

PROJECTE INTEGRAL GRÀFIC (G4G15)

Tipus: Optativa

Crèdits: 6

Curs: Quart

Àrea: Disseny

Trimestre: 1r

Descripció

L'assignatura Projecte Integral es considera la continuïtat de l'experiència projectual de tercer curs, el moment de maduració i de síntesi dins de la professió del dissenyador i la conclusió i posada en pràctica de les assignatures de gestió (Gestió a l'empresa i Gestió de disseny) impartides al curs anterior. En aquest sentit, l'assignatura és específica per a cada orientació dels estudis –Gràfic i interacció, Producte i entorn, Espai– però comparteix els mateixos continguts i la mateixa metodologia aplicats als diferents àmbits del disseny.

Objectius

- Fusionar i entendre la globalitat del projecte, des d'aspectes conceptuals, estratègics i formals fins als aspectes econòmics i de mercat.
- Incorporar al projecte els coneixements de gestió rebuts perquè el projecte sigui al més versemblant possible.
- Integrar els aspectes esmentats en l'avaluació de l'exercici, tal com succeeix a la realitat.

L'alumne ha de ser capaç d'oferir una resposta global a les necessitats d'un problema, dins d'un context específic i amb usuaris concrets, en un projecte integral.

Continguts

1. Definir l'encàrrec i els seus objectius

Punts i preguntes a formular per poder definir l'encàrrec.

Objectius del client, missió, valors i cultura.

L'encàrrec com a producte, bé, servei o comunicació i les necessitats i expectatives que cobreix.

Definició de l'encàrrec.

2. Planificar

Antecedents i definició de condicionants.

Auditoria d'antecedents interns i externs.

El target: destinataris o usuaris, perfils, necessitats, expectatives, desitjos.

El pla de treball, la seva utilització, extensió i sumari.

Calendari d'un pla de treball, temporització i tasques.

Pressupost de disseny.

Planificació de l'equip de treball, membres i tasques.

- Com seleccionar consultors i professionals externs.
3. Analitzar i definir estratègies
L'anàlisi com a base de l'intervenció o acció comunicativa.
Recopilar, organitzar, examinar i sintetitzar la informació pertinent.
Examinar la viabilitat tècnica i tecnològica del projecte.
Definir l'estratègia de disseny.
 4. Dissenyar
Conceptualitzar, generar alternatives.
Seleccionar i formalitzar paràmetres.
Desenvolupar.
Assegurar la viabilitat de producció.
Presentar i consolidar versions preliminars.
 5. Presentar
Realització de la presentació.
Estructura comunicativa i mitjans.
Característiques del presentador.
Característiques del llenguatge.
 6. Controlar la producció
Elecció dels proveïdors: impremta, programació, etc.
Maquetes.
Sol·licitud de pressupost.
Seguiment.
Responsabilitat.

Activitats docents i d'aprenentatge

Model docent:

- Les classes són de tipus teòric-pràctic i consisteixen en explicació, tutoria i correcció, convenientment estructurades a partir del tema proposat com a exercici.

Activitats d'aprenentatge:

- Desenvolupament d'un projecte complet i integral amb les representacions gràfiques o maquetes necessàries per a la seva explicació, amb el nivell de detall que fixi el professor en cada cas.

Avaluació

L'avaluació es farà a partir del projecte acompanyat de la memòria i/o de les presentacions fetes a classe.

La memòria recollirà tots els components del projecte que tenen a veure amb les consideracions de mercat i de gestió que s'hagin tingut en compte a l'hora de projectar, segons les especificacions demanades pel professor en cada cas.

Criteris

- Capacitat de gestió del projecte.
- Qualitat en la integració dels diferents conceptes dins el projecte.
- Coneixement de les eines i tecnologies específiques de la disciplina.

Bibliografia

Bruce, Margaret; Bessant, John. *Design in Business*. Harlow, Prentice Hall, 2002.

ADCV. El valor del disseny gràfic e industrial. Editorial: ADCV. Any: 2000

Bowman W.J. *Graphic Communication* Editorial: John Wiley and Sons, Inc., 1968.

Burstein, David; Stasiowski, Frank. *Manual de gestión de proyectos para arquitectos, ingenieros e interioristas*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

Chías, Josep Maria. *El mercado son personas*. Madrid: McGrawHill, 1991.

Mambert W.A. *Presenting Technical Ideas: A Guide to Audience Communication*

Editorial: John Wiley and Sons, Inc., 1968.

Munari, Bruno. *¿Cómo nacen los objetos?* Barcelona: Gustavo Gili, 2002.