

CARTA DESCRIPTIVA (FORMATO MODELO EDUCATIVO UACJ VISIÓN 2020)

I. Identificadores de la asignatura

Instituto:	IADA	Modalidad:	Presencial
Departamento:	Diseño	Créditos:	5
Materia:	Diseño de Experiencias	Carácter:	Optativa
Programa:	Lic. En Diseño Industrial	Tipo:	Seminario
Clave:	DIS987615		
Nivel:	Avanzado		
Horas:	64	Teoría: 16	Práctica: 48

II. Ubicación

Antecedentes: Taller de Método de Diseño Industrial	Clave DIS915800
Consecuente: Ninguna	

III. Antecedentes

Conocimientos: Principios básicos de diseño industrial: habilidades para bocetar, crear modelos y prototipos, conocimiento introductorio de diseño centrado en la persona.

Habilidades: Lectura y redacción en Español, lectura de documentos en Inglés, iniciativa a la investigación y reflexión ligada a lecturas asignadas y práctica del diseño.

Actitudes y valores: Disciplina, responsabilidad, solidaridad y honestidad.

IV. Propósitos Generales

Al culminar el curso el estudiante será capaz de:

- Entender y manejar los factores fundamentales que impactan la experiencia humana con los artefactos.

- Identificar como la experiencia afecta el diseño de productos.
- Manejar un método general para diseñar experiencias e implementarlo en al menos tres ejercicios, en donde la experiencia estructura el proceso de diseño.
- Estar familiarizado con el diseño centrado en la persona
- Estar familiarizado con el concepto investigación en diseño. Se explorará al menos un tema relevante al diseño de experiencias siguiendo el método científico.

V. Compromisos formativos

Intelectual: Reflexión crítica en relación a la práctica del diseño

Humano: Analizar cómo los usuarios se relacionan con un servicio o producto y la experiencia resultante de dicha interacción.

Valorar la lectura de artículos de investigación en el diseño industrial como medio para fomentar el hábito de la lectura.

Social: Hacer notar la importancia de que el diseño de productos tiene impacto social, siempre y cuando se haga de forma conciente y previendo un beneficio en las personas.

Profesional: Implementar el diseño de experiencias en los proyectos de los estudiantes. Elaborar hipótesis sobre cómo mejorar la experiencia del usuario. Acercarse a la investigación en diseño.

VI. Condiciones de operación

Espacio: Aula con Internet y proyector

Laboratorio: No aplica

Mobiliario: Mesas Duplex

Población: 10 - 15

Material de uso frecuente:

- A) Lap-top
- B) Proyector
- C) Pizarrón y marcadores

Condiciones especiales: No aplica

VII. Contenidos y tiempos estimados

Temas	Contenidos	Actividades
<p>Semana 1 Introducción 2 Sesiones 4Hrs x Unidad 4 Hrs x Sem</p>	<p>Identificar intereses y conocimientos de alumnos en relación a la experiencia humana y su relación con los artefactos.</p>	<p>Leer la metamorfosis considerando la descripción de la experiencia de Gregorio al ser un insecto. Reflexionar en relación a dos temas: ¿qué es la experiencia humana? y ¿qué es/hace una nueva experiencia?</p>
<p>Semana 2 Unidad 1: Experiencia del usuario 2 sesiones 4 Hrs x Unidad 4Hrs x Sem.</p>	<p>Teoría: Introducción a la experiencia del usuario. Presentación de teoría a través de los modelos más importantes de experiencia de usuario.</p>	<p>Esta unidad responde a la pregunta ¿Qué es la UX? Taller de Diseño Centrado en el Usuario. Lectura: Qué es la experiencia del usuario en el diseño de producto. Realizar un mapa mental o una infografía de la lectura. Actividad: Revisar tres modelos de experiencia del usuario y sintetizarlos. Conclusión Unidad 1</p>
<p>Semana 3 Unidad 2: Las emociones 6 sesiones 12 Hrs x Unidad 4Hrs x Sem.</p>	<p>El objetivo es que los estudiantes utilicen y se familiaricen con el método para estudiar e identificar las emociones que un producto en específico estimula al dueño/usuario.</p>	<p>Esta unidad responde a la pregunta ¿Qué impacto tienen las emociones en la UX? Para responderlo se estudiará una experiencia desagradable con un producto. Lectura: Ética en la intervención psicosocial. Introducción a las emociones y conceptos básicos Introducción al método para reportar las emociones. Realizar el análisis general. Evaluar las estrategias propuestas anteriormente para seleccionar una y desarrollar un concepto. Conclusión Unidad 2.</p>
<p>Semana 6 Unidad 3: El contexto. 8 sesiones 16 Hrs x Unidad 4Hrs x Sem.</p>	<p>Estudiar el rol del contexto en el diseño de experiencias. Familiarizarse con herramientas de Diseño Centrado en la Persona (DCP). Para desarrollar este ejercicio los alumnos seleccionarán una herramienta de DCP para investigar el rol del contexto en la experiencia con un producto de consumo.</p>	<p>Esta unidad responde a la pregunta ¿El contexto tiene impacto en la UX? Se realizarán entrevistas y observaciones para entender el rol del contexto. Se presentan los resultados y generan conceptos para mejorar el diseño estudiado considerando la información recabada Se presentan los conceptos y se reporta el rol del contexto en la experiencia del usuario (UX). Conclusión Unidad 3</p>
<p>Semana 9 Unidad 4. Aplicaciones móviles</p>	<p>Revisión de conceptos básicos para el diseño de una aplicación móvil.</p>	<p>Esta unidad responde a la pregunta ¿Cómo incluir la UX en el diseño de aplicaciones móviles? Se revisa el método de diseño</p>

<p>8 sesiones 16 Hrs x Unidad 4Hrs x Sem.</p>		<p>seleccionado por el profesor. Se presenta la estrategia de trabajo Se desarrolla la aplicación Conclusión Unidad 4</p>
<p>Semana 12 Unidad 5: La interacción 8 sesiones 16 Hrs x Unidad 4Hrs x Sem.</p>	<p>Estudiar y analizar el rol de la interacción en la relación usuario-producto. Los estudiantes comprenderán y utilizarán elementos de interacción física y no física para diseñar una nueva experiencia para escuchar música. Esto a través de la revisión de las propiedades de interacción que se han identificado hasta el día de hoy. Los estudiantes entenderán el rol de la interacción y realizar una reflexión en relación a este elemento de la experiencia.</p>	<p>Esta unidad responde a la pregunta ¿qué impact tiene la interacción en la UX? Se realizarán las siguientes lecturas: 1) Interacción, actividades y experiencia del usuario 2) La interacción en el diseño de productos 3) Transparencia de los objetos Heidegger 4) Exploring relationships between interaction attributes and experience. Discusión en relación al rol de la interacción en el diseño y delimitación del objetivo del ejercicio: Diseñar un reproductor de música que implemente una interacción novedosa. Se desarrollarán nuevos conceptos de interacción Revisión de avances de conceptos Realización de Prototipos rápidos Presentación de resultados y se realizará una discusión grupal del rol de la interacción en la UX. Conclusión Unidad 5</p>
<p>Semana 16 Conclusión del curso 2 sesiones 4 Hrs x Unidad 4Hrs x Sem.</p>	<p>Concluir el curso y dar retroalimentación a los estudiantes.</p>	<p>Reportar retroalimentación de los ejercicios a cada estudiante. Identificar áreas de oportunidad para mejorar el curso.</p>

VIII. Metodología y estrategias didácticas

Metodología Institucional:

- a) Elaboración de ensayos, reportes, investigación, monografías (según el nivel) consultando fuentes bibliográficas, hemerográficas y en Internet.
- b) Elaboración de reportes de lectura de artículos, actuales y relevantes, en lengua castellana e inglesa.

Estrategias del Modelo UACJ Visión 2020 recomendadas para el curso:

- a) Aproximación empírica de la realidad

- b) Búsqueda, organización y recuperación de información
- c) Comunicación horizontal
- d) Descubrimiento
- e) Ejecución-ejercitación
- f) Elección, decisión
- g) Evaluación
- h) Experimentación
- i) Extrapolación y transferencia
- j) Internalización
- k) Investigación
- l) Meta cognitivas
- m) Planeación, previsión y anticipación
- n) Problematización
- o) Proceso de pensamiento lógico y crítico
- p) Procesos de pensamiento creativo divergente y lateral
- q) Procesamiento, apropiación-construcción
- r) Significación generalización
- s) Trabajo colaborativo

IX. Criterios de evaluación y acreditación

Institucionales de acreditación:

Acreditación mínima de 80% de clases programadas

Entrega oportuna de trabajos

Pago de derechos

Calificación ordinaria mínima de 7.0

Permite examen único: no

Se deben entregar todos los ejercicios para acreditar el curso.

Evaluación del curso

Acreditación de los temas mediante los siguientes porcentajes:

Unidad 1: Teoría	15%
Unidad 2: Emociones	20%
Unidad 3: Contexto	20%
Unidad 4: Aplicación	20%
Unidad 5: Interacción	25%
Total	100 %

X. Bibliografía

BASE

- Arhippainen, L., & Tähti, M. (2003). Empirical Evaluation of User Experience in Two Adaptive Mobile Application Prototypes. *2nd International Conference on Mobile Idots Proceedings* (pp. 27-34).
- Berger Faraco C. Y Faeger de Sousa M.A. (2008) Ética en la intervención psicosocial. En Enfoques conceptuales y técnicos en *Psicología comunitaria*.
- Fernández, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos?. *Butlletí la recerca*, 1-8.
- Forlizzi, J. and Battarbee, K. (2004) 'Understanding experience in interactive systems'. In *Designing interactive system*, pp. 261-269.
- Hassenzahl, M (2010). *Experience Design: Technology for All the Right Reasons*. Morgan & Claypool Publishers.
- Kafka, F. (2014). *La metamorfosis y otros cuentos*. Ediciones LEA.
- Law, E.L.C., Roto, V., Hassenzahl, M., Vermeeren, A.P.O.S., Kort, J. (2009) Understanding, scoping and defining user experience: a survey approach. In *Proceedings of the 27th international conference on Human factors in computing systems*. ACM, p. 719-728.
- Lenz, E., Diefenbach, S., & Hassenzahl, M. (2013, September). Exploring relationships between interaction attributes and experience. In *Proceedings of the 6th International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces* (pp. 126-135). ACM.
- McCarthy, J., & Wright, P. (2004a). Technology as experience. *Interactions*, 11(5), 42. doi:10.1145/1015530.1015549
- Mugge, R., Schoormans, J.P.L. and Schifferstein, H.N.J.(2009) Emotional bonding with personalised products, *Journal of Engineering Design*, 20:5,467-476.
- Ortíz Nicolás, J.C.(2014). Qué es la experiencia del usuario en el diseño de producto. Bedolla Pereda, D., Caballero Quiroz, A., Martínez de la Peña, A., Mercado Colín, L., Morales Zaragoza, N., and Rodríguez Morales, L. (Eds.) *Memorias del 1er Coloquio Internacional Diseño, Experiencia, Usuario*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Ortíz Nicolás, J.C., Aurisicchio, M. & Desmet, P.M.A. (2013) How users experience great products. *The 5th International Congress of International Association of Societies of Design Research*, Tokyo, Japan.
- Ortíz Nicolás, J.C. (2017) Afectividad e interacción en la relación persona-producto. En Ortíz Nicolás J.C. (Ed). *Afectividad y Diseño*. Ciudad de México: UNAM

COMPLEMENTARIA

- Desmet, P.M.A, Ortiz Nicolas, J.C., y Schoormans, J.P.L. (2008) Product Personality in physical interaction, *Design Studies* Vol 29 No 5 pp 458-477
- Kujala, S., et al. (2011). User Experience Curve: A method for evaluating long-term user experience. *Interacting with Computers*, doi:10.1016/j.intcom.2011.06.005
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). The experience economy. *Harvard Business Review*, 76(6).
- Varela, F. J., Thompson, E., and Rosch, E. (1991). *The embodied mind: Cognitive science and human experience*, Cambridge: MIT Press. Capítulo color.

X. Perfil deseable del docente

Nivel: Maestría o doctorado

Área: Diseño

Experiencia: mínimo de 2 años en docencia.

XI. Institucionalización

Responsable del Departamento: M.D.H. Guadalupe Gaytán.

Coordinador/a del Programa: L.D.I. Sergio A. Villalobos Saldaña

Fecha de actualización: Diciembre de 2017

Elaboró: Dr. Juan Carlos Ortíz Nicolás