

sílabo

DISEÑO Y TECNOLOGÍA I: DISEÑO DE INTERFACES Y ENTORNOS INTERACTIVOS

I. Datos Informativos:

Código	: 3084121
Carrera	: Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2020 - 1
Ciclo	: 8º ciclo
Categoría	: Formación Profesional Obligatorio de Mención
Créditos	: 04
Pre-requisito	: Integración audiovisual
Docente	: Carlo Rodríguez Viñas.

II. Sumilla

Esta asignatura de formación profesional obligatoria de mención, tiene como objetivo dar a conocer al alumno la estrecha relación que existe entre el diseño de interfaces y la lógica de comprensión que maneja el usuario a través de los diferentes códigos visuales que utilizan. La realización de un análisis de usabilidad y experiencia del usuario permitirá que un proyecto de comunicación multimedia sea más efectivo y Así mismo se entienda como una constante evolución.

El contenido a tratar estará referido a: Herramientas de medición cuantitativa y cualitativa, Relevamiento de Información, Conceptos básicos de marketing, Investigación de mercados, Análisis de la conducta del consumidor, Recorrido a través de la historia de los diversos dispositivos tecnológicos. Diseño para la Tecnología de la información bidireccional. Pruebas de usabilidad, Análisis de la experiencia del usuario. La integración entre los elementos gráficos de interfase. Aplicaciones de interfaces diversas según el contextos de uso. Uso de interfaces programáticas para medios interactivos en general. Herramientas de diseño e ilustración para generar interfaces humanas que permitan entender y faciliten el acceso al usuario a partir de sus necesidades.

III. Competencias

- **General:**
Diseña comprendiendo y aplicando principios estéticos y ergonómicos, interfaces para diferentes entornos interactivos a partir de la necesidad del usuario.
- **Específicas:**
 - Identifica y Comprende los códigos que utiliza el público objetivo.
 - Evalúa problemas y soluciones de diseño de interfaces en sus específicos contextos aplicativos.
 - Analiza las necesidades de los usuarios en relación a las posibilidades tecnológicas.
 - Aplica los principios del diseño y de la multimedia.
 - Comprende el significado y la complejidad del concepto de interfaz.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Introducción al curso.

2ª Semana

- 10 reglas heurísticas de usabilidad.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Conociendo mejor al usuario. Mapa de la empatía.

4ª Semana

- Proyecto 1. Investigación.

5ª Semana

- Plan de proyecto, cronograma, evidencias y análisis de usuario final.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Propuesta a nivel de wireframes.

7ª Semana - Examen Parcial + Clase

- Validación con usuarios. Entrega de estudio.

8ª Semana

- Validación con usuarios. Entrega de estudio.

9ª Semana

- Desarrollo de propuesta gráfica.

10ª Semana

- Campaña marketing 360.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Concepto de campaña marketing 360.

12ª Semana

- Revisión de propuesta gráfica campaña marketing 360.

13ª Semana

- Revisión de propuesta gráfica campaña marketing 360.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Entrega de campaña marketing 360.

15ª Semana - Examen Final

16ª Semana – Entrega de Notas

V. Metodología

- La metodología utilizada en el dictado del curso es teórico-práctica. En la teoría se verán temas relacionados con los conceptos de las interfaces, el análisis de los usuarios, criterios críticos y de calidad. En la práctica se harán ejercicios para comprobar diferentes soluciones de acuerdo a los conceptos pertinentes.
- La segunda parte del curso será dedicada al desarrollo de un prototipo aplicando los conceptos teóricos presentados en la 1 parte y al análisis de interfaces de productos comerciales escogidos por el alumno.
- El enfoque será en el concepto y en el diseño, dejando libre al alumno de escoger su aplicación.

VI. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua (40%) → Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%)
- Examen Final (30%)

Los resultados de la evaluación CONTINUA 4 se entregarán y publicarán en paralelo a los resultados del Examen Final.

VII. Fuentes

N°	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	006.7/N55	Nielsen, J.; Loranger, H. (2007). <i>Usabilidad: Prioridad en el diseño web</i> . Madrid: Ediciones Anaya.
2	005.7/S79	Steane, J. (2008). <i>Los Principios y Procesos de Diseño Interactivo</i> . USA: Bloomsbury.
3	741.6/A47	Allanwood, G.; Breare, P. (2014). <i>Diseño de experiencias de usuario</i> . Barcelona: Parramon.
4	EBSCO: ART SOURCE	Plumley, G. (2011). Website Design and Development : 100 Questions to Ask Before Building a Website. Vol. 1, pp 360. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM0NjU0MI9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=10&format=EB&rid=2
5	EBSCO: ART SOURCE	Ambrose, G.; Harris, P. (2009). The Fundamentals of Graphic Design. Vol. 1, pp 192. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzI5NTcwN19fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=11&hid=115&format=EB
6	EBSCO: ART SOURCE	Ambrose, G.; Harris, P. (2011). Layout. Vol.2, pp 216. Recuperado desde: http://web.b.ebscohost.com/ehost/ebookviewer/ebook/bmxlYmtfXzM2NjU0NI9fQU41?sid=6fb2f52c-45d8-4895-b708-d1d524168c34@sessionmgr120&vid=12&hid=115&format=EB
7	Repositorio UCAL	Deza. L. (2008). Personalidad y Creatividad. Repositorio UCAL. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/bitstream/handle/ucal/165/LD1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fuentes Complementarias

Rogers, D. (2011). *The Network Is Your Customer: 5 Strategies to Thrive in a Digital Age*. EEUU:

Yale University Press.

Nielsen, J. (1999). *Designing Web Usability: The Practice of Simplicity*. EEUU: New Riders.

Godin, S. (2009). *Purple Cow, New Edition: Transform Your Business by Being Remarkable*. Inglaterra: Penguin.

Dix, A. (1998). *Human-Computer Interaction. 3rd Edition*. EEUU: Prentice Hall.

Shneiderman, B. (1998). *Designing The user interface, Strategies for effective Human-computer interaction*. EEUU: Addison-Wesley.

Pintado, T; Sánchez J. (2014). *Nuevas tendencias en comunicación estratégica*. España: ESIC Editorial.