



Universidad de Nariño

Consejo Académico

ACUERDO NUMERO 057 (16 de Agosto de 2013)

Por el cual se autoriza la realización de DIPLOMADOS PARA ESTUDIANTES DE PREGRADO DEL PROGRAMA DE DISEÑO (BRANDING – GESTION DE MARCA; DISEÑO DE MOBILIARIO INTERIOR Y ECODISEÑO E INNOVACION)

EL CONSEJO ACADEMICO DE LA UNIVERSIDAD DE NARIÑO, EN USO DE SUS ATRIBUCIONES LEGALES Y ESTATUTARIAS y

Que el Comité Curricular y de Investigaciones del Departamento de Diseño, mediante Proposición No. 039 del 16 de Mayo del 2013, presentó ante el Consejo de la Facultad de Artes, la propuesta de DIPLOMADOS como opción de grado para egresados del Programa de Diseño, titulados:

- * Diplomado en Ecodiseño e Innovación
- * Diplomado en Branding (Gestión de Marca)
- * Diplomado en Diseño de Mobiliario Interior.
- * Diplomado en Design Thinking

Que el Consejo de la Facultad de Artes avaló las propuestas y las remite a la Vicerrectoría Académica, mediante Proposición No. 041 del 3 de Mayo y 047 del 17 de Mayo del 2013, respectivamente, para su correspondiente revisión y trámite ante el Consejo Académico.

Que mediante oficio ADA-159-13 del 23 de Mayo de 2013, la Vicerrectora Académica y el Asesor de Desarrollo Académico recomendaron al Departamento de Diseño, realizar algunos ajustes a las propuestas del Diplomado, con base en el Acuerdo No. 018 del 18 de Febrero de 2003.

Que el Departamento de Diseño realizó los ajustes a las propuestas referentes a intensidad horaria, cronograma, criterios de evaluación, planta docente y actividades a evaluar.

Que una vez verificados los ajustes a los contenidos del Diplomado, mediante oficio ADA-236-13 y ADA-237-13 del 29 de Julio del presente año, la Vicerrectoría Académica emite concepto sobre las propuestas de los Diplomados y las remite al Consejo Académico para su estudio y aprobación.

Que el Consejo Académico en sesión del 12 de Agosto del presente año, analizó las propuestas y luego del análisis correspondiente, consideró pertinente avalar la realización de los Diplomados en mención, ad-referendum de que se realicen los siguientes ajustes:

- * El Calendario deberá establecerse a partir de la fecha de aprobación por parte de este Organismo.
- * El Diplomado en mención es únicamente para egresados del Programa de Diseño y por lo tanto el presupuesto no puede contener porcentajes de distribución de recursos, como el que se establece para diplomados que ofrece la VIPRI, que tiene otra connotación, otras condiciones y costos.
- * Establecer en el proyecto, el proceso de evaluación, que debe estar acorde con el establecido en el Estatuto Estudiantil de Pregrado (Artículos 89 al 106).
- * Revisar la estructura del presupuesto.

Que mediante oficio ADA-276-12 del 14 de Agosto del presente año, el Asesor de Desarrollo Académico informa que ha revisado los ajustes a los proyectos de Diplomado, según las observaciones planteadas por el Consejo Académico y corrobora el cumplimiento de los mismos; en consecuencia, se aprueba la realización de los mismos.

Que los Diplomados en Ecodiseño e Innovación, Branding (Gestión de Marca), Mobiliario Interior y Design Thinking han sido desarrollados con base a las necesidades de profundización de los programas de acuerdo al entorno laboral y presentados para cada caso con docentes de los Programas de Diseño Gráfico y Multimedia y Diseño Industrial y profesionales externos, lo anterior para facilitar el vínculo de la academia con sus egresados y garantizar la calidad de sus contenidos.

ACUERDA

ARTICULO 1º Aprobar la realización de los siguientes DIPLOMADOS, como opción de grado para estudiantes del programa de Diseño Gráfico y Multimedial y Diseño Industrial, según la reglamentación que se anexa al presente Acuerdo:

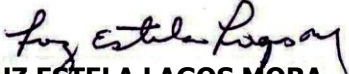
- * Diplomado en Ecodiseño e Innovación
- * Diplomado en Branding (Gestión de Marca)
- * Diplomado en Diseño de Mobiliario Interior.
- * Diplomado en Design Thinking

ARTICULO 2º Aprobar el presupuesto del Diplomado que se anexa a este Acuerdo.

ARTÍCULO 3º Delegar a la Facultad de Artes y al Departamento de Diseño, la elaboración del Calendario Académico de los Diplomados, a realizarse en el presente período académico y a partir de la expedición del presente Acuerdo.

COMUNIQUESE, NOTIFIQUESE Y CUMPLASE.

Dado en San Juan de Pasto, a los 16 días del mes Agosto de dos mil trece (2013).


LUZ ESTELA LAGOS MORA
Presidente (E)


FERNANDO GUERRERO FARINANGO
Secretario General

Diplomado en
ecodiseño e innovación
Departamento de Diseño / Facultad de Artes

Presentado por:
D.I. Pablo Borchers. Mg
D.I. Danilo Calvache Cabrera MFA



presentado por:

D.I. Pablo Borchers. Mg
D.I. Danilo Calvache Cabrera MFA

ei

presentación

La conciencia ambiental es un tema que se ha venido infiltrando desde todo punto de vista debido al visible cambio de nuestro planeta y a la disminución de los recursos del mismo, es por esto que surge un gran interés en la búsqueda de distintos modelos de desarrollo y de alternativas en la manera de concebir la evolución enfocada bajo el término de sostenibilidad.

El diplomado tiene como propósito mostrar a los estudiantes desde una perspectiva creativa e innovadora nuevas herramientas para el desarrollo de productos y servicios de manera sostenible con la misma importancia con la que hasta ahora se incorporaban criterios funcionales, estéticos, económicos, simbólicos y ergonómicos dentro del diseño de un producto o servicio. En este sentido se pretende mostrar las diferentes alternativas y tendencias de innovación enfocadas a la sostenibilidad, para lograr incorporar criterios ambientales y herramientas de comunicación en el diseño de productos y servicios, convirtiéndose en motor de innovación y peldaño clave hacia la sostenibilidad y el consumo responsable.

justificación

El presente diplomado busca concientizar a los diseñadores industriales sobre las actuales problemáticas de la humanidad y muestra herramientas que pueden conducir al desarrollo sostenible de la sociedad mediante el diseño, lo cual implica un gran reto: reinventar la disciplina para que sus ejes principales no sean la producción y el consumo y de este modo se abarquen nuevas prioridades. En este sentido, para tomar acción, es indispensable incrementar una toma de conciencia y reconsiderar los efectos del “hacer” para impulsar una práctica de diseño que gire en torno a valores éticos; “... la responsabilidad máxima del diseñador es contribuir a la producción de un mundo habitable”.¹ Por lo tanto, éste se considera un punto de partida para que a través de la práctica del ecodiseño se pueda llegar a un modelo de sustentabilidad a través de despertar una conciencia ambiental, a partir de una práctica que pueda llevarse a cabo por la mayoría de profesionales que actualmente dependen de un sistema industrial.

áreas temáticas curriculares a complementar

- Innovación
- Sostenibilidad
- Ecodiseño
- Nuevos materiales
- Análisis de ciclo de vida
- Design for all (Diseño para todos)

objetivos

objetivo general

Formar al estudiante en los principios básicos de la sostenibilidad y proporcionar herramientas metodológicas para el desarrollo del ecodiseño. Exponer las ventajas, beneficios y las mejoras que conlleva el uso de estas nuevas estrategias para lograr generar propuestas innovadoras y responsables.

objetivos específicos

- Proveer de los conocimientos y herramientas necesarios para entender y aplicar principios de innovación de valor en el diseño y desarrollo de producto o servicios empleados para la mejora ambiental y social.
- Entender el papel clave del diseño y el análisis del ciclo de vida en relación con la sostenibilidad de los procesos de producción, productos y consumo.
- Conocer las herramientas de análisis ambiental para la evaluación de proyectos de diseño.
- Integrar exigencias ambientales en la realización de proyectos de diseño y darlas a conocer al consumidor (eco-etiquetado).

¹ Manzini, Ezio, Prometheus of the everyday. The ecology of the artificial and the Designer’s Responsibility. Op. Cit. Pág 235.

- Desarrollar una opinión crítica y una visión analítica para liderar acciones de mejora ambiental en el entorno profesional.

dirigido a

La presente propuesta está dirigida a egresados del programa de diseño industrial que deseen tomar la modalidad de trabajo de grado de diplomado, interesados en profundizar el aprendizaje de los principios y las técnicas de la metodología de Ecodiseño, base para el desarrollo de productos y servicios de manera sostenible e innovadora.

contenido temático

Los contenidos del curso profundizan en el entendimiento de la sostenibilidad como base para el desarrollo y la aplicación de las técnicas de ecodiseño para el desarrollo de nuevas propuestas innovadoras de productos o servicios enfocados a las problemáticas regionales. Ofrecen además un enfoque general de estrategias de ecodiseño y herramientas de comunicación.

El temario se divide en 5 bloques básicos, un primer bloque introductorio y un total de 14 módulos distribuidos en 4 bloques que incluyen, además del temario escrito, sesiones de videoconferencia, actividades de participación y debate, workshops, talleres y material de referencia.

Bloque 1: Producción, ética y medio ambiente.

Duración: 40 horas

En este bloque se darán ideas iniciales, conceptos y definiciones sobre las problemáticas actuales a las cuales se enfrentan los diseñadores y la especie humana, realizando una introducción de carácter teórico a la sostenibilidad y conceptos clave relacionados con el impacto ambiental y la huella ecológica. Se busca generar debate sobre las opciones y alternativas planteadas en la actualidad para lograr identificar las actividades que van en contra del desarrollo sostenible y generar intervenciones de diseño mediante un workshop de ética y compromiso social.

Este bloque se divide en dos grandes modulo, en los cuales se abordaran dos temáticas distintas:

Módulo 0: Desarrollo sostenible e impacto ambiental. Ecología industrial.

Módulo 1: Diseño para el 90%. Ética y compromiso social (workshop).

Bloque 2: Ecodiseño: Contexto, conceptos y herramientas.

Duración: 44 horas

Este bloque, bajo el tema ecodiseño, se articula en 4 módulos temáticos, los cuales buscan familiarizar al estudiante con el concepto de ecodiseño e integrarlo con el concepto de Life Cycle Thinking. De igual manera se pretende que desarrolle este concepto mediante el uso y aplicación de las herramientas del ecodiseño en ejercicios prácticos.

Módulo 2: Introducción al ecodiseño.

Módulo 3: Herramientas del ecodiseño.

Módulo 4: Situación actual del ecodiseño.

Módulo 5: Biónica. Tipologías de biónica: Caso práctico: otros conceptos afines

Bloque 3: Herramientas de Análisis Ambiental I.

Duración: 18 horas

En la actualidad existen diversas herramientas para evaluar el impacto ambiental de los productos en cualquiera de sus fases del ciclo de vida, teniendo en cuenta bases de datos unificadas que nos proporcionan la información necesaria para el análisis del impacto ambiental de los productos en el medio ambiente, es por esto que para este bloque se desarrollaran talleres con el fin de que el estudiante pueda hacer uso de estos recursos y a la vez lograr comunicarlos de manera adecuada.

Módulo 6: Indicadores ambientales y comunicación ambiental.

Módulo 7: Herramientas de análisis ambiental cualitativas. Ejemplos prácticos de aplicación de herramientas ambientales cualitativas, tipología de herramientas de análisis ambiental, práctica de análisis ambiental cuantitativo.

Bloque 4: Herramientas de Análisis Ambiental II.

Duración: 20 horas.

En este bloque se busca introducir y familiarizar al estudiante con el uso de herramientas de ACV (análisis del ciclo de vida) que permiten la identificación y cuantificación de los aspectos ambientales asociados al ciclo de vida del producto. El uso de esta herramienta nos permite generar unos resultados más precisos y objetivos, por lo que normalmente requieren mayor volumen y detalle de información, sin embargo, existen herramientas informáticas y guías metodológicas en el mercado que facilitan su aplicación. En este bloque se pretende entender los procesos asociados al ACV cuantitativo y de igual manera familiarizar al estudiante con el uso de programas informáticos para su elaboración. El bloque 4 comprende los siguientes módulos de contenido:

Módulo 8: Herramientas de Análisis Ambiental Cuantitativas. Ejemplos prácticos de aplicación de herramientas ambientales cuantitativa.

Módulo 9: Programas y herramientas informáticas para el ACV.

Bloque 5: Metodología de ecodiseño.

Duración: 60 horas.

En este bloque se busca la ejecución de un proyecto de Ecodiseño, entendido como la inclusión de factores medioambientales y sociales en el desarrollo de productos o servicios, considerando la metodología de aplicación en mejoras ambientales a lo largo de todo su ciclo de vida, con el fin de generar y desarrollar un proyecto de innovación.

Módulo 10: Metodología de ecodiseño. Aspectos innovadores del ecodiseño, casos prácticos de metodologías del ecodiseño; discusión de los casos propuestos.

Módulo 11: Presentación y definición conceptual del proyecto de diseño.

Módulo 12: Desarrollo del proyecto

Módulo 13: Presentación final.

critérios de evaluación

La evaluación de las asignaturas se llevara a cabo siguiendo 5 parámetros que harán media ponderada para dar la nota final, permitiendo una evaluación formativa:

- Participación activa en clase.
- Capacidad de comunicación.
- Presentación (final/parcial) de la materia.
- Resultados de talleres, ejercicios y workshops de clase.
- Nivel adquirido frente a los resultados del aprendizaje.

metodología

El diplomado se desarrollará mediante clases teóricas básicas de cada tema con apoyo de medios audiovisuales y otras herramientas. Se realizara el análisis y discusión de casos referentes al tema, sobre los cuales se realizaran foros de discusión y ejercicios / talleres de aplicación práctica.

proceso de evaluación y actividades a evaluar

(presentaciones finales e intermedias. material a entregar)

El proceso de evaluación académica, en concordancia con el Estatuto Estudiantil de Pregrado, se realizará de manera permanente y sistemática a lo largo del desarrollo del diplomado dada su naturaleza, abarcando cinco actividades en cada uno de los módulos/bloques. Los cuatro primeros bloques tendrán una ponderación de 15% cada uno, y el quinto bloque, correspondiente al Proyecto Final de Diplomado, tendrá una ponderación de 40%, para un total acumulado de 100%.

Módulo/Bloque	Actividad	Descripción	%
Producción, ética y medio ambiente.	Ejercicio 01. Workshop De Ética y Compromiso Social	Aplicación de la herramientas éticas dirigidas a sostenibilidad	15
Ecodiseño: Conceptos clave y herramientas.	Ejercicio 02. Conceptualización De Biónica	Aplicación de las propiedades destacables de un referente natural en la definición de un producto; presentación y sustentación	15
Herramientas de	Ejercicio 03.	Práctica de análisis ambiental	15

Análisis Ambiental I.	Aplicación De Herramientas De Análisis Ambiental	cualitativo y cuantitativo	
Herramientas de Análisis Ambiental II.	Ejercicio 04. Estudio De Mercado Proyecto y Análisis Ambiental Sobre El Proyecto	Análisis de la tipología de producto seleccionado y análisis ambiental. Generación de la estrategia de ecodiseño	15
Metodología del ecodiseño	Ejercicio 05: final Proyecto Final Del Diplomado	Memoria del proyecto; defensa del proyecto; prototipo y presentación	40

Según el cuadro anterior, los mecanismos de evaluación permiten la objetividad de la misma en cada módulo o bloque, y son consecuentes con el contenido de los mismos.

cronograma

El diplomado se desarrollará a los largo de 15 semanas dentro un periodo académico regular, a partir de la fecha de aprobación por parte del Consejo Académico.

Duración módulo 1: 40 horas

CLASE 01: 4 horas.

Presentación del diplomado, presentación introductoria de trabajos de Pablo Borchers. Contenido de clase. Sostenibilidad y desarrollo sostenible. Video: una verdad incómoda, Al Gore; reflexión del video.

CLASE 02: 4 horas

Ecología ambiental: presentación de casos prácticos, huella ecológica: ¿Cómo medir el impacto ambiental?; estrategias para medir el impacto ambiental. Las 3R's.

CLASE 03: 4 horas

Presentación y debate sobre el trabajo de Paul Polak y el diseño para el 90%; análisis de ejemplos existentes. Ética y compromiso social; comercio justo.

CLASE 04: 4 horas

Presentación del workshop de ética y compromiso social del diseño; Programación del workshop y objetivos a alcanzar; presentación de los temas para desarrollar; conformación de los grupos de trabajo. Asignación de los temas a los grupos para el desarrollo del workshop. Desarrollo de metodología: Se genera la pregunta inicial con el fin de generar expectativa al responderla, esto llevará a cuestionarse, en el sentido de que? quién? a quién? donde? se provoca esa problemática, con el fin contextualizarse e investigar para llegar a una alternativa de intervención a manera de campaña de sensibilización, cuestionamiento y llamado de atención en la ciudad.

CLASE 05: 4 horas

Presentación de las observaciones y análisis de la posible intervención. Feedback.

CLASE 06: 4 horas

Presentación de las alternativas de intervención; evaluar, elegir y concretar; seleccionar el lugar de intervención. Feedback

CLASE 07: 4 horas

Diseñar y detallar. Feedback.

CLASE 08: 4 horas

Generar el plan de intervención. Presentación gráfica.

CLASE 09: 4 horas

Realizar la intervención.

CLASE 10: 4 horas

Presentación de la intervención; entrega de datos, feedback.

Duración módulo 2: 44 horas

CLASE 11: 4 horas

Contexto de Ecodiseño: introducción al ecodiseño; ecodiseño e innovación; las 5 fases del ciclo de vida; definición en clase; Casos prácticos, otros conceptos afines.

CLASE 12: 4 horas

Herramientas del ecodiseño; Vectores de diseño y producción sostenible; Casos prácticos. Ejercicio de aplicación.

CLASE 13: 4 horas

Situación actual del ecodiseño; Tendencias; Smart cities; Casos prácticos. Análisis de las problemáticas regionales y generar alternativas para Pasto.

CLASE 14: 4 horas

Biónica: definición de biónica Tipologías de biónica; aspectos innovadores de la biónica; Caso práctico: otros conceptos afines.

CLASE 15: 4 horas

Conceptualización de biónica: presentación del proyecto de biónica; Aplicación de las propiedades destacables de un referente natural en la definición de un producto.

CLASE 16: 4 horas

Presentación de las observaciones y análisis de las propiedades. Feedback.

CLASE 17: 4 horas

Presentación de las propiedades; evaluar, elegir y generar conceptos; seleccionar los conceptos. Feedback

CLASE 18: 4 horas

Desarrollar concepto, seleccionar; detallar. Feedback.

CLASE 19: 4 horas

Diseño del producto; detallar.

CLASE 20: 4 horas

Presentación gráfica.

CLASE 21: 4 horas

Presentación del producto, feedback.

Duración módulo 3: 18 horas

CLASE 22: 4 horas

Indicadores ambientales; ecoindicadores; eco etiquetado; normativa; casos prácticos. Comunicación ambiental; tipología de herramientas de análisis ambiental; casos prácticos; programas y páginas web.

CLASE 23: 6 horas

Herramientas de análisis ambiental cualitativas; análisis de ciclo de vida; etapas de producción de los productos; sostenibilidad y empresa; casos prácticos; ejercicios prácticos de aplicación de herramientas ambientales cualitativas: analizar varios productos que serán llevados a consideración, tipología de herramientas de análisis ambiental, práctica de análisis ambiental cuantitativo.

CLASE 24: 4 horas

Presentación del trabajo: aplicación del ACV mediante el uso de herramientas cualitativas en productos o proyectos ya realizados; selección del producto y análisis.

CLASE 25: 4 horas

Presentación del ACV en un diseño propio. Feedback.

Duración módulo 3: 20 horas

CLASE 26: 4 horas

Cradle to cradle. Introducción al concepto de cradle to cradle, debate sobre casos certificados de C2C. Video: "100% hecho de Basura" – Video: William McDonough sobre el diseño de cuna a cuna.

CLASE 27: 4 horas

Introducción al ACV cuantitativo; Tipos de resultados; Herramientas de Análisis Ambiental Cuantitativas. Ejemplos prácticos de aplicación de herramientas ambientales cuantitativa.

CLASE 28: 4 horas

Programas y herramientas informáticas para el ACV. Caso práctico de Solidworks 2013, herramienta de sostenibilidad; EPU manager, programa utilizado para el ACV de productos electrónicos; casos prácticos.

CLASE 29: 4 horas

Ejercicio práctico de análisis ambiental cuantitativo.

CLASE 30: 4 horas

Presentación del ejercicio.

Duración módulo 5: 60 horas

CLASE 31: 4 horas

Introducción al concepto de ecodiseño; que es ecodiseño y que no es ecodiseño; diseño y medio ambiente; ecodiseño, ecoinnovación y empresa; casos prácticos.

CLASE 32: 4 horas

Metodología de ecodiseño: etapas del proceso de ecodiseño en un proyecto; sistemas de gestión integral; coste del ciclo de vida; evaluación de riesgos ambientales; casos prácticos.

CLASE 33: 4 horas

Aspectos innovadores del ecodiseño, ecodiseño y diseño industrial; casos prácticos de metodologías del ecodiseño; discusión de los casos propuestos.

CLASE 34: 4 horas

Ecoestrategias de ecodiseño; clasificación de las estrategias de ecodiseño; casos prácticos de estrategias de ecodiseño.

CLASE 35: 4 horas

Presentación y definición conceptual del proyecto de diseño; definición conceptual y briefing.

CLASE 36: 4 horas

Tutoría del proyecto I. Concepto inicial a partir del briefing.

CLASE 37: 4 horas

Tutoría del proyecto II. Investigación y análisis.

Clase 38: 4 horas

Tutoría del proyecto III. Evaluación y presentación parcial de la investigación.

Clase 39: 4 horas

Tutoría del proyecto IV. Definición conceptual y desarrollo de conceptos. Se contará con la asesoría del diseñador industrial José Vicente Dueñas.

Clase 40: 4 horas

Tutoría del proyecto VI. Desarrollo del producto o servicio. Desarrollo a detalle del concepto seleccionado; mejoras comparativas. Se contará con la asesoría del diseñador industrial José Vicente Dueñas.

Clase 41: 4 horas

Presentación parcial del concepto, bocetos y producto. Se contará con la asesoría del diseñador industrial José Vicente Dueñas.

Clase 42: 4 horas

Tutoría del proyecto VIII. Evaluación y ACV del producto o servicio. Comunicación ambiental.

Clase 43: 4 horas

Tutoría del proyecto X. Desarrollo técnico del producto hasta llegar a un prototipo. Se contará con la asesoría del diseñador industrial José Vicente Dueñas.

Clase 44: 4 horas

Presentación gráfica del proyecto. Asesoría en la presentación del proyecto. Se contará con la asesoría del diseñador industrial José Vicente Dueñas.

Clase 45: 4 horas

Presentación final del proyecto de diplomado.

duración e intensidad horaria

El diplomado se desarrollará a lo largo de 15 semanas dentro un periodo académico regular, con posibilidad de intensificación semanal según la fecha de aprobación.

		Intensidad Horaria	Semanas
Bloque 1	Producción, ética y medio ambiente. Prof. Pablo Borchers	40	3
	Ecodiseño: Conceptos clave y herramientas. Prof. Pablo Borchers Prof. José Vicente Dueñas	44	4
	Herramientas de Análisis Ambiental I. Prof. Pablo Borchers	18	2

Bloque 5 Bloque 4	Herramientas de Análisis Ambiental II. Prof. José Vicente Dueñas	20	2
	Metodología del ecodiseño Prof. Pablo Borchers Prof. José Vicente Dueñas	60	4
		182	15

talento humano

Pablo Borchers / Profesor Invitado

Diseñador Industrial (Universidad de Nariño), con estudios de maestría en diseño sostenible de producto: innovación y gestión (Istituto Europeo di Design IED y Universidad de Barcelona). Se ha desarrollado profesionalmente en los campos de diseño de sistemas de iluminación navideña para ciudades como Pasto (2009) e Ipiales (2010) y entidades privadas como Unicentro (2012). En la ciudad de Pasto ha dedicado su trabajo a la investigación en ecodiseño de productos, sistemas y servicios de manera autónoma y personal enfocados en el área de las Smart cities y slow cities. En la actualidad está desarrollando proyectos de creación de empresas con énfasis en nuevos materiales y productos enfocados a la innovación en sostenibilidad.

Jose Vicente Dueñas / Profesor Invitado

Diseñador Industrial (Universidad de Nariño), especialista en Biodiseño y Producto Mecatrónico (Universidad de Buenos Aires). Ha trabajado, en las áreas de diseño de producto mecatrónico, diseño de mobiliario, diseño artesanal e imagen corporativa, en departamentos y estudios de diseño como Centro de Desarrollo Artesanal CDA Pasto, CD&I Associates y PASTODISEÑA. En el Encuentro Latinoamericano de Diseño, realizado en Argentina 2012, fue ponente del proyecto "BICIVILIZATE". Actualmente trabaja como diseñador independiente, ofreciendo servicios de colaboración, consultoría y workshops (talleres).

número de estudiantes

El diplomado en Ecodiseño e Innovación está proyectado para trabajar con un número máximo de 25 estudiantes, que reúnan las condiciones para cursar esta opción como modalidad de proyecto de grado.

referencias bibliográficas

McDonough, W.,Braungart, M. Cradle to Cradle = de la cuna a la cuna: Rediseñando la forma en que hacemos las cosas. Ed. Mc Graw-Hill, ISBN 9788448142957

FUAD-LUKE, A. The Eco-Design Handbook. Ed. Thames y Hudson, 2009. ISBN 9780500288399

VIÑOLAS, J. Diseño ecológico (Ed. Blume, 2005) ISBN 9788495439081

Referencias de páginas web

The center for sustainable design (www.cfsd.org.uk)

Eco-innovative products & services, Wuppertal Institute (www.wupperinst.org)

O2 Global network. (www.o2.org)

Mas referencias a libros y webs serán aportados durante el desarrollo del curso.

branding
(gestión de marca)



presentado por:

D.G.M Julie Daza Castillo Mg
D.I. Danilo Calvache Cabrera MFA

br

Diplomado en
branding (gestión de marca)
Departamento de Diseño / Facultad de Artes

Presentado por:
D.G.M Julie Daza Castillo Mg
D.I. Danilo Calvache Cabrera MFA

presentación

El Branding en la teoría sería el concepto de hacer y construir una marca por medio de una estrategia que de valor a esa marca, así dicho uno puede pensar en marcas de empresas que dan una imagen a la marca. Este sería el pensamiento tradicional de Branding, pensamos en el Branding como algo estrechamente ligado a la publicidad comercial, informativa o de entretenimiento creando unos valores humanos o influyendo ideológicamente en las personas que a través de cada marca nos van creando sensaciones positivas y a través de un marketing experiencial calculado hacen de la marca en los consumidores algo que la experiencia nos dice que es positivo, en realidad a todos nos miden nuestra imagen y nos creamos una marca de nosotros mismos, pero éste concepto va más allá, tiene un impacto enorme, ya sea a nivel personal o empresarial.

El Diplomado en Branding ofrece al estudiante introducción y actualización en las tendencias de posicionamiento desde una perspectiva crítica que permita desarrollar las capacidades propositivas de quien gestiona una marca y ejercitar procesos creativos en la implementación del branding.

Se exalta la gestión global de la marca como un factor clave de éxito en los actuales entornos cada vez más competitivos y globalizados.

justificación

El Diplomado en Branding es una propuesta orientada a la correcta gestión de marcas en contextos económicos y sociales que requieren una apropiada implementación de estrategias que contribuyan al crecimiento y proyección empresarial y/o institucional, toda vez que la marca recoge y refleja valores, atributos y promesas vinculadas a su imagen gráfica y su imagen como recurso intangible.

La propuesta permite a los egresados complementar y profundizar en las áreas mencionadas, con lo cual estarán más preparados para enfrentar el mundo laboral y ofrecer en empresas o como independientes servicios de valor en su quehacer diario.

áreas temáticas curriculares a complementar

- Construcción Gráfica de una marca e Identidad Corporativa
- Audiencias y Contextos – Publicidad
- Componente de creatividad
- Experiencia de Marca - Estrategias de Posicionamiento
- Cultura de Marca – Comunicación
- Gestión de Marca

objetivos

objetivo general

Cualificar a egresados no titulados del programa de diseño gráfico y multimedial, dotándolos de herramientas estratégicas para la correcta gestión de marca en el escenario empresarial.

objetivos específicos

- Analizar el contexto actual de la comunicación de marca y el compromiso de los profesionales afines, respecto al posicionamiento, el consumidor y el mercado.

- Dar a conocer la evolución, tácticas y estrategias del branding, que facilite al estudiante apropiarse de las herramientas clave para la correcta gestión de marca.
- Desarrollar un plan estratégico de lanzamiento y posicionamiento de marca que permita poner en práctica conocimientos de gestión esenciales para la proyección empresarial.

dirigido a

La presente propuesta está dirigida a egresados del programa de diseño gráfico y multimedial que deseen tomar la modalidad de trabajo de grado de diplomado, buscando incursionar o ampliar sus conocimientos respecto a la gestión de la comunicación de marca y las posibilidades estratégicas de la misma.

metodología

La metodología propuesta responde a las necesidades teóricas y prácticas que requiere todo proceso formativo. Para el diplomado de Branding en particular se proponen 3 etapas clave: *Introducción/alineación, marco teórico-crítico, propuesta práctica y de análisis*; con ellas se sitúa al estudiante en espacios de conocimiento y reflexión al tiempo que se orienta la capacidad propositiva y argumentativa del mismo.

criterios de evaluación

Cada unidad se evaluará mediante ejercicios específicos correspondientes a los contenidos de cada una de ellas, permitiendo una evaluación consecuyente.

Se realizará un proyecto que incorpore los diferentes apartados que definen el proceso de construcción de la marca como estrategia de negocio de una manera objetiva. Este proyecto será asesorado por un tutor y desarrollado a lo largo del diplomado.

contenidos temáticos, proceso de evaluación evaluación y actividades a evaluar

El proceso de evaluación académica, en concordancia con el Estatuto Estudiantil de Pregrado se realizará de manera constante y permanente a lo largo del desarrollo del diplomado, abarcando seis unidades sistemáticas. Las cinco primeras unidades tendrán una ponderación de 10% cada una, y la sexta unidad, correspondiente al Proyecto Final de Diplomado, tendrá una ponderación de 50%, para un total acumulado de 100%. La Unidad Transversal de Asesoría y Seguimiento se desarrolla a lo largo de las demás unidades.

Unidad	Actividades	%
Marca Definiciones, tipología, jerarquía, roles y relaciones de marca. Necesidades estratégicas, Gestión, construcción y protección de la marca.	1. Construcción de documento didáctico sobre los temas tratados. 2. Relación y articulación de conceptos al contexto nacional y socialización. 3. Estudio de caso en equipo	10
Branding y Publicidad – aliados estratégicos Audiencias, definición, segmentación, la competencia. Percepción del consumidor, necesidades y deseos. Taller de aproximaciones	1. Análisis de estrategias de branding reales 2. Caracterización de audiencias – trabajo en equipo 3. Taller de aproximación – caso real	10
Cultura Corporativa Marca, promesa, atributos, valores y personalidad. Retos de la nueva empresa y contexto de competitividad	1. Diagnóstico de cultura corporativa en casos reales 2. Propuesta de mejoramiento de un caso concreto	10
Comportamiento del consumidor - Construcción de marcas emocionales Estrategias de Posicionamiento	1. Selección de Caso y análisis 2. Propuesta estratégica y análisis	10
Comunicación de marca Ética, Lobby, Relaciones Públicas, Acontecimientos, Patrocinios, Canales y Tendencias. Eventos Corporativos	1. Propuesta de estrategia de comunicación 2. Exposición y pertinencia de la estrategia	10
Módulo práctico Construcción de marca y estrategia de	1. Se construye una propuesta a lo largo del diplomado con su respectivo seguimiento. Es	50

posicionamiento Identidad y Base line de posicionamiento.	expuesta ante un tribunal como proyecto final.	
--	--	--

Según el cuadro anterior, los mecanismos de evaluación permiten la objetividad de la misma en cada módulo o bloque, y son consecuentes con el contenido de los mismos.

cronograma

El diplomado se desarrollará a los largo de 15 semanas dentro un periodo académico regular, a partir de la fecha de aprobación por parte del Consejo Académico.

Unidad 1	Intensidad horaria: 30
Semana 1	Marca: Definiciones, tipología, jerarquía, roles y relaciones de marca.
Semana 2	Marca: Necesidades estratégicas, Gestión, construcción y protección de la marca.
Semana 3	Marca: Construcción y protección de la marca
Unidad 2	Intensidad horaria: 30
Semana 3	Branding y Publicidad – aliados estratégicos. Audiencias, definición, segmentación, la competencia.
Semana 4	Branding y Publicidad: Percepción del consumidor, necesidades y deseos.
Semana 5	Branding y Publicidad: Taller de aproximaciones
Unidad 3	Intensidad horaria: 20
Semana 6	Cultura Corporativa: Marca, promesa, atributos, valores y personalidad.
Semana 7	Cultura Corporativa: Retos de la nueva empresa y contexto de competitividad
Unidad 4	Intensidad horaria: 30
Semana 8	Comportamiento del consumidor - Construcción de marcas emocionales
Semana 9	Comportamiento del consumidor: Estrategias de Posicionamiento
Semana 10	Comportamiento del consumidor: Estrategias de Posicionamiento
Unidad 5	Intensidad horaria: 20
Semana 11	Comunicación de marca Ética, Lobby, Relaciones Públicas, Acontecimientos
Semana 12	Comunicación de marca: Patrocinios, Canales y Tendencias. Eventos Corporativos
Unidad 6	Intensidad horaria: 30
Semana 13	Módulo práctico: Construcción de marca y estrategia de posicionamiento
Semana 14	Módulo práctico: Identidad y Base line de posicionamiento.
Unidad 7	Intensidad horaria: 20 Unidad Transversal de Asesoría y Seguimiento a lo largo de todo el desarrollo del diplomado
Semana 15	Presentación Proyecto Final

duración e intensidad horaria

El diplomado se desarrollará a los largo de 15 semanas dentro un periodo académico regular, a partir de la fecha de aprobación por parte del Consejo Académico.

Unidad	Módulo	Intensidad Horaria	
		30	20
1	Marca Prof. Kelly David	30	20

Unidad 2	Branding y Publicidad Prof. Kelly David	30
Unidad 3	Cultura Corporativa Prof. Kelly David	20
Unidad 4	Comportamiento del Consumidor Prof. Julie Daza	30
Unidad 5	Comunicación de Marca Prof. Julie Daza	20
Unidad 6	Módulo práctico Tutorías	30
Unidad 7	Unidad Transversal De Asesoría y Seguimiento	
Duración Total:		180

Talento humano

Julie Daza Castillo / Profesora Invitada

Máster en Dirección de Comunicación Corporativa, Máster en Imagen, Publicidad e Identidad Corporativa en EAE Business School y la Universidad Camilo José Cela de Madrid, España. Diseñadora Gráfica y Multimedial con Distinción Académica Grado de Honor y Mérito Egresada Distinguida de la Universidad de Nariño. Trabajadora responsable y proactiva, con facilidad para trabajar en equipo en áreas de diseño, publicidad, fotografía y comunicación en general. Su experiencia más amplia es en el campo de la docencia e instrucción en diferentes instituciones en el departamento de Nariño; de igual forma ha trabajado como asesora en las áreas mencionadas en proyectos e instituciones de orden ambiental.

Kelly David López / Profesora Hóra Cátedra Departamento de Diseño

Diseñadora Gráfica Universidad Jorge Tadeo Lozano (2005), especialista en gerencia de diseño Universidad Nariño en convenio con la Universidad Jorge Tadeo Lozano, (2007), docente Universitaria hora cátedra de la Universidad de Nariño en el Área de Nuevas Tecnologías, docente tiempo completo de la Institución Universitaria CESMAG del programa de Diseño Gráfico en las áreas de Identidad corporativa, sistemas y metodología de la investigación, integrante del grupo de investigación Ikono3 en la formulación de la investigación registro e interpretación de las formas gráficas del barniz de Pasto avalado por Colciencias, docente adscrita a la oficina de proyección de la Institución Universitaria CESMAG liderando procesos de identidad corporativa en proyectos sociales y de emprendimiento. Actualmente asesora y community manager de la identidad y del plan de medios del Plan de Ordenamiento Territorial de la ciudad de Pasto y de la empresa Obando Barniz.

número de estudiantes

El diplomado en Branding (Gestión de Marca) está proyectado para trabajar con un número máximo de 25 estudiantes, que reúnan las condiciones para cursar esta opción como modalidad de proyecto de grado.

referencias bibliográficas

AAKER, David A. Construir marcas poderosas (2000)

ÁLVAREZ DEL BLANCO, Roberto, TÚ marca personal

CAPRIOTTI PERI, Paul. Branding Corporativo, fundamentos para la gestión estratégica de la identidad corporativa

NORBERTO CHAVEZ, Raúl, La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos

COSTA, Joan, Imagen Global

COSTA, Joan, Naming

GARCIA, Manuel Martín Arquitectura de marcas. Modelo de construcción de marcas y gestión de sus activos.

GOBÉ, Marc. Branding emocional, el nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con las personas

HAECKEL, Stephan H., CARBONE, Lewis P. & BERRY, Leonard L. (2004) Cómo liderar la experiencia del consumidor

KLEIN, Naomi, No Logo: El poder de las marcas

MEJIA GARCIA, Perucho, Tropos Visuales

RIES, Al & RIES, Laura (2002) The 22 immutable laws of Branding

SARACCO, Cristián (2005) Crear una experiencia de marca relevante

TINTO ARANDES, José Antonio, La imagen de marca de las ciudades

TROUT, Jack y PERALBA, Raúl. La estrategia según Trout

El Secreto está en la marca. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, España

Estudios Interbrand sobre las mejores marcas globales del 2008

Handbook on Tourism Destination Branding, World Tourism Organization

Manual informativo para solicitantes de marcas. Oficina Española de Patentes y Marcas

Top 100 most powerful brands de Brandz 2008.

La propuesta bibliográfica será ampliada en la medida que las exigencias de cada unidad temática lo requieran, de igual forma se sugiere documentación en video y otras publicaciones a los largo del diplomado.

mobiliario
para interior



presentado por:

D.I. Karen Ocaña Figueroa. Esp.
D.I. Danilo Calvache Cabrera MFA

mi

Diplomado en
diseño de mobiliario interior
Departamento de Diseño / Facultad de Artes

Presentado por:
D.I. Karen Ocaña Esp
D.I. Danilo Calvache Cabrera MFA

Presentación

El mobiliario es el complemento más importante de un espacio interior; la concepción y configuración de un entorno mobiliario debe planificarse y ser coherente con el contexto y espacio habitable.

El proceso de diseño de un mueble requiere que el diseñador cuente con las herramientas técnicas y teóricas que permitan leer, conocer e involucrarse con el espacio interior y posteriormente concebir un proyecto de mobiliario que se adapte al contexto productivo y que tenga en cuenta las características formales y técnicas del espacio a habitar.

El diplomado en DISEÑO DE MOBILIARIO INTERIOR tiene como fin exponer u ofrecer al diseñador conocimientos generales que contribuyan a su formación como diseñador de mobiliario, con base en dos ejes principales: Eje productivo y funcional, y eje contextual.

justificación

En la práctica profesional, un diseñador industrial está en la capacidad de desarrollar proyectos y productos mobiliarios, pues cuenta con los conocimientos técnicos, prácticos y teóricos adquiridos durante el periodo académico que este oficio requiere.

El contenido curricular del programa de diseño industrial en el sentido práctico y técnico, procura el desarrollo de productos funcionales y promueve el manejo de distintos materiales y técnicas, procesos que son consistentes con el diseño de mobiliario. En el sentido teórico, induce al diseñador industrial al conocimiento de tendencias y conceptos que encuentran en el mobiliario claros ejemplos de su influencia.

El diseño de mobiliario es un área de gran importancia y cabida en el ámbito del diseño industrial y la arquitectura y fortalecer su desarrollo permite al diseñador industrial poner en práctica de forma integral, los conocimientos que ha adquirido durante el periodo académico.

áreas temáticas curriculares a complementar

Este diplomado abarca áreas del plan curricular del programa de diseño industrial, no solamente que puedan ser complementadas, sino que podrían complementar o adaptarse a los ejes temáticos que éste propone.

Las áreas del plan curricular del programa de diseño industrial de la Universidad de Nariño que están relacionadas con este diplomado son principalmente los talleres avanzados de diseño (formal-estética, conceptual, sistemas y contexto), que acercan a la comprensión de conceptos básicos de diseño, y a la práctica del diseño industrial en sí; y el taller de semiología, facilitando herramientas que permiten una mejor visión de la función de un producto de acuerdo a las características contextuales que puedan influir en su concepción.

Por otro lado, asignaturas como historia del diseño y de los productos constituyen un área de estudio que contribuye de forma significativa al curso de este diplomado, pues permiten el conocimiento y reconocimiento del contexto en el que se va a trabajar, y por lo tanto de las características funcionales y formales que intervienen en el proyecto a desarrollar. Esta además es un área que será fortalecida en el diplomado, pues la historia del mobiliario en términos contextuales, está ligada y representa una parte muy importante de la historia del Diseño en general; el fortalecimiento de esta área conlleva a un conocimiento más amplio de las características de estilos y tendencias en diferentes épocas de la historia.

Por último, una más de las áreas que podría ser complementada y complementaria en el curso del diplomado es el área productiva. El contenido curricular del programa ofrece talleres de manejo de materiales comunes en el diseño de mobiliario y opciones de producción relacionadas al trabajo con estos materiales. Por otro lado, el diplomado busca introducir o presentar nuevos materiales y profundizar en técnicas y tecnologías de producción.

El diplomado “diseño de mobiliario” propone una articulación entre las áreas incluidas en el plan curricular del programa de diseño industrial de la Universidad de Nariño y entre los ejes temáticos que abarca el diplomado, para que de esta forma, los conocimientos adquiridos en el periodo académico de pregrado fortalezcan y sean fortalecidos por este diplomado con el fin de brindar mejores herramientas al estudiante en su práctica profesional.

Objetivos

objetivo general

Aportar al diseñador conocimientos generales de tipo técnico, teórico y práctico, sobre el proceso de diseño de mobiliario que contribuyan a su formación profesional en esta área específica.

objetivos específicos

- Fortalecer y relacionar los conocimientos adquiridos durante el proceso académico de pregrado del programa de diseño industrial, con la práctica del diseño de mobiliario.
- Clasificar y diferenciar los tipos de muebles.
- Identificar los materiales más comunes en el desarrollo de un producto mobiliario, y los procesos técnicos y tecnológicos apropiados para su producción.
- Reconocer aspectos generales sobre la historia, los estilos y tendencias de la arquitectura interior, configuración de espacios y diseño de mobiliario.
- Hacer un acercamiento a la práctica del diseño de mobiliario a través del conocimiento de experiencias en el área y del desarrollo inicial de un proyecto de diseño.

dirigido a

La presente propuesta está dirigida a egresados del programa de diseño industrial que deseen tomar la modalidad de trabajo de grado de diplomado, buscando incursionar o ampliar sus conocimientos respecto al diseño y desarrollo de productos de mobiliario interior.

metodología

El diplomado se desarrollará mediante clases teóricas básicas de cada tema con apoyo de medios audiovisuales y otras herramientas. Se realizara el análisis y discusión de casos referentes al tema, sobre los cuales se realizaran foros de discusión y ejercicios / talleres de aplicación práctica.

Planteamiento de ejes temáticos y unidad práctica

Eje productivo y funcional: 3 unidades temáticas.

Unidad teórica: Introducción: Clasificación de tipologías.

Unidad teórica: Materiales y procesos de producción.

Ejercicio práctico: Desarrollo de ejercicios de evaluación.

Eje contextual: 3 unidades temáticas.

Unidad teórica: Estilos y tendencias. Antigüedad y Época clásica.

Unidad teórica: Estilos y tendencias. Movimientos modernos.

Ejercicio práctico: Desarrollo de ejercicio de evaluación.

- **Unidad práctica:** 1 unidad temática.

Ejercicio práctico: Desarrollo de ejercicios de evaluación.

proceso y criterios de evaluación / actividades a evaluar

Los criterios objetivos de evaluación a tener en cuenta durante el desarrollo de los ejes se enuncian a continuación:

- Optimización de materiales
- Desarrollo conceptual
- Coherencia
- Justificación
- Dominio de los temas concertados
- Presentación (Imágenes, descripción y esquemas detallados)

El proceso de evaluación académica, en concordancia con el Estatuto Estudiantil de Pregrado se realizará de manera permanente y consecuente a los contenidos, a lo largo del desarrollo del diplomado, abarcando los 2 ejes temáticos y la unidad práctica. El primer eje tiene una ponderación de 20%, el segundo eje un

30%, y la unidad práctica que constituye el Proyecto Final de Diplomado, tendrá una ponderación de 50%, para un total acumulado de 100%.

Eje/Unidad	Actividad	%
Eje productivo y funcional	unidad temática 1: Desarrollo de unidad teórica. Sin evaluación. unidad temática 2: Desarrollo de unidad teórica. Sin evaluación. unidad temática 3: 2 ejercicios de evaluación. Ejercicio de evaluación 1: Optimización de materiales. Ejercicio de evaluación 2: Desarrollo productivo de un mueble.	20
Eje contextual	unidad temática 1: Desarrollo de unidad teórica. Sin evaluación. unidad temática 2: Desarrollo de unidad teórica. Sin evaluación. unidad temática 3: 1 ejercicio de evaluación. Ejercicio de evaluación: Desarrollo de mobiliario con base en las características de un espacio interior específico.	30
Unidad práctica	Unidad temática: 2 ejercicios de evaluación. Ejercicio de evaluación 1: Análisis productivo, técnico, contextual y funcional de una reconocida pieza de mobiliario. Ejercicio de evaluación final: Desarrollo inicial de un proyecto de mobiliario. Que incluya desarrollo productivo y técnico, justificación, referente teórico y contextual, y desarrollo funcional y formal.	50

Según el cuadro anterior, los mecanismos de evaluación permiten la objetividad de la misma en cada eje o unidad, y son consecuentes con el contenido de los mismos.

contenidos temáticos

Eje productivo y funcional

Introducción: Clasificación de tipologías.

La configuración de un espacio interior requiere la ubicación de diferentes tipos de mobiliario. Así mismo un mueble específico tiene una función específica, por lo tanto, se puede configurar de distintas formas con base en los requerimientos funcionales determinados.

En esta unidad temática se hace una clasificación de las distintas tipologías de mobiliario y se propone varias posibilidades de configuración de un mueble específico.

Esta clasificación de tipologías parte de la función del mueble: de su función práctica específica, y de su función como parte de un conjunto de muebles.

- Tipologías de muebles de acuerdo a su función específica: Muebles de asiento, mesas, muebles contenedores y camas.
- Tipologías de muebles como parte de un conjunto: Juegos de comedor, alcoba, sala, estudio u oficina, cocina y baño.

Materiales y procesos de producción.

El diseño de un producto determinado está condicionado a conocer el contexto, pero no solamente aquel al que se dirige, sino el contexto en el que se fabrica, pues este contexto es el que determina los materiales, las técnicas y la tecnología disponible para su producción.

Esta unidad temática plantea un acercamiento general a los materiales más comunes en la producción de muebles, y a los procesos técnicos y tecnológicos especializados en el desarrollo de mobiliario. Los materiales y/o procesos a los que se hace referencia son los relacionados al trabajo de la madera, el metal y la tapicería.

Ejercicio práctico del eje productivo y funcional.

Para esta unidad temática se plantea el desarrollo de dos ejercicios prácticos que se relacionan con la producción de un mueble.

El primer ejercicio propone el desarrollo de un mueble con un requerimiento especial que es la optimización del material que se ponga a disposición para la producción del mismo. Este planteamiento tiene como fin impulsar al estudiante a buscar soluciones prácticas y productivas que permitan reducir y aprovechar al máximo el material.

El segundo ejercicio está enfocado en la práctica de técnicas y en el uso de tecnología para la producción de mobiliario. Busca que el estudiante genere una propuesta de un mueble, exponiendo todos los procesos y soluciones productivas que se requieren para su construcción.

Eje contextual

Estilos y tendencias. Antigüedad y Época clásica.

El origen de un producto en la antigüedad era la respuesta a una necesidad determinada, cuyo único requerimiento era funcional. Sin embargo, el origen de la estética de un producto nace también en la antigüedad como respuesta a los requerimientos de posicionamiento de imperios y monarquías. El diseño del mobiliario, como complemento a la arquitectura interior, y teniendo en cuenta los importantes movimientos arquitectónicos que se originaron en estas épocas, también adoptó características propias de estos movimientos.

En la historia del diseño de mobiliario, estas épocas son un referente, durante ellas se desarrollaron productos mobiliarios y estilos que trascienden en la historia y que se mantendrían o darían origen a nuevas tendencias.

Esta unidad temática pretende brindar al estudiante conocimientos generales sobre estilos y tendencias en el diseño de mobiliario de la antigüedad y del clasicismo, que le permitan identificar las características del mueble de estas épocas.

Estilos y tendencias. Movimientos modernos.

Un diseñador de mobiliario debe reconocer las características propias de un movimiento determinado y las características propias de un espacio habitable para entrar a definir las características de un producto mobiliario.

Esta unidad temática tiene como objetivo acercar al diseñador al conocimiento de las características de distintos movimientos modernos para brindarle herramientas en la práctica que le permitan leer el espacio, analizarlo y generar propuestas coherentes de productos mobiliarios, y posiblemente promover o fortalecer un estilo propio de diseño.

Ejercicio práctico del eje contextual.

Este ejercicio práctico propone al diseñador el diseño de un mueble con base en las características de un espacio interior determinado. El ejercicio requiere justificar el diseño y exponer las razones de coherencia del mueble con el espacio interior.

Unidad práctica general

Ejercicio práctico final.

En esta unidad temática se busca desarrollar dos ejercicios más cercanos a la práctica del diseño de mobiliario.

El primer ejercicio se trata de generar un análisis de una pieza de mobiliario reconocida. Se deben abarcar todos los aspectos referentes al desarrollo del mueble: Materiales, procesos productivos y características contextuales y funcionales del producto.

El segundo ejercicio que será la evaluación final del diplomado consiste en generar la propuesta de un proyecto mobiliario, haciendo una descripción detallada de todos los procesos involucrados en el desarrollo y producción de este, incluyendo justificación del proyecto, referentes teóricos y contextuales.

Duración e intensidad horaria

El diplomado se desarrollará a lo largo de 15 semanas dentro un periodo académico, regular, a partir de la fecha de aprobación por parte del Consejo Académico.

Talento humano

Karen Ocaña Figueroa / Profesora Invitada

Diseñadora Industrial de la Universidad y Especialista en Diseño de Mobiliario de la Universidad de Buenos Aires; orientada a la configuración de espacios y entornos mobiliarios, con un amplio sentido social encaminado a generar condiciones habitacionales apropiadas. Cuenta con la capacidad de desarrollar proyectos de tipo investigativo y teórico alrededor de temáticas de diseño de producto, en especial, de mobiliario, además su desarrollo productivo teniendo en cuenta los aspectos de tipo técnico, tecnológico, práctico y contextual.

Cristian Montenegro Patiño / Profesor Invitado

Diseñador Industrial de la Universidad y Especialista en Diseño de Mobiliario de la Universidad de Buenos Aires; con una excelente formación humana, académica y laboral, creativo, responsable, con iniciativa y mucho compromiso, con experiencia fuerte en el diseño, producción de mobiliario, técnicas de producción y materias primas, tengo mucha facilidad para trabajar en equipo y bajo mucha presión y alcanzar las metas establecidas dentro de mis proyectos. Desarrolla diferentes proyectos de mobiliario desde su estudio de diseño Mobarqt.

Danilo Calvache Cabrera / Profesor Tiempo Completo Departamento de Diseño

Diseñador Industrial de la Pontificia Universidad Javeriana, y Master in Design de la Domus Academy, Milán, Italia. Su carrera la ha desarrollado en las áreas de diseño de mobiliario y accesorios en su propio estudio, paralelo a sus más de diez años de docencia en el programa de diseño industrial de la

Universidad de Nariño como docente tiempo completo. La silla LALA y LITE FURNITURE, han sido nominadas en el Premio Lápiz de Acero en sus versiones 2008 y 2009 respectivamente, en la categoría concepto mobiliario. Fue seleccionado por Colombia en la Bienal Iberoamericana de Diseño 2010, de Madrid España, con su proyecto "Línea de Sillas". Sus proyectos han sido publicados en revista nacionales como AXXIS y *proyectodiseño*, e igualmente en libros internacionales como DESIGN AND DESIGN BOOK OF THE YEAR, 1000 PRODUCT DESIGNS, NEW PRODUCT DESIGN, entre otros.

número de estudiantes

El diplomado en Diseño de Mobiliario Interior está proyectado para trabajar con un número máximo de 25 estudiantes, que reúnan las condiciones para cursar esta opción como modalidad de proyecto de grado.

Referencias bibliográficas

LUCIE SMITH, Edwuard. *Breve historia del mueble*.

SCHMITZ, Hermann; ONTAÑÓN, José. *Historia del mueble. Desde la antigüedad al S. XIX*.

MEHLHOSE, Andrea; WELHER, Martin. *El mueble moderno (150 años de diseño)*.

NUTSCH, W. *Tecnología de la madera y el mueble*.

SAVILLE, Laurel. *Design secrets (Furniture)*.

PROPUESTA DE DIPLOMADO EN DESIGN THINKING

Departamento de Diseño - Universidad de Nariño

Presentado por: Carlos Córdoba Cely Ph.D

1. Presentación

El presente documento hace parte de la propuesta para el diplomado en Design Thinking del departamento de Diseño de la Facultad de Artes, como opción de grado para los estudiantes del departamento de Diseño. Esta propuesta cuenta con la participación de cinco (5) profesores expertos en la temática, y con un plan de estudios compuesto de 5 módulos de trabajo teórico-práctico.

2. Justificación

Fue Herbert Simon el primero en introducir el término “pensamiento de diseño” (*design thinking*), en su libro llamado La Ciencia de lo Artificial². Desde ese tiempo, se ha extendido este término sobre diferentes enfoques creativos de investigación e innovación tan amplios, que el diseñador teórico Nigel Cross ha llegado a definir este término como un lugar común que se encuentra en peligro de perder su significado³. Thomas Lockwood, presidente del Design Management Institute (DMI), trata de describir el pensamiento de diseño como "esencialmente un proceso humano centrado en la innovación que hace hincapié en la observación, la colaboración, el aprendizaje rápido, visualización de ideas, prototipos rápidos concepto y análisis de negocio concurrente, que en última instancia influye en la innovación y la estrategia de negocios"⁴. Tim Brown, presidente de IDEO, define el pensamiento de diseño como "una metodología que impregna todo el espectro de actividades de innovación con un espíritu de diseño centrado en el ser humano"⁵. Por otra parte, Nigel Cross resume el pensamiento de diseño como "aquellas habilidades de resolución de problemas mal definidos, la adopción de soluciones centradas en las estrategias cognitivas empleando pensamiento abductivo y la utilización de soportes de modelado no verbales"⁶. Así pues, el Design Thinking es ante todo un enfoque de resolución de problemas desde la perspectiva de la creatividad y la utilización de métodos de trabajo no convencionales. Este enfoque tan ampliamente extendido en la actualidad, exige que un cambio en la formación tradicional de los diseñadores gráficos e industriales para que asuman una posición de expertos en este tipo de temática de resolución de problemas que en la actualidad no ofrecen los programas curriculares del departamento de diseño.

Por esta razón, la presente propuesta, no pretende otra cosa que ofrecer un espacio de formación como opción de grado para diseñadores gráficos e industriales de la Facultad de Artes de la Universidad de Nariño, por medio de la cual se permita profundizar en la filosofía en las herramientas de trabajo alrededor del Design Thinking.

2 Simon, H. (1969). The Sciences of the Artificial. MIT Press: Cambridge, Mass.

3 Cross, N. (1999). Natural Intelligence in design. Design Studies, 20(1), 25-39.

4 Lockwood, T. (2010). Design Thinking, Allworth Press: NY, USA.

5 Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84-92,141.

6 Cross, N. (2008). Design thinking as a form of Intelligence. In: Business Week. The Open University.

3. Objetivos

Objetivos Generales

El objetivo general del diplomado en Design Thinking es el de proporcionar fundamentos teóricos así como técnicas y herramientas prácticas para que diseñadores gráficos e industriales puedan proponer soluciones a partir del enfoque sobre pensamiento de diseño.

Objetivos Específicos

(a) Conocer el origen epistemológico del Design Thinking. Ello incluye cinco etapas de desarrollo: Descubrimiento, Interpretación, Ideación, Experimentación y Evolución.

(b) Conocer e implementar las diferentes herramientas y métodos desarrollados alrededor de la etapa de Descubrimiento. Ello incluye talleres teórico-prácticos sobre Mapas Mentales, análisis de tipologías y nethunting, entre otros.

(c) Conocer e implementar las diferentes herramientas y métodos desarrollados alrededor de la etapa de Interpretación. Ello incluye talleres teórico-prácticos sobre mapas de empatías, Tell Stories y matrices multidimensionales, entre otros.

(d) Conocer e implementar las diferentes herramientas y métodos desarrollados alrededor de la etapa de Ideación. Ello incluye talleres teórico-prácticos sobre Lluvia de ideas, bodystorming, bocetación morfológica y bocetación colectiva, entre otros.

(e) Conocer e implementar las diferentes herramientas y métodos desarrollados alrededor de la etapa de Experimentación. Ello incluye talleres teórico-prácticos sobre storytelling, service design, y Ux, entre otros.

(f) Conocer e implementar las diferentes herramientas y métodos desarrollados alrededor de la etapa de Evolución. Ello incluye talleres teórico-prácticos colectivos creativos, Networking, y Redes Sociales, entre otros.

(g) Presentar y desarrollar un proyecto final de diseño donde se implementen los enfoques y herramientas expuestas durante el diplomado.

4. Contenidos Temáticos

Módulo (# Créditos*)	REF* *	Temáticas
MD (3)	1ds	Epistemología del Design Thinking
	2ds	Identificar las fuentes de inspiración, Mapas Mentales, Construir una guía de preguntas
	3ds	Sumergirse en el contexto, Cambio de Rol, entrevistas
	4ds	Inspiración en Ajustes análogos, Análisis Tipologías
	5ds	Aprender de los expertos, aprender de grupos (<i>nethunting</i>)
	6ds	Aprender de los Usuarios, Diario de observación
Min (2)	7in	Visualización de ideas destacadas: mapas de empatías
	8in	Visualización de ideas por esquemas
	9in	Capturando lo aprendido: <i>Tell Stories</i>

	10in Capturando lo aprendido: matrices multidimensionales, árbol de decisiones
	11id Lluvia de ideas, Selección ideas prometedoras
	12id Imposición de restricciones: Check List, Parámetros de diseño
Mid (3)	13id Actividades hápticas (danza creativa, bodystorming, musicstorming)
	14id Bocetación: bocetación emotiva, bocetación morfológica, bocetación colectiva
	15id Bocetación: bocetación colectiva
	16id Bocetación: Rediseño
	17ex Prototipos conceptuales: storytelling
ME (2)	18ex Prototipos conceptuales: evaluación afectiva, service design
	19ex Prototipos formales: evaluación holística, Ux
	20ex Prototipos funcionales: usabilidad
	21ev Construir Alianzas: colectivos creativos
Mev (2)	22ev Construir Alianzas: Networking, colectivos empresariales
	23ev Construir Comunidad: Redes Profesionales
	24ev Construir Comunidad: Redes Sociales
	25pf Asesoría documento
	26pf Asesoría producto
PF (3)	27pf Asesoría documento
	28pf Asesoría producto
	29pf Asesoría documento
	30pf Asesoría producto

*Total créditos del Diplomado: 12. **Referencia para cada semana de trabajo según esquema de la página 4 de este documento.

5. Metodología

La metodología de trabajo estará conformada por talleres teórico-prácticos sobre cada temática tratada. El estudiante será evaluado por medio de su participación activa en la clase, así como por los resultados en grupo que obtenga en los talleres prácticos del diplomado. El diplomado de Design Thinking se organiza bajo una adaptación de la propuesta metodológica de la universidad de Cambridge (<http://dschool.stanford.edu/>), la cual contiene un módulo de Descubrimiento, un módulo de Interpretación, un módulo de Ideación, un módulo de Experimentación, y un módulo de evolución.

6. Criterios de Evaluación y actividades a evaluar

La evaluación se hará por módulos. Cada módulo tendrá una problemática de diseño tomada de un contexto real, y cada profesor adscrito a cada módulo propondrá un ejercicio de proyectación que evaluará teniendo en cuenta resultados obtenidos según los criterios dispuestos para cada clase. La nota de cada módulo se obtendrá por el promedio de notas de los profesores adscritos a cada módulo. Esta nota será el 60% de la nota final del diplomado y el otro 40% será obtenido del trabajo final entregado en el módulo

titulado “Proyecto Final”. La siguiente matriz muestra el esquema de evaluación por actividades, criterios de evaluación y ponderación de notas.

	Módulo Descubrimiento	Módulo Interpretación	Módulo Ideación	Módulo Experimentación	Módulo Evolución	Proyecto Final
Actividad a evaluar	Participación en clase Participación en clase Participación en clase Participación en clase Participación en clase					Presentación ante jurados
	Trabajo dispuesto por cada profesor Trabajo dispuesto por cada profesor Trabajo dispuesto por cada profesor Trabajo dispuesto por cada profesor Trabajo dispuesto por cada profesor					Documento escrito
Criterios de calificación	Coherencia propuesta problema planteado					Coherencia propuesta problema planteado
	Innovación propuesta planteada					Innovación propuesta planteada Coherencia documento escrito
Ponderación Notas	Promedio Notas x cada profesor del módulo	Promedio Notas x cada profesor del módulo	Promedio Notas x cada profesor del módulo	Promedio Notas x cada profesor del módulo	Promedio Notas x cada profesor del módulo	50% de la nota final del diplomado obtenida del promedio del documento escrito y la presentación oral
	50% de la nota final del diplomado obtenida del promedio de la nota obtenida de cada módulo					
	NOTA FINAL: promedio porcentual de las notas del total de módulos y la nota del proyecto final					
IHM*	36	24	36	24	24	36

Debido a que la reglamentación del trabajo final por medio de diplomado del departamento de Diseño no se encuentra actualizado, se espera que el documento escrito entregado por los estudiantes en el proyecto final tenga la siguiente composición: (1) Introducción, (2) Problemática Abordada, (3) Objetivos de la Propuesta, (4) Diseño (5) Metodológico basado en Design Thinking, (6) Resultados Obtenidos, (7) Conclusiones.

De igual manera, se establece que todo el proceso de evaluación del diplomado en Design Thinking será permanente, sistemático, acumulativo, objetivo, formativo y consecuente, y se regirá según el Estatuto Estudiantil de Pregrado, en lo que respecta al capítulo II de dicho documento, entre artículos 89 a 106, en donde se hace referencia a la Evaluación Académica para estudiantes de pregrado de la universidad de Nariño.

7. Plan de Estudios y actividades colaterales

Esquema del Diplomado en Design Thinking

	Módulo Descubrimiento (MD)	Módulo Interpretación (Min)	Módulo Ideación (Mid)	Módulo Experimentación (ME)	Módulo Evolución (Me v)	Proyecto Final (PF)	IHT**
MES 1	1ds 3ds 5ds	7in					
	2ds 4ds 6ds	8in					
MES 2		9in	11id 13id 15id				
		10in	12id 14id 16id				
MES 3				17ex 19ex	21e v 23e v		
				18ex 20ex	22e v 24e v		
MES 4						25pf 27pf 29pf	
						26pf 28pf 30pf	
IHM*	36	24	36	24	24	36	180

A cada semana se corresponde una Intensidad Horaria Semanal de 12 horas

*IH x M Intensidad Horaria x Módulo

**IHT Intensidad Horaria Total

7.1. Intensidad Horaria

El diplomado se compone de seis módulos con un total de 15 semanas de trabajo con un total de 180 horas, según lo requerido para un diplomado como opción de grado. Así, la intensidad horaria semanal será de 12 horas (**IHS: 12h**) y la intensidad horaria total será de 180 horas (**IHT: 180h**). Se espera concertar un horario de trabajo para los viernes de 4 a 8 de la tarde, y el sábado de 8 a 12 y de 2 a 6 de la tarde, y así cumplir con las 12 horas de intensidad horaria semanal.

Es importante señalar que el calendario de inicio del diplomado en Design Thinking se establecerá únicamente a partir de la fecha aprobación por parte del honorable Consejo Académico de la Universidad de Nariño.

8. Presupuesto

El punto de equilibrio del diplomado se encuentra en 8 estudiantes matriculados. Se espera que los recursos que le corresponden a la unidad académica se utilicen en una jornada de design thinking con expertos de otras ciudades del país.

DETALLE/ PERIODO	B/2013
TOTAL GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	\$ 12.948.653
SERVICIOS PERSONALES	\$ 6.124.173
Honorarios - H.C. - Postgrados	6.124.173
Honorarios por prestación de Servicios (Coordinador)	0
GASTOS GENERALES	\$ 1.124.480
MATERIALES Y SUMINISTROS VARIOS	\$ 200.800
Papelería y Útiles de Escritorio	\$ 100.400
Materiales y suministros varios	\$ 100.400
SERVICIOS PUBLICOS	522.080
Agua	\$ 261.040
Energía	\$ 261.040
IMPRESOS Y PUBLICACIONES	\$ 401.600
Impresos y Publicaciones	401.600
VIATICOS Y GASTOS DE VIAJE	0
Viáticos y Gastos de Viaje para Docentes	0
OTROS GASTOS GENERALES	0
Arrendamientos	0
TRANSFERENCIAS	\$ 5.700.000
Sede Central (30%)	\$ 5.700.000
GASTOS DE INVERSION	0
PLAN DE DESARROLLO PENSAR LA UNIVERSIDAD Y LA REGION	0
PROGRAMA MODERNIZACION DE LA INFRAESTRUCTURA	0
Subprograma Modernización de la Infraestructura Informática	0
TOTAL GASTOS	\$ 12.948.653

RESUMEN PRESUPUESTO DE INGRESOS Y GASTOS

DETALLE/ PERIODO	B/2013
TOTAL DE INGRESOS	19.000.000
TOTAL GASTOS	12.948.653
SUPERAVIT ó DEFICIT	\$ 6.051.347

9. Recurso Humano

El recurso humano del diplomado en Design Thinking estará conformado por los tutores Carlos Córdoba, Javier Arteaga, Harold Bonilla, Omar Franco, y Vladimir Botina. A continuación se hará una descripción de su formación y de las asignaturas semanales que le corresponden a cada uno de ellos.

Docente-Tutor	Ref. asignatura semanal	Formación
<p>Carlos Córdoba Cely Profesor tiempo Completo Departamento de Diseño</p>	<p>1ds, 4ds, 14id, 19ex, 25pf, 27pf, 29pf.</p>	<p>PhD en Ingeniería Multimedia de la UPC de Barcelona y profesor de tiempo completo del departamento de Diseño de la Universidad de Nariño. Su tesis doctoral trata sobre temas de Visual Thinking, y ha publicado artículos científicos sobre el tema en el Journal of Visual Design.</p>
<p>Javier Arteaga Profesor hora cátedra Departamento Diseño</p>	<p>2ds, 3ds, 5ds, 6ds, 9in, 11id, 12id, 13id, 17ex.</p>	<p>Publicista con especialización en Opinión Pública y Marketing Político. Docente Universitario de Pregrado y Postgrado a cargo de asignaturas con énfasis en creatividad, mercadeo e investigación de mercados. Director de la Consultora de Pensamiento La Revolución Creativa y del Centro de Innovación Social PastoLab.</p>
<p>Harold Bonilla Profesor TCO Departamento de Diseño</p>	<p>10in, 15id, 16id, 18ex, 26pf, 28pf, 30pf.</p>	<p>Diseñador Industrial, especialista en Gerencia de Diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano. Coordinador regional 3ª promoción de la especialización en gerencia de diseño convenio Udenar – Tadeo. Finalista en concurso internacional “INSIDE OUTSIDE TIFF 2012”, organizado por el Departamento de promoción y exportaciones de Tailandia.</p>
<p>Omar Franco Profesor tiempo Completo Departamento de Diseño</p>	<p>7in, 8in, 26pf, 28pf, 30pf.</p>	<p>Diseñador gráfico de la Universidad Nacional de Colombia y Magister en Diseño de la Universidad Palermo de Buenos Aires. Par académico del Ministerio de Educación Nacional y conferencista nacional e internacional en diferentes eventos de diseño.</p>
<p>Vladimir Botina Profesor Invitado</p>	<p>20ex, 21ev, 22ev, 23ev, 24ev.</p>	<p>Master en Dirección de proyectos Web en ELISAVA Escuela Superior de Diseño, Universidad Pompeu Fabra - Barcelona, Diseñador Gráfico profesional graduado con la distinción de Tesis Laureada de la Institución Universitaria CESMAG (Colombia). Experiencia en herramientas web 2.0.</p>

10. Número de estudiantes

El diplomado cuenta con un número máximo de 25 estudiantes por cohorte para que los talleres teórico-prácticos sean manejados por un único tutor. De igual manera, se espera que el diplomado tenga un mínimo de 8 estudiantes para que la propuesta sea sostenible económicamente.

11. Bibliografía

Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84-92,141.

Cross, N. (1999). Natural Intelligence in design. *Design Studies*, 20(1), 25-39.

Cross, N. (2008). Design thinking as a form of Intelligence. In: *Business Week*. The Open University.

Dorst, K. (2011). The core of 'design thinking' and its application. *Design Studies*, 32(6), 521-532.

Kruger, C., & Cross, N. (2006). Solution driven versus problem driven design: strategies and outcomes. *Design Studies*, 27(5), 527-548.

Lockwood, T. (2010). *Design Thinking*, Allworth Press: NY, USA.

Simon, H. (1969). *The Sciences of the Artificial*. MIT Press: Cambridge, Mass.