
Para poder optar a la reevaluación de esta asignatura es requisito indispensable estar matriculado de la asignatura y haber obtenido una nota final comprendida entre 3,5 y 4,9. Además, hace falta obtener un mínimo de 4 sobre 10 de la nota global de los ejercicios prácticos con la ponderación establecida en esta guía docente.
La nota Final de la asignatura se calcula con estos pesos indicados, tanto en la prueba ordinaria como en la reevaluación. Si se aprueba en la prueba ordinaria, dado que el alumno no aparecerá en actas como suspenso, no será posible reevaluar. No obstante, si alguien quiere presentarse a subir nota en la reevaluación, debe hablar con los profesores en la revisión de la prueba ordinaria. La reevaluación de cualquier prueba requiere presentarse el día/hora de la prueba de reevaluación en el aula indicada en el calendario de exámenes propuesto por el profesor.

BIBLIOGRAFÍA

Básica:
- Vigilar para innovar: experiencias prácticas empresariales. Bilbao: BAI, berrikuntza agentzia / agencia de innovación, 20--?.
- Hippel, Eric von. The sources of innovation. New York: Oxford University Press, 1988. ISBN 9780195094220.
- Bravo Bueno, David. Copia este libro [en línea]. Málaga: Dmem, 2005 [Consulta: 06/05/2020]. Disponible a: http://www.worcel.com/archivos/6/David-Bravo-Copia-este-libro.pdf.
- Torrent, Rosalía; Marín, Joan M. Historia del diseño industrial. Madrid: Cátedra, 2005. ISBN 8437622670.
- García, M.; Cloquell, V.; Gómez, T. Metodología del diseño industrial. Valencia: Editorial de la UPV, 2001. ISBN 849705024X.
- Orlov, P. Ingeniería de diseño. 2ª ed. Moscú: Mir, 1985.
- Asensio, Óscar. Packaging design. Barcelona: Reditar, 2008. ISBN 9788496449404.

Complementaria:
- López-Pinto, Bernardo ; Mas, Marta ; Viscarri, Jesús. Los pilares del marketing [en línea]. Barcelona: Edicions UPC, 2008 [Consulta: 06/05/2020]. Disponible a: http://hdl.handle.net/2099.3/36833. ISBN 9788483019498.
- Kotler, Philip [et al.]. Dirección de marketing: edición del milenio. Madrid: Prentice Hall, 2000. ISBN 8483222086.