

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales

Curso 2018-2019

Guía docente de
Diseño de Experiencias

Materia Comunicación y Marketing
Módulo 1 Experiencia de Usuario

Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)

Guía docente de la asignatura **Diseño de Experiencias**.

1. Identificación de la asignatura

Tipo	Obligatoria
Materia	Comunicación y Marketing
Módulo	1 Experiencia de Usuario
Periodo de impartición	2º semestre
Nº créditos	3
Departamento	Cultura y Gestión del Diseño
Idioma/s	Español /Inglés

2. Profesor responsable de la asignatura

Apellidos y nombre	Correo electrónico
BRESNICK HECHT, ADAM	abresnick@esdmadrid.es

3. Relación de profesores y grupo a los que imparten docencia

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
BRESNICK HECHT, ADAM	abresnick@esdmadrid.es	

4. Presentación de la asignatura

En un sentido amplio, el Diseño de Experiencias tiene como objeto avivar evocaciones positivas inherentes a valores atribuidos a la marca y el producto.

En la actualidad existen dos campos profesionales que prácticamente comparten nombre: el de interfaz y el que nuestra asignatura tratará en mayor medida, el que se centra en el diseño y uso del espacio en que se desarrolla el acercamiento.

El objetivo es aportar un cúmulo de vivencias añadidas, en principio desinteresadamente ya que no se exige para su disfrute haber realizado el acto de compra, siendo la sintonía entre el usuario y el campo experiencial la que propicia el acto de consumo.

El diseño de experiencias relativo a interfaces de terminales electrónicos tendrá un carácter utilitario pues es una disciplina que bebe del diseño gráfico y la programación y para ser atendido precisa un conjunto formativo específico.

4.1. Prelación, requisitos previos y/o recomendaciones

Se requiere interés y capacidad para ver las cosas desde el otro lado; aplicado al caso del comercio esto significa poder posicionarse del lado del comerciante, del lado del cliente, del acompañante o del trabajador del local. Se precisa así mismo gusto por el relato, contar historias oral y gráficamente. Por último, es necesario interesarse por la definición de grupos sociales, sus esquemas de consumo, sus símbolos y la forma de agruparlos.

5. Resultados de aprendizaje

Resultados comunes al resto de títulos Nivel 3 del MECES, máster
RB2- Saber aplicar e integrar sus conocimientos, la comprensión de estos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados;
Resultados generales del Máster en DEC
RM2- Haber adquirido conocimientos (1) suficientes en Métodos de medición (6) de respuestas de usuario y demostrado capacidad de creación (5) de sistemas propios con recursos limitados para la medición en tienda, integrándolos (5) de forma diversa en la puesta en escena de la experiencia de usuario.
Resultados específicos propios de esta asignatura)
RA1- Conocer la importancia de la estimulación multisensorial, sus connotaciones y aplicación en la experiencia de uso.
RA2- Conocer la incidencia de factores de usuario relativos a motivación, necesidad, ventaja y relevancia.
RA3- Conocer la incidencia de factores de usuario relativos a la interacción y el recuerdo de experiencia.
RA4- Conocer la incidencia de factores de usuario relativos a posicionamiento cultural, ambiente de uso y escenario del relato dando vida al entorno mediante la narrativa.
RA5- Dominar procedimientos de creación de códigos comunicativos espaciales, sabiendo combinar en la arquitectura interior, simbología e iluminación con los aspectos expuestos en las competencias precedentes.

6. Contenidos

Bloque temático	Tema
Ejercicio 1 "Concepto, investigación, proyecto: La Mirilla"	<ul style="list-style-type: none"> • Maquetas 1 y 2
	<ul style="list-style-type: none"> • Iluminación, manipulación espacial
Ejercicio 2 "Investigación: metáfora/maqueta":	<ul style="list-style-type: none"> • Analisis • Estrategias • maqueta
Ejercicio 3 "Propositivo: Diseño de un puesto en el mercado municipal de Vallehermoso"	<ul style="list-style-type: none"> • propuesta • resolución formal y técnico • propuestas que investigan e exploran los límites de lo experiencial • Resumen final

7. Actividades obligatorias (evaluables):

Tipo de actividad:

Maquetas 1 y 2
Entrega proyecto 2: paneles, maquetas, representación
Pruesto de mercado: propuesta final

9. Planificación temporal del trabajo del estudiante

Solo deben cumplimentarse los apartados que correspondan al trabajo desarrollado en la asignatura, eliminando los que no se utilicen. El número de horas se refiere siempre al trabajo del estudiante.

	HORAS
Clases teórico-prácticas (a)	27
Otras actividades formativas (a) (jornadas, seminarios,...)	15
Realización de pruebas (a)	6
Preparación del estudiante para clases teórico- prácticas (b)	20
Preparación del estudiante para realización de pruebas (b)	7
Total de horas de trabajo del estudiante (a+b)	75

(a): Docencia directa: horas lectivas con el profesor

(b): Trabajo autónomo del estudiante

(a): Docencia directa: horas lectivas con el profesor

(b): Trabajo autónomo del estudiante

10. Metodología

Participativa. Comunicación verbal y visual. Búsquedas, análisis y propuesta.
 Debate y confrontación fructíferos.
 Coordinación y cooperación en grupos de trabajo.

11. Evaluación y calificación

11.1. Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas

Trabajos realizados.
 Exposiciones argumentadas y sostenidas documentalmente.
 Pruebas de recuperación en periodo ordinario.
 Pruebas de recuperación en periodo extraordinario.

11.2. Criterios de evaluación

Corrección estrategia Implantación
 Capacidad análisis y síntesis. Mapas visuales
 Capacidad matizar en mapas visuales
 Identificación de la especificidad
 Capacidad de definición de la especificidad
 Moodboard Texto Target
 Capacidad de formalización y comunicación expresiva de la propuesta

Desarrollo geométrico y constructivo del proyecto
 Mejora y Rigor. Proporciones y Número
 Manejo de factores que actúan sobre los diferentes sentidos
 Crítica razonada. Toma de decisiones adecuadas a la marca, el producto, el consumidor y la localización.
 Desarrollo de elementos capaces de transmitir narrativa.
 Sentido escénico y capacidad de emocionar en Escena en tienda: Maqueta, Sonido, Aroma, Luz.

11.3. Criterios de calificación

La calificación se expresará de 0 a 10 según la siguiente tabla:

- 0,0 a 4,9 Suspenso
- 5,0 a 6,9 Aprobado
- 7,0 a 8,4 Notable
- 8,5 a 10 Sobresaliente
- 10 con mención por acuerdo del equipo de profesores, Matrícula de honor.

11.4. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Maquetas Mirilla	15%
Análisis de la obra de arte	15%
Propuestas definitivas (2º ejercicio)	35%
Puesto en el mercado (3º ejercicio)	35%
Total, ponderación	100%

11.5. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje previsto de asistencia a clase, los criterios serán los siguientes:

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Maquetas Mirilla	5%
Análisis de la obra de arte	10%
Propuestas definitivas (2º ejercicio)	20%
Puesto en el mercado (3º ejercicio)	20%
Prueba en periodo ordinario	50%
Total, ponderación	100%

11.6. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación ordinaria. Todas las pruebas de evaluación deben realizarse de forma presencial en el periodo establecido.

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
----------------------------	---------------

Instrumentos de evaluación de curso	50%
Prueba en periodo ordinario	50%
Total, ponderación	100%

11.7. Ponderación de los instrumentos de evaluación de estudiantes con discapacidad

Se mantienen los instrumentos de evaluación generales y se prevé una tabla de anulación o sustitución de los instrumentos o partes de los mismos, según lo previsible.

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Maquetas Mirilla	15%
Análisis de la obra de arte	15%
Propuestas definitivas (2º ejercicio)	35%
Puesto en el mercado (3º ejercicio)	35%
Total, ponderación	100%

11.8. Tabla de sustitución de instrumentos de evaluación según discapacidades

Instrumentos de evaluación	Sensorial	Motórico
Mirilla	Sólo escrito e imagen (Oído) Sólo escrito y exposición oral (Vista)	Sin modificación o adaptado según grado.
Análisis obra de arte	Sólo escrito e imagen (Oído) Sólo háptico exposición oral (Vista)	Sin modificación o adaptado según grado.
2º ejercicio	Sólo escrito e imagen (Oído) Sólo escrito y exposición oral (Vista)	Sin modificación o adaptado según grado.
3º ejercicio	Sólo escrito, maqueta y aroma (Oído) Sólo escrito, exposición oral, háptico y aroma (Vista)	Adaptado según grado. Asistido con tecnología de impresión y apoyo al acopio, selección y montaje.

12. Recursos y materiales didácticos

Remisión al aula virtual si procede
 Expansión del aula a la ciudad.
 Viajes programados.
 Aula virtual.

12.1. Bibliografía general

Se recomienda que el número total de referencias bibliográficas incluidas en este documento sea el imprescindible. El resto podrá incluirse en el aula virtual.

Título	Brandjam: Humanizing Brands Through Emotional Design
Autor	GOBÉ, Marc
Editorial	Allworth : 2007
Título	Sensory Marketing: Research on the Sensuality of Products
Autor	KRISHNA, Aradhna
Editorial	Psychology Press: 2010
Título	Neuromarketing
Autor	Malfitano, Oscar
Editorial	Granica : 2007

12.2. Bibliografía complementaria

Título	Mental Models: Aligning Design Strategy with Human Behavior
Autor	MARCUS, Indi
Editorial	Rosenfeld Media: 2008
Título	The Design Experience: The Role of Design and Designers in the 21st Century
Autor	YOUNG, Mike
Editorial	Ashgate: 2003
Título	Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions
Autor	HANINGTON, Bruce
Editorial	Rockport Publishers: 2012

12.3. Direcciones web de interés

Dirección 1	https://uxpressia.com/templates
Dirección 2	http://designingcx.com/cx-journey-mapping-toolkit/
Dirección 3	http://blog.uxeria.com/en/10-most-interesting-examples-of-customer-journey-maps/

13. Profesorado

Nombre y apellidos	Adam Bresnick Hecht
Horario de atención a alumnos (si procede)	Lunes de 17.30-19:30
Correo electrónico	abresnick@esdmadrid.es
Departamento	Proyectos
Categoría	profesor
Titulación Académica	Doctor Arquitecto

<p>Experiencia docente/profesional/investigadora relacionada con la asignatura (si procede)</p>	<p>Doctor arquitecto, <i>sobresaliente cum laude</i>, <u>Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid</u>, junio 2008</p> <p>Masters en Arquitectura, <u>Princeton University</u>, Junio 1990. Bachelor de Ciencia en Arquitectura, <i>Summa Cum Laude</i>, <u>University of Maryland</u>, Mayo 1988.</p> <p>Adam L. Bresnick Hecht obtuvo su <i>bachelor of science</i> en Arquitectura de la Universidad de Maryland en 1988 y su <i>master</i> de Princeton University en 1990. En la primavera de 2008 recibió su doctorado de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid con la tesis <i>Teatralidad en casa: La arquitectura doméstica y la diva</i> (publicada en 2012 bajo el título <i>La Casa de la Diva: arquitectura para artistas</i> en Ediciones Asimétricas). Ha impartido cursos de Diseño y Teoría en el programa de Arquitectura de Interiores en el IED, Instituto Europeo di Design, Madrid, entre 1996 y 2006. Desde el otoño del mismo año es profesor de Proyectos en la Escuela de Arquitectura de la Universidad CEU San Pablo. Fue profesor de Espacio Escénico 3 años en la Real Escuela Superior de Arte Dramático de 2010-2013.</p> <p>Lleva más de 20 años realizando proyectos residenciales y comerciales, de nueva construcción y rehabilitación, en España, Portugal, Italia, Suiza, Turquía, Rumania y Rusia. Diseño de exposiciones como <i>Ezio Frigerio, escenógrafo</i>, en el Centro Cultural de la Villa, Madrid en 2006, y proyectos para Spanish Fashion, China, 2006 y Exposición MODA española (proyecto) para Asociación de Creadores de Moda de España, Spanish Institute, Nueva York en 2007.</p> <p>Destaca entre sus obras el Maison Sabet en Ginebra, los interiores para Synthesis Bank en la misma ciudad. Las tiendas para Fun & Basics en Lisboa, Almada y Loures en Portugal y en Madrid, España. También las tiendas para el diseñador de moda Angel Schlessler en Almería, Oviedo, Valladolid, Barcelona y Madrid, además de su sede social-<i>showroom</i>. La tienda de Angel Schlessler en Madrid fue galardonada con el premio "Madrid Comercial 2005" de la Comunidad de Madrid. En 2013 recibió un mención especial del premio Europa Nostra del Unión Europea por la rehabilitación de la Capilla de Brihuega.</p>
---	--

14. Información sobre la asignatura en cursos anteriores

El curso 2016-17 impartió la asignatura el profesor José Antonio Oché. En 2017-18 lo impartió Adam Bresnick.