



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Taller de Proyectos Digitales
CÓDIGO	:	PU117
CICLO	:	202301
CUERPO ACADÉMICO	:	Acuña Pereda, Mario Andre Mejía Perea, José Eduardo Palacios Villacorta, Antonio Edgardo
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	6 H (Laboratorio) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Comunicacion y Publicidad

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Taller de Proyectos Digitales es un curso general de carácter teórico-práctico en la modalidad blended, el cual introduce al estudiante al uso de herramientas de prototipado, gestión y creación de contenidos digitales en la forma de aplicaciones interactivas para dispositivos móviles, enfocándose principalmente en los smartphones y tablets. El curso permite al alumno obtener las competencias digitales que le permitan abordar y encaminar el diseño e implementación de aplicaciones, así como a las estrategias necesarias para potenciar una campaña digital, reconociéndolas como medios que cada vez son utilizados como parte complementaria de las campañas comunicacionales de diversas empresas a nivel local y global.

Propósito:

El curso de Taller de Proyectos Digitales ha sido creado con la finalidad de facultar al futuro publicista en la conceptualización y diseño de prototipos para aplicaciones interactivas móviles. De esta forma, la asignatura hace énfasis en las competencias referidas al Pensamiento innovador y a la Ejecución publicitaria, las cuales permitirán que dichos prototipos puedan convertirse en proyectos viables, creativos, útiles y que resuelvan un problema comunicacional para diversas marcas, productos o servicios, contribuyendo de esta manera a la competencia general del Pensamiento innovador a un nivel avanzado (nivel 3) y a la Ejecución publicitaria a un nivel intermedio (nivel 2). La asignatura posee como requisito el curso de Dirección Gráfica Publicitaria.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante diseña un prototipo de aplicación interactiva para smartphones o tablets, para solucionar un problema comunicacional específico, basándose en la gestión de recursos y en la ejecución publicitaria de una campaña dirigida a una marca, producto o servicio para una empresa o institución local.

Competencia 1: Pensamiento innovador

Nivel de logro: 3

Definición: capacidad para detectar necesidades y oportunidades para generar proyectos o propuestas innovadoras, viables y rentables. Planifica y toma decisiones eficientes orientadas al objetivo del Proyecto.

Competencia 2: Ejecución Publicitaria

Nivel de logro: 2

Definición: plasma un mensaje en un soporte, tomando en cuenta los recursos, los lenguajes y la audiencia.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 INTRODUCCIÓN A LOS MEDIOS INTERACTIVOS Y AL DOCUMENTO DE DEFINICIÓN

LOGRO

El estudiante desarrolla un documento de definición que sustenta el desarrollo de una aplicación móvil como complemento de una campaña comunicacional en el mercado local o internacional.

TEMARIO

COMPETENCIA(S):

Pensamiento Innovador y Ejecución Publicitaria

- Presenta oralmente la idea de su proyecto de aplicación de forma articulada
- Elabora de forma grupal el documento de definición para sustentar el proyecto de aplicación

TEMARIO:

- Medios digitales e interactivos: historia, definición, características, tipos y aplicaciones
- El modelo de trabajo DADI: Define, Architect, Design, Implement
- El documento de definición: componentes e importancia
- El usuario final: perfil demográfico, psicográfico y tecnográfico
- Tipos de aplicaciones: nativas, híbridas y web
- Introducción a las herramientas para la realización de prototipos

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Exposición dialogada
- Lluvia de ideas
- Trabajo grupal en clase
- Participación en el aula virtuales
- Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

- TB1.1 - Ideas preliminares individuales de aplicaciones
- TB1.2 - Documento de definición del proyecto final
- TB1.3 - Ejercicio práctico guiado 1 en clase sobre uso de gráficos, widgets, diseño de pantallas e interactividad básica

BIBLIOGRAFÍA:

Chestnut, D. y Nichols, K. (2014). UX for Dummies. Wiley.

Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D. y Noessel, C. (2014). About Face: The Essentials of Interaction Design (4.a ed.). Wiley.

Reiss, E. (2012). Usable Usability: Simple Steps for Making Stuff Better. Wiley.

Rios-Pino, L., Mejía-Perea, J. y Gallardo-Echenique, E.(2021, 23 de junio).Players Attitudes Towards In-Game Advertising.16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). DOI: 10.23919/cisti52073.2021.9476479

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1 y 2

UNIDAD N°: 2 ARQUITECTURA DE LA INFORMACIÓN

LOGRO

El estudiante aplica las diferentes herramientas de prototipado y diseño de aplicaciones de tal manera que los contenidos estén organizados como parte del proyecto interactivo.

TEMARIO

COMPETENCIA(S):

Pensamiento Innovador y Ejecución Publicitaria

- Reconoce la importancia de la organización y jerarquización de contenidos
- Elabora la arquitectura de la información del proyecto de aplicación

TEMARIO:

- Arquitectura de la información: definición, importancia y componentes
- Organización de contenidos: documento de arquitectura
- Desarrollo del mapa de sitio
- El mercado de las aplicaciones a nivel global y local
- Start-ups: definición y ejemplos locales e internacionales
- Modelos de negocio aplicados al desarrollo, gestión y comercialización de aplicaciones
- Introducción a Justinmind Prototyper
- Optimización de imágenes para medios digitales

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Exposición dialogada
- Trabajo grupal en clase
- Participación en el aula virtual

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

TB1.4 - Entrega grupal del documento de arquitectura a través del aula virtual

TB1.5 - Entrega individual del ejercicio práctico 1

TB1.6 - Ejercicio práctico guiado 2 en clase sobre optimización de imágenes, uso de componentes, formularios e interactividad básica utilizando botones predefinidos

BIBLIOGRAFÍA:

Chestnut, D. y Nichols, K. (2014). UX for Dummies. Wiley.

Knight, W. (2019). UX for Developers: How to Integrate User-Centered Design Principles Into Your Day-to-Day Development Work. Apress.

Mendoza, A. (2013). *Mobile User Experience: Patterns to Make Sense of It All*. Morgan Kaufmann.

Mordhorst, M. (2014). *How to Help Enterprises Going Mobile: Investigation on Influences and Requirements of Business Apps Within Enterprise Mobility*. Anchor Academic Publishing.

Reiss, E. Reiss, E. (2012). *Usable Usability: Simple Steps for Making Stuff Better*. Wiley.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 3 y 4

UNIDAD Nº: 3 IDENTIDAD VISUAL DE LA APLICACIÓN

LOGRO

Diseña pantallas del prototipo de aplicación centradas en el usuario.

TEMARIO

COMPETENCIA(S):

Pensamiento Innovador y Ejecución Publicitaria

- Propone una línea gráfica coherente con los objetivos de comunicación del proyecto
- Elabora las interfaces de la aplicación empleando los principios de usabilidad

TEMARIO:

- Principios de usabilidad
- Principios de navegación
- Heurísticas de Nielsen
- Gramática visual

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Herramientas de diseño
- Desarrollo de línea gráfica del proyecto
- Desarrollo de componentes de interfaz
- Diagramación de interfaz de usuario

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

- CL - Control de lectura virtual
- TB1.7 - Entrega de línea gráfica del proyecto

BIBLIOGRAFÍA:

Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D. y Noessel, C. (2014). *About Face: The Essentials of Interaction Design* (4.a ed.). Wiley.

Driscoll, R., Ross, J. y Stubbs, P. (2013). *SharePoint; 2013 Branding and User Interface Design*. John Wiley & Sons.

Enriquez, J. G. y Casas, S. (2014). Usabilidad en aplicaciones móviles. *Informes Científicos - Técnicos UNPA*, 5(2), 25-47. <https://doi.org/10.22305/ict-unpa.v5i2.71>

Genz, J. y Küchler, U. (2015). *Metamorphoses of (New) Media*. Cambridge Scholars Publishing.

Krug, S. (2014). *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability* (3.a ed.). New Riders.

Mendoza, A. (2013). Mobile User Experience: Patterns to Make Sense of It All. Morgan Kaufmann.

Mendoza, J. C. (2021). Usabilidad. En Semiótica del diseño con enfoque agentivo: condiciones de significancia en artefactos de uso (1.a ed., pp. 25;30). Universidad Jorge Tadeo Lozano. <https://doi.org/10.2307/j.ctv2175pb8.5>

Reiss, E. (2012). Usable Usability: Simple Steps for Making Stuff Better. Wiley.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 5, 6 y 7

UNIDAD N°: 4 EL DOCUMENTO DE IMPLEMENTACIÓN, LOS MODELOS DE NEGOCIO DESTINADOS A LAS APLICACIONES MÓVILES Y ESTRATEGIAS DE VIRALIZACIÓN

LOGRO

Implementa el plan y las estrategias de masificación y viralización de la aplicación móvil teniendo en cuenta el modelo de negocio y el público objetivo planteado en el documento de implementación.

TEMARIO

COMPETENCIA(S):

Pensamiento Innovador y Ejecución Publicitaria

- Desarrolla un prototipo funcional de la aplicación en base al diseño realizado
- Evalúa la funcionalidad de su aplicación mediante pruebas de usabilidad estándar
- Produce un vídeo para promocionar las prestaciones de la aplicación

TEMARIO:

- Modelos de negocio para aplicaciones móviles: freemium, pago único, suscripción, entre otros
- El documento de implementación: definición, importancia y usos
- Prototipo de aplicación
- Pruebas de usabilidad: características, importancia y consejos para su ejecución
- Preproducción audiovisual: sumilla, guion y storyboard

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Documentación de proyecto
- Exposición dialogada
- Trabajo grupal en clase
- Elaboración de prototipo navegable
- Participación en el aula virtual

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

- TB2.1 - Documento de implementación del proyecto final
- TB2.2 - Entrega y sustentación del segundo avance: diseño de interfaz y estética de la aplicación
- TB2.3 - Entrega y sustentación del tercer avance: uso de contenidos textuales, gráficos y audiovisuales
- TB2.4 - Entrega y sustentación de informe de la prueba de usabilidad alfa
- TB2.5 - Entrega y sustentación del cuarto avance: avance la aplicación a un 90%, presentación de storyboard
- TB2.6 - Presentación y sustentación de la prueba beta del proyecto: avance a un 95%
- TB2.7 - Presentación de correcciones al storyboard

BIBLIOGRAFÍA:

Alhadreti, O. y Mayhew, P. (2017). To Intervene or Not to Intervene: An Investigation of Three Think-Aloud Protocols in Usability Testing. Journal of Usability Studies, 12(3).

Brooke, J. (1996). SUS: A "Quick and Dirty" Usability Scale. En P. Jordan, B. Thomas, B. Weerdmeester y I. McClelland (Eds.), Usability Evaluation in Industry (pp. 189-194). Taylor & Francis.

Drisgill, R., Ross, J. y Stubbs, P. (2013). SharePoint; 2013 Branding and User Interface Design. Wiley.

Genz, J. y Kuchler, U. (2015). Metamorphoses of (New) Media. Cambridge Scholars Publishing.

Hopkins, J. y Turner, J. (2012). Go Mobile: Location-based Marketing, Apps, Mobile Optimized Ad Campaigns, 2D codes and Other Mobile Strategies to Grow your Business. Wiley.

Kipper, G. y Rampolla, J. (2012). Augmented Reality: An Emerging Technologies Guide to AR. Syngress.

Mc Ewen, A. y Cassimally, H. (2014). Designing the Internet of Things. Wiley.

Nielsen, J. (1994). Usability Inspection Methods. Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, 1994-April, 413-414. <https://doi.org/10.1145/259963.260531>

Neil, T. y Tidwell, J. (2012). Mobile Design Pattern Gallery: UI Patterns for Mobile Applications (1.a ed.). O'Reilly Media

Mordhorst, M. (2014). How to Help Enterprises Going Mobile: Investigation on Influences and Requirements of Business Apps Within Enterprise Mobility. Anchor Academic Publishing.

Podmajersky, T. (2019). Strategic Writing for UX: Drive Engagement, Conversion, and Retention with Every Word. O'Reilly.

Ryan, D. (2014). The Best Digital Marketing Campaigns in the World II. Kogan Page.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 9 a 14

UNIDAD N°: 5 PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO FINAL

LOGRO

El estudiante crea un prototipo funcional de una aplicación móvil interactiva que debe ser publicitada y viralizada considerado la síntesis del modelo D.A.D.I.

TEMARIO

COMPETENCIA(S):

Pensamiento Innovador y Ejecución Publicitaria

- Elabora un panel gráfico (board) que resume las características y bondades de la aplicación
- Sustenta el proyecto de aplicación de forma coherente y articulada

TEMARIO:

- Producción audiovisual: stop-motion, grabación, animatic, técnica mixta
- El pitch: sustentación de proyecto ante clientes
- Documentación y registro de proyecto

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Trabajo grupal en clase

- Participación en el aula virtual
- Retroalimentación en la exposición

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

EX: Exposición del proyecto final

TF: Presentación de trabajo final

BIBLIOGRAFÍA:

Mordhorst, M. (2014). How to Help Enterprises Going Mobile: Investigation on Influences and Requirements of Business Apps Within Enterprise Mobility. Anchor Academic Publishing.

Ryan, D. (2014). The Best Digital Marketing Campaigns in the World II. Kogan Page.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 15 y 16

VI. METODOLOGÍA

El Modelo Educativo de la UPC asegura una formación integral, que tiene como pilar el desarrollo de competencias, las que se promueven a través de un proceso de enseñanza-aprendizaje donde el estudiante cumple un rol activo en su aprendizaje, construyéndolo a partir de la reflexión crítica, análisis, discusión, evaluación, exposición e interacción con sus pares, y conectándolo con sus experiencias y conocimientos previos. Por ello, cada sesión está diseñada para ofrecer al estudiante diversas maneras de apropiarse y poner en práctica el nuevo conocimiento en contextos reales o simulados, reconociendo la importancia que esto tiene para su éxito profesional.

El curso consta de 6 horas semanales. Dado que se desarrolla en modalidad blended (semipresencial), se impartirán 3 horas de clase presencial y 3 horas de trabajo virtual. Para que el estudiante culmine con éxito todas las actividades, su participación constante es indispensable.

El curso desarrolla una parte teórica y otra práctica, ambas interrelacionadas. Los conceptos teóricos mantienen una directa relación con las herramientas prácticas. El trabajo práctico está dividido en cuatro fases: Definición, arquitectura, diseño e implementación. En cada una de ellas existe información del tema trabajado (output) que constituye la entrada (input) de la fase siguiente. Además, durante la fase de implementación existen puntos de control del proyecto, de igual forma, en la parte práctica se consideran los informes de las actividades, controles de lectura y trabajos diversos.

Los estudiantes rinden prácticas calificadas para ir verificando sus aprendizajes en el manejo de las herramientas y de los conceptos comunicacionales y gráficos, los cuales deben ser desarrollados paso a paso en la elaboración final del App. En las clases teóricas resuelven problemas en grupo, simulaciones, debates, estudios de casos y discusiones que contribuyen con la aplicación de los conceptos desarrollados en clase con la conceptualización y creación de un prototipo de App móvil interactiva. El estudiante deberá dedicar al menos tres horas para las lecturas y desarrollo de las actividades complementarias a la semana fuera del horario de clases.

En lo referente a los trabajos en clase y fuera de esta (TB1 y TB2), estos son un promedio de 7 trabajos para la TB1 y de 7 trabajos para la TB2, numerados como TB1.1, TB1.2 y así sucesivamente, cada uno constituye una parte del porcentaje total de TB1 y TB2 en la fórmula de evaluación.

Modalidad de dictado: Blended.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

10% (CL1) + 15% (TB1) + 20% (TP1) + 25% (TB2) + 15% (EX1) + 15% (TF1)

TIPO DE NOTA	PESO %
CL - CONTROL DE LECTURA	10
TB - TRABAJO	15
TP - TRABAJO PARCIAL	20
TB - TRABAJO	25
EX - EXPOSICIÓN	15
TF - TRABAJO FINAL	15

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 6	Evidencia de aprendizaje: control de lectura (se desarrolla en el aula virtual). Competencia evaluada: Pensamiento innovador y Ejecución Publicitaria. Trabajo individual.	NO
TB	TRABAJO	1	Semana 7	Promedio de trabajos del TB1.1 al TB1.7	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8	Evidencia de aprendizaje: análisis de aplicación. Competencia evaluada: Pensamiento innovador y Ejecución Publicitaria. Trabajo grupal.	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 14	Promedio de trabajos del TB2.1 al TB2.7	NO
EX	EXPOSICIÓN	1	Semana 15	Evidencia de aprendizaje: exposición del proyecto final. Competencia evaluada: Pensamiento innovador y Ejecución publicitaria. Exposición individual.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Evidencia de aprendizaje: entrega del trabajo final.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/9512274540003391?institute=51UPC_INST&auth=LOCAL

ANEXO

En este anexo, se encuentran los reglamentos que todo alumno está obligado a leer y a cumplir en su rol de estudiante universitario en la UPC.

REGLAMENTO DE DISCIPLINA DE ALUMNOS :

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/reglamentos-upc/sica-reg-26-reglamento-de-disciplina-de-alumnos>

REGLAMENTO PARA LA PREVENCIÓN E INTERVENCIÓN EN CASOS DE HOSTIGAMIENTO SEXUAL- UPC:

<https://sica.upc.edu.pe/categoria/normalizacion/sica-reg-31-reglamento-para-la-prevencion-e-intervencion-en-casos-de-hostiga>