

Dirección General de Educación Técnico Profesional-UTU
Dirección Técnica de Gestión Académica
Departamento de Diseño y Desarrollo Curricular

		PROGRAMA			
		Código en SIPE	Descripción en SIPE		
TIPO DE CURSO		050	Carrera Terciaria Tecnicatura		
PLAN					
		2024			
ORIENTACIÓN		41V	Gestión de vinos y aceite		
MODALIDAD					
SEMESTRE/ MÓDULO		III			
UNIDAD CURRICULAR		UTU FAB Diseño de experiencias			
CRÉDITO EDUCATIVO		3			
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 32	Horas semanales:		Cantidad de semanas: 16
Fecha de Presentación:	Nº Resolución de la DGETP	Exp. Nº	Res. Nº	Acta Nº	Fecha __/__/__

APARTADOS

I) Propósitos de la unidad curricular

La Unidad Curricular Diseño de Experiencias tiene como propósito aportar desde el pensamiento de diseño y sus metodologías a la mejora de las experiencias vinculadas al sector. Brinda conceptos y herramientas analíticas, creativas y proyectuales orientadas a la innovación en proyectos productivos y de servicios desde una perspectiva centrada en las personas usuarias.

II) Resultados de aprendizaje

1. Identifica, selecciona y aplica herramientas y metodologías del pensamiento de diseño y del diseño de servicios para participar del desarrollo de proyectos vinculados al sector.
2. Recopila, analiza y grafica información en procesos de diseño centrados en las personas para obtener insumos significativos hacia el desarrollo de experiencias.
3. Participa de procesos de diseño para la mejora de las experiencias de las personas usuarias en interacción con el producto/servicio.

III) Saberes estructurantes de la unidad curricular

1. Diseño para el sector Servicios
2. Acercamiento al Diseño centrado en las personas
3. Diseño de Experiencias

IV) Desglose analítico de los saberes estructurantes

1. Diseño para el sector Servicios

1.1 Pensamiento de Diseño.

1.1.1 Nociones de Diseño.

1.1.2 Características y modelos metodológicos del Pensamiento de Diseño.

1.2 Diseño de Servicios.

1.2.1 Definición de Servicio.

1.2.2 Principios y modelos metodológicos del Diseño de Servicios.

2. Acercamiento al Diseño centrado en las personas

2.1 Definiciones conceptuales.

- Experiencia.
- Diseño y sentidos

2.2 Diseño emocional

2.3 Características del Diseño de Experiencias. Diferencias con el Marketing Experiencial.

2.4 Modelos metodológicos del Diseño de Experiencias.

3. Diseño de Experiencias

3.1 Investigación y análisis en torno a personas usuarias. Conceptos y técnicas.

- Aproximación etnográfica a personas usuarias: plan de investigación, observación, entrevistas y encuestas.
- Sistema contexto-actividad-usuario-producto.
- Mapeo de actores.
- Acercamiento participativo.
- Análisis y representación de datos.
 - Mapa de empatía.
 - Caracterización de usuarios-actores involucrados.

3.2 Identificación de problemas y oportunidades de mejora.

- Exploración del espacio, problemas y oportunidades de intervención.
- Definición de problemas.

3.3 Ideación, creación y validación de experiencias.

3.3.1 Mapeo de servicios y experiencias.

- Service Blueprint.
- Journey Map (Viaje de persona usuaria), experiencia antes-durante-después de la interacción.

3.3.2 Prototipado de alternativas.

3.3.3 Validación de la experiencia con personas usuarias.

- Pruebas con personas usuarias.
- Encuestas de satisfacción.

V) Orientaciones pedagógicas

Como metodología de trabajo en el aula, se propone el abordaje de los saberes estructurantes a través de instancias de indagación de los saberes del grupo como punto de partida hacia la construcción colectiva. Puestos en común los saberes del grupo, se propone el planteo de ejercicios que combinen instancias expositivas -con una alta integración de recursos audiovisuales y apoyo de multimedia- con metodologías activas para la práctica experimental y proyectual, así como también la indagación y análisis. Se sugieren instancias de consulta y devolución en modalidad individual y grupal, que favorezcan la valoración del trabajo colaborativo por equipos.

El planteo de los ejercicios se hará mediante el uso de “premisas”, documento escrito que funcionará de referencia común para estudiantes y docentes sobre los objetivos, herramientas a utilizar, tiempos, criterios de evaluación y material a entregar, entre otros aspectos.

Finalizados los ejercicios, se estimula la realización de una devolución abierta (por ejemplo bajo la modalidad de “colgada”) a través de la cual destacar los aspectos positivos de los resultados entregados, mencionar crítica y objetivamente los aspectos a mejorar, haciendo hincapié en la evolución del proceso proyectual.

Se sugiere integrar a los contenidos del curso, las inquietudes temáticas de los estudiantes y el trabajo con problemáticas reales, adecuando los mismos para lograr los objetivos planteados.

La evaluación se hará a través del desarrollo de ejercicios, individuales y/o grupales realizados en aula y domiciliariamente, por lo que se atenderán tanto el proceso como los resultados. En etapas de recopilación de información y de análisis se valorará la calidad de la información recopilada, descubrimientos, profundidad de la indagación, formatos de sistematización y análisis. En etapas de definición de problemas u oportunidades se valorarán

los procesos de identificación y selección. En etapas de ideación se valorarán la creatividad y la innovación en los procesos creativos y proyectuales.

Se considera que el proyecto a realizar al final de la asignatura debería reunir todos los conocimientos y habilidades adquiridas durante el curso y desarrollar en el estudiante la capacidad de organización para la concreción del proyecto, por lo que este proyecto será de especial importancia para la valoración del proceso de aprendizaje del estudiante y la visualización de la aplicación de esos conocimientos y competencias desarrolladas.

En esta instancia se sugiere tener espacios de consulta específicos pautados con los estudiantes para el seguimiento de los avances etapa por etapa.

Asimismo, se privilegiará la evaluación formativa en todas las etapas, a través de instancias de autoevaluación y evaluación cruzada, tendiente a retroalimentar al estudiante sobre su proceso de aprendizaje.

VI) Bibliografía

Cavicchi, A. y Santini, C. (edit) (2018). *Case Studies in the Wine Industry*. Reino Unido: Elsevier Science.

Design Method Toolkit. Digital Society School. Recuperado de: <https://toolkits.dss.cloud/design/>

Design Toolkit UOC . Recuperado de: <http://design-toolkit.uoc.edu/es/>

Figuerola, B. et al. (2017). *Creando valor a través del Diseño de Servicios*. Chile: Escuela de Diseño - Universidad Católica de Chile.

Flowers, E. y Miller, M. (2022). *Your Guide to Blueprinting the Practical Way*. Reino Unido: Independently published

Gonzalez, E. (2019). *La experiencia del cliente en el sector gastronómico*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.

IDEO (2015). *The Field Guide to Human-centered Design: Design Kit*. Estados Unidos: IDEO.

Jacob, H. (2014). *Percepción y Emoción en el Diseño de Productos. Análisis y propuestas para su integración en las MIPYME*. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia.
Recuperado de:
<https://m.riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/48551/%C3%8DndicesTesis%2009042014.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Norman, D. (2010). *La psicología de los objetos cotidianos*. España: Editorial Nerea, S.A.

Norman, D. (2005). *El Diseño Emocional: Por Qué Nos Gustan (O No) los Objetos Cotidianos*. España: Paidós.

Perullo, N. (2020). *Epistenology_ Wine as Experience*. Estados Unidos: Columbia University Press.

Schifferstein, H. y Hekkert, P. (2008). *Product Experience 1st Edición*. Reino Unido: Elsevier Science

Stickdorn, M. et al. (2018). *This is Service Design Doing*. Estados Unidos: O'Reilly Media.

Vizard, L. (2015). *Service Design Heuristics: A practical field guide*. Estados Unidos: Usability Matters.