

# UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA

## COORDINACIÓN GENERAL DE FORMACIÓN PROFESIONAL

### PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE

#### I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1. Unidad Académica:** Facultad de Arquitectura y Diseño, Mexicali; y Facultad de Ciencias de la Ingeniería y la Tecnología, Valle de las Palmas.
- 2. Programa Educativo:** Licenciado en Diseño Industrial
- 3. Plan de Estudios:** 2021-2
- 4. Nombre de la Unidad de Aprendizaje:** Comunicación de Proyectos
- 5. Clave:** 40173
- 6. HC:** 02 **HT:** 00 **HL:** 02 **HPC:** 00 **HCL:** 00 **HE:** 02 **CR:** 06
- 7. Etapa de Formación a la que Pertenece:** Disciplinaria
- 8. Carácter de la Unidad de Aprendizaje:** Obligatoria
- 9. Requisitos para Cursar la Unidad de Aprendizaje:** Ninguno



#### Equipo de diseño de PUA

Virginia Karina Rosas Burgos  
María Bárbara Yarza Gómez  
Juan Raúl Padilla Landín  
Jemille Estefanía Ordorica Canales  
Virginia Karina Rosas Burgos

#### Vo.Bo. de subdirector(es) de Unidad(es) Académica(s)

Daniela Mercedes Martínez Plata  
Paloma Rodríguez Valenzuela

**Fecha:** 02 de marzo de 2021

## II. PROPÓSITO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

La unidad de aprendizaje Comunicación de Proyectos tiene la finalidad de brindar al alumno técnicas de comunicación a partir de una estrategia comunicativa con el fin de presentar proyectos de Diseño Industrial a un nivel profesional, además de propiciar el desarrollo de destrezas, así como proveer herramientas que permitan lograr una comunicación clara, conciso y efectiva a través de distintos medios y canales acorde a las necesidades de la cadena de usuarios (stakeholders). Esta asignatura forma parte de la etapa disciplinaria y es de carácter obligatoria, además corresponde al área de conocimiento Diseño.

## III. COMPETENCIA GENERAL DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Diseñar una estrategia de comunicación, a través de la selección de productos, herramientas, medios y canales adecuados, para presentar y defender proyectos de diseño industrial, con honestidad, visión emprendedora-global y creatividad.

## IV. EVIDENCIA(S) DE APRENDIZAJE

Estrategia de comunicación para presentar proyectos de diseño industrial, la cual considera el contexto, la identidad de marca y contiene información necesaria para el proyecto (*brief*), la segmentación de audiencia, los objetivos de comunicación, los canales de comunicación, así como el plan de implementación; mismo que se acompaña del portafolio digital y un *Pitch* en video.

**V. DESARROLLO POR UNIDADES**  
**UNIDAD I. Comunicación de proyectos en contexto**

**Competencia:**

Distinguir el contexto en el que se desarrolla la comunicación de proyectos de diseño industrial, mediante el análisis de modelos, teorías y estudio de casos reales, para crear productos comunicativos acorde a las necesidades de los *stakeholders*, con una actitud crítica y atención al entorno.

**Contenido:**

**Duración:** 6 horas

- 1.1. Comunicación de proyectos
  - 1.1.1. Modelo de Shannon y Weaver
  - 1.1.2. Teoría de comunicación de masas
  - 1.1.3. Comunicación unidireccional y bidireccional
  - 1.1.4. Cultura y lenguaje
  - 1.1.5. El perfil de la cadena de usuarios (*stakeholders*)
- 1.2. Estudio de casos de comunicación de proyectos

## UNIDAD II. Estrategia de comunicación

### Competencia:

Diseñar una estrategia de comunicación, a partir del análisis e investigación del contexto, la cadena de usuarios (*stakeholders*) y/o audiencia específica, con el fin de dar a conocer proyectos de diseño industrial, con interés, responsabilidad y visión emprendedora.

### Contenido:

**Duración:** 10 horas

- 2.1. Identidad de marca
- 2.2. Información necesaria para el proyecto (*brief*)
- 2.3. Segmentación de audiencia
- 2.4. Objetivos de comunicación
- 2.5. Canales de comunicación
- 2.6. Plan de implementación
- 2.7. Seguimiento y evaluación

## UNIDAD III. Comunicación de proyectos

### Competencia:

Generar productos comunicativos de diseño industrial, mediante la identificación de sus elementos y características, con el fin de comunicar de manera eficaz un proyecto, con actitud proactiva, objetiva y creativa.

### Contenido:

**Duración:** 16 horas

- 3.1. Elementos de identidad
- 3.2. Narrativa / Story telling
- 3.3. Productos comunicativos del Diseño Industrial
  - 3.3.1. Diagramas, renders, bocetos, planos, maquetas, modelos y prototipos
  - 3.3.2. Presentaciones
    - 3.3.2.1. Informes
    - 3.3.2.2. *Showroom*
    - 3.3.2.3. Portafolio digital
    - 3.3.2.4. *Pitch*
    - 3.3.2.5. Otras modalidades
- 3.4. Comunicación a través de diferentes canales
  - 3.4.1. Comunicación electrónica
  - 3.4.2. Medios de comunicación social
  - 3.4.3. Otras modalidades
- 3.5. Comunicación de negocios

## VI. ESTRUCTURA DE LAS PRÁCTICAS DE LABORATORIO

No.	Nombre de la Práctica	Procedimiento	Recursos de Apoyo	Duración
<b>UNIDAD I</b>				
1	Estudios de caso de comunicación de proyectos de diseño industrial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las indicaciones del profesor.</li> <li>2. Analiza los estudios de caso a partir de las categorías de análisis proporcionados por el profesor.</li> <li>3. Responde a las preguntas del ejercicio.</li> <li>4. Entrega en tiempo y forma la actividad.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> <li>● El ejercicio sobre los estudios de caso en formato electrónico.</li> <li>● Procesador de textos.</li> </ul>	2 horas
<b>UNIDAD II</b>				
2	Diseño de estrategia de comunicación de proyectos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las indicaciones del profesor.</li> <li>2. Revisa el material compartido por el profesor.</li> <li>3. Plantea dudas que tengas sobre la práctica.</li> <li>4. Realiza la investigación necesaria.</li> <li>5. Diseña la estrategia de comunicación de proyectos.</li> <li>6. Entrega en tiempo y forma el documento.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> <li>● El ejercicio guía para el diseño de la estrategia.</li> <li>● Procesador de textos.</li> </ul>	4 horas
<b>UNIDAD III</b>				
3	Informe de proyecto de diseño	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las indicaciones del profesor.</li> <li>2. Revisa el contenido y las características de un informe de proyecto.</li> <li>3. Elabora un informe de proyecto acorde a las recomendaciones de Milton &amp; Rodgers.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> <li>● Estrategia de comunicación previamente diseñada.</li> <li>● Procesador de textos.</li> <li>● <i>Software</i> de diseño.</li> </ul>	2 horas

		4. Entrega en tiempo y forma el documento.		
4	Análisis de showroom	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las indicaciones del profesor.</li> <li>2. Describe cada uno de los showrooms a través de los sitios web proporcionados por el profesor.</li> <li>3. Elabora una tabla comparativa de los showrooms en donde identifiques similitudes, diferencias y hallazgos importantes.</li> <li>4. Redacta un reporte de la actividad realizada.</li> <li>5. Entrega en tiempo y forma el documento.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> <li>● Estrategia de comunicación previamente diseñada.</li> <li>● Procesador de textos.</li> </ul>	2 horas
5	Análisis de portafolios digitales de diseñadores industriales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atiende las indicaciones del profesor.</li> <li>2. Selecciona tres portafolios digitales de diseñadores industriales para su análisis, a partir de los enlaces electrónicos proporcionados por el profesor.</li> <li>3. Analiza los portafolios digitales a partir de las categorías de análisis: <i>Estructura, elementos, retícula, mensaje y composición.</i></li> <li>4. Genera un reporte de la actividad realizada.</li> <li>5. Entrega en tiempo y forma tu documento.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> <li>● Estrategia de comunicación previamente diseñada.</li> <li>● Procesador de textos.</li> </ul>	2 horas
6	Manual de identidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realiza un análisis FODA del proyecto.</li> <li>2. Define las fortalezas y conceptos a comunicar.</li> <li>3. Diseña la propuesta principal de imagen y <i>namning</i> que comuniquen de manera efectiva los conceptos</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> <li>● Estrategia de comunicación previamente diseñada.</li> <li>● Procesador de textos.</li> <li>● <i>Software</i> de diseño.</li> </ul>	4 horas

		<p>definidos anteriormente utilizando los elementos de diseño y comunicación.</p> <p>4. Integra los elementos en un manual de identidad visual incluyendo un texto de presentación para tu documento.</p> <p>5. Entrega en tiempo y forma el documento.</p>		
7	Diseño de portafolio	<p>1. Atiende las indicaciones del profesor.</p> <p>2. Define la narrativa a partir de la estrategia de comunicación diseñada previamente.</p> <p>3. Selecciona productos de diseño propios a comunicar mediante el portafolio.</p> <p>4. Explora <i>software</i> y las herramientas digitales para el diseño de portafolio.</p> <p>5. Determina la estructura, los elementos, la retícula, el mensaje y la composición del portafolio digital a partir de las características y recomendaciones proporcionadas.</p> <p>6. Diseña el portafolio digital mediante la integración de todos los componentes (identidad, estructura, tipografía, color, mensaje, imágenes de modelos, maquetas, renders, bocetos, fotografías, procesos, etc).</p> <p>7. Elabora una presentación visual del portafolio digital para exponer frente a una audiencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> <li>● Estrategia de comunicación previamente diseñada.</li> <li>● Manual de identidad</li> <li>● Procesador de textos.</li> <li>● <i>Software</i> de diseño.</li> </ul>	8 horas
8	El Pitch (video)	<p>1. Atiende las indicaciones del profesor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Equipo de cómputo.</li> <li>● Internet.</li> </ul>	8 horas

		<p>2. Redacta el guión de un <i>Pictth</i> (con una duración de cinco minutos) el cual contenga:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>A. Problema práctico</li><li>B. Solución de diseño,</li><li>C. Implementación,</li><li>D. Impacto esperado, y</li><li>E. Conclusión.</li></ul> <p>3. Atiende a las observaciones realizadas por el profesor.</p> <p>4. Ensayo y practica discurso con volumen y uso de voz (tono, ritmo, volumen y entonación) adecuado.</p> <p>5. Realiza un video con apoyo de imágenes del portafolio digital y con el discurso previamente ensayado.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>● Estrategia de comunicación definida previamente.</li><li>● Procesador de textos.</li></ul> <p><i>Software</i> de diseño.</p>	
--	--	---	--	--

## VII. MÉTODO DE TRABAJO

**Encuadre:** El primer día de clase el docente debe establecer la forma de trabajo, criterios de evaluación, calidad de los trabajos académicos, derechos y obligaciones docente-alumno.

### **Estrategia de enseñanza (docente):**

- Aprendizaje basado en problemas
- Técnica expositiva, ejercicios prácticos, entre otras.
- Presenta y resuelve ejercicios prácticos relacionados con las temáticas
- Dirige, supervisa y retroalimenta las prácticas de taller
- Propicia la participación activa de los estudiantes
- Revisa y evalúa reportes de prácticas y actividades

### **Estrategia de aprendizaje (alumno):**

- Investiga y analiza información sobre conceptos básicos
- Resuelve ejercicios prácticos proporcionados por el profesor
- Analiza casos de estudio
- Realiza las prácticas de taller
- Participa activamente en clase
- Elabora y entrega reportes de lectura
- Trabaja de manera individual y en equipo
- Elabora y entrega actividades en tiempo y forma

## VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

La evaluación será llevada a cabo de forma permanente durante el desarrollo de la unidad de aprendizaje de la siguiente manera:

### Criterios de acreditación

- Para tener derecho a examen ordinario y extraordinario, el estudiante debe cumplir con los porcentajes de asistencia que establece el Estatuto Escolar vigente.
- Calificación en escala del 0 al 100, con un mínimo aprobatorio de 60.

### Criterios de evaluación

- Informes y reportes escritos.....	10%
- Estudios de caso.....	15%
- Estrategia de comunicación.....	25%
- Portafolio digital .....	25%
- Presentación del Pitch.....	25%
<b>Total.....</b>	<b>100%</b>

## IX. REFERENCIAS

Básicas	Complementarias
Calvera, A. (2007). <i>De lo bello de las cosas para una estética del diseño</i> . México: Gustavo Gili [clásica]	Bedolla, D. (2018). <i>Emociones y Diseño Sensaciones, Percepciones y Deseos</i> . México: Designio
Hallgrimsson, B. (2019). <i>Prototyping and Modelmaking for Product Design</i> . Canada: Laurence King Publishing	Briede, J., Cabello M., & Hernandis, B.. (2014). Concurrent sketching model for the industrial product conceptual design. <i>Dyna</i> , 81(187), 199–208< <a href="http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;db=edsdoj&amp;AN=edsdoj.fb9a2f36e5cc405c93df3b5aae0f987f&amp;lang=es&amp;site=eds-live">http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&amp;db=edsdoj&amp;AN=edsdoj.fb9a2f36e5cc405c93df3b5aae0f987f&amp;lang=es&amp;site=eds-live</a> > [clásica]
Hynes, H. (2019) <i>Project Communication from start to finish</i> . USA: Business Expert Press.	Guayabero, O. y Úbeda, R. (2016). <i>Conversación Polifónica sobre diseño y otras cosas Retrato imperfecto de Curro Claret</i> . Barcelona: Gustavo Gili
Lamarre, G. (2019). <i>Storytelling como estrategia de comunicación</i> . Francia: Gustavo Gili	Hazenberg, W. (2014). <i>75 Tools for creative thinking: A fun card deck for creative inspiration</i> . Amsterdam: Bis Publishers < <a href="http://75toolsforcreativethinking.com/">http://75toolsforcreativethinking.com/</a> > [clásica]
Lupton, E. (2019). <i>El diseño como storytelling</i> . USA: Gustavo Gili	Margolin, V. (2005). <i>Las políticas de lo artificial: Ensayos y Estudios sobre el diseño</i> . EUA: Designio [clásica]
Masfarrer, A. (2019). <i>Diseño de procesos creativos Metodología para idear y cocrear en equipo</i> . Barcelona: Gustavo Gili.	
Mautner, G. & Rainer, F. (2017) <i>Handbook of Business Communication</i> . Boston/Berlin: De Gruyter	
Milton, A. y Rodgers, P. (2011). <i>Product Design (Portfolio)</i> ; United Kingdom: Laurence King Publishing [clásica]	
Milton, A. y Rodgers, P. (2013) <i>Research Methods for Product Design</i> ; United Kingdom: Laurence King Publishing [clásica]	
Pilkington, A. (2013). <i>Communicating Projects : An End-to-End Guide to Planning, Implementing and Evaluating Effective Communication</i> . USA. Routledge. [clásica]	

## **X. PERFIL DEL DOCENTE**

El docente que imparta la unidad de aprendizaje de Comunicación de Proyectos debe contar con título de Licenciado en Diseño Industrial, Diseño Gráfico, Comunicación o área afín, con conocimientos avanzados en gestión y presentación de proyectos; preferentemente con estudios de posgrado y dos años de experiencia docente. Debe ser proactivo, creativo, y analítico.