UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
Centro Universitario de Arte, Arquitectura y Diseño

Programa de asignatura
Ciclo Escolar 2022A
Licenciatura en Diseño Industrial

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1.1. Nombre de la materia:	**DISEÑO Y MERCADO "C" (PROYECTOS PARA LA COMERCIALIZACION)**	1.5. Carga horaria:	Teoría	Práctica
1.2 Clave de la materia	**IF 841**	**10 Hrs./Semana**	**80**	**120**
CRN	**182849**			
1.3. Departamento:	**PROYECTOS DE DISEÑO**	1.6. Créditos:	**19**	
1.4. Código de Departamento:	**DI**	1.7. Tipo de curso:	**CURSO-TALLER**	
1.8. Nivel de Complejidad:	**Nivel avanzado**	1.9. Nivel de formación profesional:	**LICENCIATURA**	

2. ÁREA DE FORMACIÓN EN QUE SE UBICA Y CARRERAS EN LAS QUE SE IMPARTE:

ÁREA DE FORMACIÓN:	ESPECIALIZANTE SELECTIVA
CARRERA:	DISEÑO INDUSTRIAL

MISIÓN:

La Universidad de Guadalajara, en la carrera de Diseño Industrial tiene como misión formar profesionales de Diseño Industrial con actitudes, habilidades y conocimientos para satisfacer las necesidades sociales, productivas y de mercado por medio del diseño de productos que logren una mejor calidad de vida.

VISIÓN:

Nuestra carrera se distingue por su alto nivel académico y es reconocida como líder en la formación de diseñadores industriales. Nuestro modelo de enseñanza-aprendizaje es innovador, flexible y multimodal, con una tendencia humanista que impacta en el desarrollo social. Nuestros profesores y egresados gozan de una gran reputación académico-profesional y son agentes de cambio para la sociedad y de desarrollo para el sector productivo. Nuestra vinculación y participación es constante en los sucesos sociales que demandan la interacción del diseño donde se nos distingue como líderes de opinión. Nos ocupamos de fomentar y crear una cultura de diseño con principios de sustentabilidad para nuestro país.

FILOSOFÍA:

El diseño en la Universidad de Guadalajara es la disciplina creativa cuyo objetivo es establecer las cualidades multifacéticas de los objetos, procesos, servicios y sus sistemas considerando su completo ciclo de vida.
Nuestra intervención de diseño se caracteriza por la ponderación del método y la planeación estratégica del proyecto como un recurso para la búsqueda de soluciones óptimas a necesidades reales. Nos ocupamos del oficio como herramienta imprescindible para la conceptualización y representación del diseño, que se distingue por su carácter ante todo funcional y por consecuencia, estético.

PERFIL DE EGRESO:

"El diseñador industrial de la Universidad de Guadalajara, es un profesional proactivo que identifica y genera oportunidades globales para mejorar la calidad de vida de la sociedad a través de la innovación de productos.
Define y aplica métodos y técnicas propios de la disciplina para dirigir y establecer relaciones eficientes de gestión, producción, comercialización y uso de productos y sistemas; mediante argumentos y conocimientos sólidos de la forma, la función, la estética, la tecnología, el mercado y la empresa en un marco ético, asertivo y de desarrollo sustentable".

RELACIÓN DE LA MATERIA CON EL PERFIL DE EGRESO:

La materia de Diseño y mercado tiene la finalidad de ofrecer al el estudiante herramientas y tecnicas y metodos fundamentales para su desarrollo profecional, así como el de convertilos en profecionistas profecionales capaces de tomar decisiones muy estrictas para rersolver problemas y dar soluciones a necesidad que se les presente. por otra parte la materia de Diseño y Mercado ofrece una serie de alternativas para que por medio del uso de las tecnologias implementen

MATERIAS CON QUE SE RELACIONA:

Diseño Social C proyectos de intervención, Diseño para la manufactura C Proyectos para la industrial sectorial, Finanzas para el diseño industrial, Etica y Diseño.

3. OBJETIVO GENERAL: Lo que el alumno debe saber hacer al finalizar el curso.

3.1. INFORMATIVOS (conocer, comprender, manejar).

OBJETIVO GENERAL:
Utilizar la información de relevancia, conocimiento y fundamentación de la problemática del proyecto o la continuidad del mismo, para la propuesta de productos y su implementación a un mercado determinado, bajo un enfoque de viabilidad productiva y comercial, con argumentos sólidos que sustenten el proyecto.
ALUMNO:
Entendimiento del fenómeno productivo comercial y simbólico que conlleva el desarrollo de un producto para para la inclusión en el mercado, la producción y venta del producto

3.2. FORMATIVOS (INTELECTUAL: habilidades, destrezas; HUMANO: actitudes, valores; SOCIAL: cooperación, tolerancia; PROFESIONAL: formación integral).

INFORMATIVOS:
Conocimientos que le permitan plantear propuestas de solución a través dediseño industrial, que tiendan a incrementar los valores formales, estéticos, de uso, función, y de cambio y de signo del producto, logrando una propuesta acorde la demanda. ALCANCES DE NIVEL:
El diseño de productos bajo un enfoque de identificación clara y precisa del mercado, del tipo de producto, así como la validación de los aspectos formales, cognitivos, de uso, función y producción, reflejándose en la comercialización, implementando un modelo de negocio.
ÉNFASIS DE APRENDIZAJE:
• Viabilidad productiva
• Viabilidad comercial
• Modelo de negocio
• Implementación a los mercados

4. CONTENIDO TEMÁTICO PRINCIPAL

TEMA 1: Descripción del Producto:
Diseño de Prototesis Ortopedicas para extremidades superiores/Inferiores apegandose a las normativas de la hergonomia y antropometria a un sector especifico del la sociedad, de la cual surge la problematica o necesidad; en donde se abordarán y desarrollarán temas de acuerdo al énfasis de del programas de aprendizaje y que son de gran importancia, ya que permiten a los estudiantes fortalecer sus conocimientos academicos, y a su vez se aplicarán de forma profecional dentro de un ambiente empresarial, ya que en estos momentos esta empresa nos ofrece la oportunidad de visualizar y comprobar los resultados que de esta etapa emanen.
ENTREGABLES: 1. Presentación del análisis realizadodel producto establecido. 2.- Factibilidad de producción y viabilidad de comercial. 3.- Desarrollo de un modelo de negocio que permita llegar al consumidor final. 4.- Documento de Word del proyecto. 5.- La elaboración de un video que demuestre elo desarrollo del proceso y evolución del proyecto abordado.

5. ACTIVIDADES Y ESTRATEGIAS DE APRENDIZAJE: Especificar sólo los aspectos generales de cómo se desarrollará el curso, para los aspectos particulares y específicos tomar en consideración el AVANCE PROGRAMÁTICO, anexo.

Investigaciones de temas específicos:
-Para su desarrollo en equipo, Análisis en sesiones hibridas de manera virtual y presencial, que permitan mostrar los resultados y evidencias de nuestra investigación, abriendo Mesas de diálogo y discusión, Examinar, y definir alternativas.
- Análisis comparativos de productos existentes
- Uso de Plataformas digitales para el trabajo a distancia.
- Retroalimentación de actividades y trabajos.
- implemntación de un video que contenga el protocolo de investigación.

Aprendizaje Basado en Proyectos:
- Participación en Proyectos de Intervención; con el proceso y analis de diseño.
- Intervención de estrátegica metodologicas y tecnicas y estrategias de insercion de modelos de negocios.
- aplicacion de plataformas que permitan la creacion y desarrollo de un modelo de negocios.
- Argumentación oral.
- Asesorías por parte de docentes que imparten las materias que nutran de manera favorable a nuestro el proyecto de diseño, como especialistas en Ergonomía.
- Validación de propuestas de diseño con Expertos y Especialistas.

6. MÉTODOS Y FORMAS DE EVALUACIÓN: Especificar los criterios y mecanismos (asistencia, requisitos, exámenes, participación, trabajos, etc.).

El alumno deberá cumplir, mínimo con el 80% de las asistencias durante el curso, para obtener el derecho a ser evaluado.
1. Análisis de los productos exixtentes en el mercado (Factibilidad productiva).....15%
2. Análisis de la viabilidad comercial.....15%
3. Presentación del modelo de negocio.....30%
4. Presentación del proyecto secuencia de uso y analisis de usoen su contexto y el usuario.....20%
5. Lecturas de los libros.....10%
6. Presentación final 10%

TOTAL.....100%

7. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA.

Libro: MARKETING 4.0
Autor: PHILIP KOTLER, HERMANWAN KARTAJAYA, IWAN SETIAWAN
Editorial: Lid Editorial; Edición ¡st (13 de mayo 2019)
Libro: EL PLAN DE MARKETING DE 1- PÁGINA
Autor: Allan Dib
Editorial: Successwise (18 julio 2019)
Libro. ESTRATEGIAS PARA EL DISEÑO DE PRODUCTOS
Autor: Nieguel Cross
Editorial: Limusa Wiley
Libro: DISEÑO ESTRATEGIA Y TÁCTICA
Autor: Luis Gerardo Rodriguéz Morales

ELABORADO POR:	FECHA DE ACTUALIZACIÓN
Mtro: Juan Enrique Mendoza Medina	17 de Enero 2022 (calendario A)