



Universidad  
del Cauca

# Diseño Gráfico

Programa de  
Departamento de Diseño - Facultad de Artes

## Taller de Diseño Estratégico

Denominación del Curso	Código (Según Acuerdo 014 de 2016)	Período Académico
Taller 8 - <b>Taller de Diseño Estratégico</b>	<b>DG 811</b>	<b>Segundo de 2019</b>
Profesor Responsable	E-mail	Componente o Área
Mauricio Vega Zafrané Andrés Díaz Muñoz	<a href="mailto:arqmz@unicauca.edu.co">arqmz@unicauca.edu.co</a> <a href="mailto:andresdiazm@unicauca.edu.co">andresdiazm@unicauca.edu.co</a>	Proyectual
Carácter	Prerrequisitos	Modalidad
Obligatorio	<b>DG 511, DG611 y DG711</b>	Presencial
Créditos	Horas Presenciales (Intensidad H/S)	Horas de Trabajo Autónomo
6	6	12

### Contextualización del Curso (Inserción en la Estructura Curricular)

Los Talleres que conforman el **COMPONENTE PROYECTUAL** del Programa de Diseño Gráfico se conciben como el eje que articula los demás componentes implicados en la formación de un Diseñador; donde la investigación, la teoría, la experimentación, la práctica y la técnica, se confrontan crítica y reflexivamente en forma colectiva, lo que lleva al enriquecimiento y fortalecimiento de la producción simbólica en un contexto cultural específico. Los talleres involucran a los estudiantes en problemáticas concretas de diferentes instancias sociales, haciéndolos partícipes de las necesidades simbólicas y prácticas de los grupos humanos; generando espacios de investigación, reflexión crítica, análisis e innovación, en lo político, lo estético, lo económico, lo tecnológico y lo histórico; con el fin de proponer e implementar soluciones concretas y sostenibles frente a situaciones problemáticas de un determinado contexto.

El curso se adelanta con la metodología propia de un Taller, donde predomina la interacción profesor / estudiantes en torno a asesorías sobre los avances que estos últimos van presentando para la **GESTIÓN TOTAL** de un único proyecto durante todo el semestre por parte de cada estudiante o grupo de estudiantes.

Las **COMPETENCIAS** que deben desarrollar los talleres del **COMPONENTE PROYECTUAL** dentro de la estructura curricular del Programa de Diseño Gráfico son: Estructurar, Proyectar, Argumentar, Formalizar, Innovar, Investigar, Gestionar, Dominar Recursos Tecnológicos, Valorar Resultados, Contextualizar y Asumir Responsabilidad por el Ejercicio Profesional.

En este taller en particular estas competencias convergen en torno a la capacidad de los estudiantes para asumir el rol de **GESTORES TOTALES** de sus respectivos proyectos; lo que les exige actitudes y aptitudes para identificar y articular múltiples y complejos modos de interrelación entre el diseño y las diversas formas de organización y producción social y cultural.

### Objetivos

#### Objetivo General

**RETOMAR y ARTICULAR** experticias y competencias adquiridas y desarrolladas en el conjunto de los demás talleres del componente proyectual, con el valor agregado de...

#### Objetivos Específicos

- HACER USO** de actitudes y metodologías propias del Pensamiento de Diseño Estratégico (sistémico y diacrónico), con base en lo cual, en calidad de diseñadores, han de
- ASUMIR** la total responsabilidad del sentido general y razón de ser de sus proyectos, como una práctica completamente real y plenamente profesional. De este modo, en este taller no sólo se asume la responsabilidad de
- IDENTIFICAR** problemáticas de un contexto específico y **PROPONER ESTRATEGIAS DE DISEÑO** que se concreten en un sistema o conjunto articulado de piezas de diseño; sino que también se asume la responsabilidad de
- SER EMPRENDEDOR**; es decir, la responsabilidad de **CREAR Y PROMOVER LAS CONDICIONES** que sean requeridas para que tales soluciones sean **CULTURALMENTE DESEABLES, TÉCNICAMENTE FACTIBLES Y ECONÓMICAMENTE VIABLES**. Además de **SORTEAR Y SALVAR LAS CONTINGENCIAS** que puedan surgir para lograr que sean **COMPETITIVAS, SUSTENTABLES Y SOSTENIBLES**.

### Contenido: Núcleos Temáticos

- Revisión y Estudio de los Fundamentos Conceptuales y Metodológicos de:**
  - El Propósito del Taller: **Competitividad, Sustentabilidad y Sostenibilidad MEDIANTE DIFERENCIACIÓN**
  - La Metodología del Taller: **DISEÑO ESTRATÉGICO o DESIGN THINKING y DISEÑO CENTRADO EN LOS HUMANOS o HUMAN CENTERED DESIGN**
- Diagnóstico de Intereses y Necesidades y Definición del Problema y su Enfoque:** Definición de Temáticas de Trabajo de cada Grupo, Exploración de Situaciones Existentes (Posibles Actores), Selección de Actores y Análisis de Necesidades (Segmentación e *Insights*), Diagnóstico Síntesis de las Situaciones Existentes, Definición de las Situaciones Deseadas y Definición de Problemas y sus respectivos Enfoques.
- Desarrollo de la Estrategia de Diseño:** Relaciones entre Actores (Interlocuciones), Definición de Metas, Frentes y Etapas Estratégicas y Estructuración de los respectivos CANVAS y BRIEFS. **Entrega Corte 1 (1er 35%)**
- Definición de Criterios de Diseño:** Articulación de Determinantes y Variables (Interacciones), Definición del Sistema de Piezas de Diseño, Redacción de Criterios Generales y Específicos.
- Desarrollo del Sistema de Piezas Gráficas:** Bocetos, Prototipos, Validación, Ajustes 1. **Entrega Corte 2 (2do 35%)**
- Entrega Final:** Producción, Costeo Preliminar, Ajustes 2, Montaje y Sustentación ante Jurados. **Sustentación Final (30%)**

### Núcleos Temáticos y Competencias

COMPETENCIAS	Revisión y Estudio de los Fundamentos Conceptuales y Metodológicos del Diseño Estratégico o Design Thinking	Diagnóstico de Intereses y Necesidades y Definición del Problema y su Enfoque	Desarrollo de la Estrategia de Diseño	Desarrollo del Sistema de Piezas Gráficas	Entrega Final
Investigar	A	A	M	M	N/A
Estructurar	N/A	M	A	B	B
Proyectar	N/A	M	A	M	B
Argumentar	M	A	A	A	A
Formalizar	B	M	M	A	A
Innovar	B	A	A	A	A
Gestionar	A	A	M	B	B
Dominar Recursos Tecnológicos	M	M	M	A	A
Valorar Resultados	A	A	A	A	A
Contextualizar	A	A	A	M	B
Asumir Responsabilidad por el Ejercicio Profesional	A	A	A	M	A

### Metodología y Evaluación

El curso se desarrollará con la metodología propia de un Taller, donde predomina la interacción profesor / estudiantes en torno a asesorías sobre los avances que estos últimos van presentando para el desarrollo de un único proyecto semestral.

- Particularidades del Diseño Estratégico y la Competitividad Mediante Diferenciación:** **Fechas**
  - Lecturas, Ejercicios y Debates en torno a los Temas Planteados
  - Definición de Grupos de Trabajo
  - Definición Temáticas de Trabajo de cada Grupo 11 al 13 de Sept/19
- Diagnóstico de Intereses y Necesidades y Definición del Problema y su Enfoque**
  - Definición del Mapa de Actores por Involucrar, Árboles de Realidad Actual ARAs y Futura ARFs
  - Definición de Situación Existente (Segmentación de Actores y Necesidades – Identificación de Insights) 18 al 20 de Sept/19
  - Diagnóstico Síntesis de Situación Existente
  - Definición Propia del Problema y su Enfoque.
  - Definición de Situación Deseada. Estructuración de CANVAS 25 al 27 de Sept/19
- Estructuración de la Estrategia de Diseño:**
  - Relaciones entre Actores (Interlocuciones), Articulación de Determinantes y Variables (Interacciones)
  - Metas, Frentes y Etapas Estratégicas
  - Estructura Estratégica del Proyecto y BRIEF **Entrega Corte 1: Primer 35%** **09 de Oct/19**

#### 4. Desarrollo del Sistema de Piezas Gráficas:

- Criterios Generales de Diseño, 11 al 18 de Oct/19
- Definición de Piezas de Diseño 23 al 30 de Oct/19
- Criterios Específicos de Diseño 01 al 08 de Nov/19
- Configuración, Testeo y Prototipado Piezas de Diseño 13 al 22 de Nov/19
- Sustentación Piezas de Diseño **Entrega Corte 1: Segundo 35%** **27 de Nov/19**

#### 5. Costeo del Proyecto, Ajustes Respectivos y Entrega Final:

- Análisis Procesos de Producción y Monetización 29 Nov al 06 Dic/19
- Costeo Procesos de Producción y Monetización 11 al 20 de Dic/19
- Ajustes y Cálculo Punto de Equilibrio
- Entrega Prototipos Finales y Sustentación **Entrega Corte 3: 30% Final** **29 de Ene/20**

### Desarrollo de Competencias

Las competencias enunciadas anteriormente, desde la perspectiva del Taller, se desarrollan según se indica a continuación:

- **Investigar:** Identificar los diversos actores sociales que estarán vinculados a los proyectos de diseño por gestionar y, a partir de ello, establecer claramente los intereses y variables, comunes y en conflicto, que deberán tenerse en cuenta para la estructuración y desarrollo de los mismos.
- **Estructurar:** Analizar las lógicas que subyacen en los distintos contextos por abordar, con el propósito de comprenderlas y, a partir de ellas, identificar las diversas necesidades e intereses involucrados, establecer el problema por abordar y definir el enfoque para hacerlo, mediante la adopción, adaptación y/o modificación de las lógicas mencionadas.
- **Proyectar:** Conforme a las problemáticas identificadas, definir explícitamente los beneficiarios, los objetivos y los planes de acción tendientes a transformar ideas o iniciativas en estrategias y proyectos de diseño que se caractericen por ser culturalmente deseables, técnicamente factibles y económicamente viables.
- **Argumentar:** Soportar cada característica de las soluciones propuestas conforme a criterios de diseño generales y específicos definidos a partir de las problemáticas y objetivos establecidos como resultado de la investigación previa.
- **Formalizar:** Decidir cómo transformar todos los planteamientos trabajados en la investigación y en la argumentación, en la definición de piezas concretas de comunicación gráfica y en su posterior configuración y representación; las cuales deben ser presentadas adecuadamente, de acuerdo con los objetivos y criterios planteados.
- **Innovar:** Aprender a actuar como articuladores o facilitadores que permitan que las estrategias, proyectos y piezas de diseño propuestas sean aceptadas y acogidas por los diversos actores sociales involucrados, bien sea en calidad de aliados, promotores, clientes, supervisores, usuarios y/o beneficiarios.
- **Gestionar:** Trabajar en interacción con personas: 1) A las que se pretende beneficiar con los proyectos de diseño. 2) Que forman o formarán parte, directa o indirectamente, como gestores de los mismos; y 3) Aliados que aportan o aportarán insumos y valores a tales proyectos. Esta competencia implica la articulación de todos esos actores para concretar la realización y manejo de los proyectos desde una perspectiva estratégica.
- **Dominar Recursos Tecnológicos:** Hacer uso de conocimientos, técnicas y herramientas tecnológicas que permitan el desarrollo idóneo de los proyectos.
- **Valorar Resultados:** Validar los diferentes aspectos y/o procesos propuestos, mediante la realización de prototipos y/o pruebas piloto, que cuenten con la participación de pares académicos (compañeros de clase) y, especialmente, de los distintos involucrados y beneficiarios de los proyectos.
- **Contextualizar:** Articular las decisiones del desarrollo de los proyectos a las particularidades y/o especificidades de las circunstancias culturales e históricas (sociales, geográficas, técnicas, económicas, etc.) que les otorgan sentido.
- **Asumir Responsabilidad por el Ejercicio Profesional:** Hacer explícitos los roles que juegan los diferentes involucrados en los proyectos y la manera como se ven afectados positiva o negativamente por sus propuestas de valor. Asumir con integridad y transparencia ética los roles que se deben ejercer durante la estructuración y gestión de proyectos de diseño.

### Criterios de Evaluación y Calificación

- A partir del proceso de investigación, se deberán concretar criterios de diseño propios de cada grupo de trabajo.
- Esos criterios de diseño se constituyen en los parámetros con base en los cuales se evaluará su aplicación clara, oportuna y coherente en el desarrollo de cada proyecto.
- Adicionalmente, se tendrán en cuenta: presentación, asistencia, cumplimiento y compromiso con el grupo y el curso.

## Referentes Bibliográficos y Recursos Web

- **AGUDELO, N y LLERAS, S.** "Para el Salón: Herramientas para el Diseño Centrado en el Usuario" Universidad de los Andes, Facultad de Arquitectura y Diseño, Departamento de Diseño, Ediciones Uniandes. Bogotá. 2015
- **AMBROSE, G y HARRIS, P.** "Bases del Diseño: Metodología del Diseño". Editorial Parramón Paidotribo. Badalona. 2013
- **BECERRA, Paulina y CERVINI, Analía.** "En Torno al Producto". Centro Metropolitano de Diseño. Buenos Aires. 2005  
<http://www.buenosaires.gob.ar/centro-metropolitano-de-diseno/publicaciones>
- **BROWN, Tim and KATZ, Barry.** "Change by Design" - How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation. Harpers Collins. New York. 2009
- **CERVINI, Analía y KAYSER, Juan.** "Identidad Estratégica". Centro Metropolitano de Diseño de Buenos Aires. 2005.  
<http://www.buenosaires.gob.ar/centro-metropolitano-de-diseno/publicaciones>
- **CREATIVE LAB – Fórmulas Creativas Sin Contraindicaciones.** "Taller de Design Thinking". Cámara de Comercio de Bogotá. 2014 Documento pdf. Entregado como parte del Taller.
- **DEPARTAMENTO DE DISEÑO UNICAUCA, CONSEJO DE LA FACULTAD DE ARTES** Resoluciones 323 de 2015 y 060 de 2017. Mediante las cuales se reglamentan los Trabajos de Grado del Programa de Diseño Gráfico de la Universidad del Cauca.
- **FRIERI, Sandra y Otros.** "Manual de herramientas participativas para la Identificación, Documentación y Gestión de las Manifestaciones del Patrimonio Cultural Inmaterial" Ministerio de Cultura de Colombia. Bogotá D.C. 2014
- **FUNDACIÓN PRODINTEC.** "Diseño Estratégico – Guía Metodológica" Centro Tecnológico para el Diseño y la Producción Industrial de Asturias. Gijón ASTURIAS (España). 2010
- **GALÁN, Beatriz y Otros.** "Diseño y Territorio" Programa ACUNAR, Facultad de Artes, Universidad Nacional de Colombia. Bogotá. 2007
- **GALÁN, Beatriz.** "El Rol del Diseño en las Economías Creativas". Artículo incluido en el texto "Impacto Económico del Diseño en la Argentina". Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires - UBA, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, 2008.
- **GÓMEZ, David.** "Bueno Bonito y Carito – Cómo diferenciarse para dejar de competir por precio". Ediciones B Colombia S.A Bogotá. 2016
- **GÓMEZ, David.** "El día que DAVID venció a GOLIAT – Cómo las pequeñas empresas pueden competir con gigantes, apalancándose en herramientas digitales". 4ª Edición. Ediciones B Colombia S.A Bogotá. 2014.
- **IDEO Team.** "Human Centered Design Toolkit". 2nd Edition. <http://www.hcdconnect.org/>
- **IVÁÑEZ GIMENO, José María.** "La Gestión del Diseño en la Empresa". Editorial McGraw Hill. Madrid. 2000.  
**Número de Catalogación en la Biblioteca de Unicauca: 745.2 I931**
- **JONES, C** "Métodos de Diseño". Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1982  
**Número de Catalogación en la Biblioteca de Unicauca: 745.4 J77**
- **JUÁREZ, Vanesa.** "Innovación Social + Diseño Estratégico". Universidad Iberoamericana. México. 2009 Documento pdf, descargado de <https://vanejua.wordpress.com/2010/03/23/ensayo-innovacion-social-diseno-estrategico/>
- **KAO, John.** "Jamming. El Arte y la Disciplina de la Creatividad en los Negocios". Editorial Norma. Bogotá. 1997
- **LAMBIN, Jean-Jacques.** "Marketing Estratégico" 3ª Ed. Madrid : McGraw-Hill, 1995.  
**Número de Catalogación en la Biblioteca de Unicauca: 658.8 L224. (Capítulos 1, 8 y 13)**
- **OSTERWALDER, Alexander.** "Business Model Manual: How to Describe and Improve your Business Model to Compete Better". Working paper, La Trobe University. Melbourne, Australia. 2007. <http://es.slideshare.net/Alex.Osterwalder/business-model-template>
- **OCDE y Comisión Europea EUROSTAT.** "Manual de Oslo: Guía para la Recogida e Interpretación de Datos sobre Innovación". 3a Edición. 2005 <http://www.fia.cl/Portals/0/UPP/Documentos/Manual%20de%20Oslo.pdf>
- **OHMAE, Kenichi.** "La Mente del Estratega". Editorial McGraw Hill. México. 1994.  
**Número de Catalogación en la Biblioteca de Unicauca: 658.15967 O38 1989**
- **SALLENAVE, Jean Paul.** "La Gerencia Integral". Editorial Norma. Santafé de Bogotá. 1994.  
**Número de Catalogación en la Biblioteca de Unicauca: 658.401 S467**
- **VEGA ZAFRANÉ, Gabriel Mauricio.** "Gestión Estratégica de la Inteligencia Empresarial – Diseño Estratégico: Interfaz de Referentes Externo / Interno" Tema 10 del Diplomado en Gestión Estratégica de la Inteligencia Empresarial – Producto del Año Sabático del Autor. Popayán. 2012.