

sílabo

PROYECTOS INTERDISCIPLINARIOS

I. Datos Informativos

Código	: 1093104
Carrera	: Arquitectura de Interiores, Comunicaciones, Diseño Gráfico Publicitario
Semestre	: 2020-2
Ciclo	: 9° ciclo
Categoría	: Formación Profesional
Créditos	: 03
Pre-requisito	: Culminar 8° ciclo
Docente	: Marcela Trinidad, Gilbert Paredes.

II. Sumilla

La presente asignatura de formación profesional, tiene como objetivo profundizar en el concepto de interdisciplinariedad entendida como la integración y la globalización del conocimiento derivado de cada uno de las disciplinas que desarrolla la universidad. Esta materia quiere estimular en el alumno la capacidad de desarrollar desde la perspectiva de la innovación, propuestas de solución basadas en las necesidades de las personas, enfatizando en la investigación y la experimentación que convergan desde las distintas profesiones.

El contenido a tratar esta referido a la elaboración de un proyecto y al proceso creativo en los proyectos interdisciplinarios: la exploración, la conceptualización, la ideación, el desarrollo y la validación, incluyendo los costos materiales que se emplearán hasta finalizar en la materialización de la propuesta. Lo interesante de la asignatura es que es un trabajo en equipo que está integrado por un alumno de cada especialidad por lo que cada uno puede aportar su visión particular de interpretación y visión.

III. Competencias

- **General:**
Construye y elabora una solución integral creativa a un problema planteado en un contexto social o comercial con compromiso.
- **Específicas:**
 - Evalúa y experimenta con la información resultado de su investigación para encontrar la mejor alternativa de solución con apertura.
 - Analiza y combina diversas alternativas de solución al problema planteado con coherencia.
 - Sustena la solución con persuasión.

IV. Contenidos

1ª Semana

- Alcance del proyecto.
- Enfoque de StartUp vs Emprendimiento
- Explicación de equipos de trabajo interdisciplinario y formación.
- Expectativas y alcances de las disciplinas con **Asesores**.
- **Plenaria Asesor:** Presentación del método Pro.Seso Creativo 3.0.
- Planning de las etapas.
- Problemática y selección de desafíos.

2ª Semana

- Terminar de formar equipos de trabajo.
- Protocolos del equipo y de la investigación aplicada.
- **Plenaria Asesor:** Explicación de fase Exploración del Pro.seso Creativo 3.0.
- Inicio de investigación de fuentes secundarias.
- Inmersión y definición del problema inicial.
- Planificación del proyecto.

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Evaluación de planificación de proyecto, roles, protocolos, y la presentación del problema y del análisis de fuentes secundarias.
- Técnicas de investigación etnográfica digital: entrevista etnográfica, bitácoras etnográficas digitales. **Asesoría con invitado especialista.**
- Planificación de campo digital.
- **Plenaria** con jurado para evaluar alcance de proyecto.

4ª Semana

- Organización de la información, clustering
- Mapa de actores.
- Primer análisis de campo.
- Otras técnicas de investigación exploratorias. “reconstrucción de la escena”. **Asesoría con invitado especialista.**
- Plenaria: Tipos de Innovación: Productos, Procesos, Sistemas. Tecnologías y otras soluciones no digitales. Movimiento Maker.

5ª Semana

- Nuevos hallazgos de campo.
- Estructura para formular arquetipos.
- Estructura para formular Insights.
- Primer diagnóstico.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Nuevos hallazgos de campo.
- Presentación del diagnóstico.
- Formulación y selección de insights.

7ª Semana - Examen Parcial

- **Jurado** y presentación de la investigación:
El problema reformulado y el desafío relacionado al problema.
El arquetipo y el insight.
La información contextual de campo y la información secundaria.

8ª Semana

- **Plenaria con Asesor** Explicación de la fase Conceptualización e Ideación del Pro.seso Creativo 3.0.
- Exploración, experimentación y definición de Concepto principal y secundarios.
- Técnicas de ideación y exploración de potenciales ideas de solución.
- **Asesor:** Presentación de manual de comunicación y campaña 360 con guía del video obligatorio.

9ª Semana

- Presentación de ideas de solución, mínimo 3 diferentes.
- **Jurado:** Feedback de las propuestas de solución y selección del jurado.
- **Plenaria con Asesor** Explicación de la fase Desarrollo del Pro.seso Creativo 3.0.
- Prototipos: técnicas y planning del prototipo.

10ª Semana

- Desarrollo del prototipo en baja resolución.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Presentación de prototipo en baja resolución.
- **Plenaria con Asesor** Explicación de la fase Validación del Pro.seso Creativo 3.0.
- Plenaria de Validación: técnicas y planning de la validación.
- Indicadores de medición de éxito.
- Simulación de validación.

12ª Semana

- Hallazgos de la primera iteración en validación.
- Refinamiento y simulación.

13ª Semana

- Hallazgos de la segunda iteración en validación.
- Refinamiento y simulación.
- Plenaria de estructura de Presentación Pitch.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Hallazgos de la tercera iteración en validación.
- Conclusiones y aprendizajes.

15ª Semana - Examen Final

- Presentación informe final escrito en digital.
- Presentación Pitch final en equipos **con jurado**.

16ª Semana –Entrega de Notas

- Entrega de notas y retroalimentación.

V. Metodología

La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, trabajos en equipos, conversación, exposición, aprendizaje basado en problemas y casos reales, investigación y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas con estrategias del docente, videos, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos. La investigación es permanente para los estudiantes y el docente.

VI. Investigación formativa:

El curso atiende el proceso de investigación a través de la elaboración de una presentación final.

VII. 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%), se compone de actividades académicas desarrolladas en el aula, y los avances de trabajos de investigación.
- Evaluación Final (30%), se compone de la nota grupal de presentación del trabajo final mediante un informe escrito y sus evidencias (50%), y la sustentación del mismo (50%). La sustentación se realizará de forma grupal, sin embargo, la nota es individual.

VIII. Fuentes

Nº	CÓDIGO CIDOC	FUENTE
1	741.6/K48	Kumar, V. (2013). <i>101 Métodos de diseño</i> . Canada: Wiley.
2	741.6/A68	Arfuch, L., Chaves, N y Ledesma, M (2005). <i>Diseño y comunicación: teorías y enfoques críticos</i> . Argentina: Paidós.
3	720.1/I35	Iglesia, R (2010). <i>Habilitar, Diseñar</i> . Argentina: Nobuko.
4	EBSCO: Art Source	Holston, D. (2011). <i>The Strategic Designer : Tools and Techniques for Managing the Design Process</i> . Cincinnati, Ohio: HOW Books.
5	EBSCO: Art Source	Ambrose, G., & Harris, P. (2005). <i>Colour</i> . Lausanne, Switzerland: AVA Publishing.
6	EBSCO: Art Source	Myers, D. R. (2009). <i>The Graphic Designer's Guide to Portfolio Design</i> . Hoboken, NJ: Wiley.
7	Repositorio UCAL	Mas, O (2014-03). Diseñando País. El Valor del Diseño. Recuperado de: http://repositorio.ucal.edu.pe/handle/ucal/146

Fuentes complementarias

Eemmitt, S. (2010). *Managing Interdisciplinary Projects*. EEUU: Routledge.

Robson, C. (2007). *How to do a Research Project*. EEUU: Blackwell Publishing.

Pigza, J. (2014). *Biblio Craft a Modern Crafter's Guide to Using Library Resources to Jumpstart Creative Projects*. EEUU: Stewart, Tabori and Chang.

Berkun, S. (2008). *Making Things Happen: Mastering Project Management (Theory in Practice)*. EEUU: O'Reilly.