



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Taller de Proyectos Digitales
CÓDIGO	:	PU117
CICLO	:	202300
CUERPO ACADÉMICO	:	Mejía Perea, José Eduardo
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	8
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 en el uso de herramientas de prototipado, gestión y creación de contenidos digitales en la forma de aplicaciones interactivas (Apps) para dispositivos móviles, enfocándose principalmente en los Smartphones y Tablets. El curso busca desarrollar en el estudiante las competencias digitales que le permitan abordar y encaminar el diseño e implementación de Apps y 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 (App) 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

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante explica un documento de definición en donde fundamenta las formas en que una aplicación interactiva para dispositivos móviles es necesaria como complemento de una campaña comunicacional en el mercado local e internacional.

Competencia(s):

Pensamiento Innovador y Gestión de Recursos.

TEMARIO

TEMARIO

- Definición de nuevos medios, multimedia, transmedia y sinergia de medios.
- Proceso y metodología para el desarrollo de una aplicación interactiva. El modelo de trabajo D.A.D.I.
- Componentes e importancia del documento de definición.
- Problemas que se generan por una inadecuada interpretación de los requerimientos del cliente.
- El usuario final. Investigación del usuario final en base a sus perfiles demográfico, psicográfico y tecnográfico. Uso de fuentes.
- Definición y diferencias entre Aplicación interactiva y web móvil. Apps Nativas, Híbridas y Web Apps.
- Dispositivos móviles: Definición y tipos.
- Wearables gadgets: Relojes y accesorios inteligentes. Importancia, ejemplos y tendencias actuales.
- Sistemas operativos: Definición, importancia y ejemplos.
- Introducción a las herramientas de maquetación o prototipado:
- Uso de la interfaz de diseño, herramientas de diseño (Prototyper), menú principal, ventanas de propiedades.
- Trabajando con páginas y pantallas de diseño.
- Uso de widgets.
- Trabajando con objetos agrupados y gráficos vectoriales.
- Formatos gráficos (GIF, JPG, y PNG), ventajas y desventajas de su uso para Apps.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Exposición dialogada.
- Lluvia de ideas.
- Participación activa en el foro de preguntas del Aula Virtual.
- Participación activa en el foro de ideas de APPs en el Aula Virtual.
- Trabajo en equipos.
- Exposición dialogada.
- Trabajo en equipos.
- Taller.
- Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

- TB1.1 - Ideas preliminares individuales de APPs en documento enviado por el Aula Virtual.
- TB1.2 - Entrega de manera grupal el 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, Donald & NICHOLS, Kevin,(2014) UX for dummies. West Sussex: England: John Wiley & Sons, Inc. (ISBN: 1-118-85279-6), capítulo 1.

COOPER, Alan, (2014) About Face: The essentials of interaction design. Indianapolis: Indiana: Wiley (ISBN: 1-118-76640-7), capítulos 1 y 2.

REISS, Eric, (2012) Usable usability simple steps for making stuff better. Indianapolis, Indiana. John Wiley & Sons, Inc. (ISBN: 1-118-22755-7), capítulo 1

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 1

UNIDAD N°: 2 UNIDAD N°: 2 EL DOCUMENTO DE ARQUITECTURA, ARQUITECTURA DE LA**LOGRO**

Al finalizar la unidad, 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.

Competencia(s):

Pensamiento Innovador y Gestión de Recursos.

TEMARIO

-Desarrollo de un esquema para organizar los contenidos: Documento de arquitectura.

-Componentes e importancia de la arquitectura de la información.

-Problemas que se generan por una inadecuada organización de contenidos.

-El mercado de las Apps a nivel global y local. Ejemplos y tendencias. Análisis del mercado local de Apps.

-StartUps: Definición y ejemplos locales e internacionales.

-Modelos de negocio aplicados al desarrollo, gestión y comercialización de Apps.

-Herramienta de prototipado (Prototyper):

-Optimización de imágenes para aplicaciones móviles con Adobe Photoshop.

-Uso de componentes.

-Trabajando con formularios.

-Interactividad básica y creación de botones predefinidos.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

-Exposición dialogada.

-Taller.

-Trabajo en equipos.

-Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.

-Taller.

-Exposición dialogada.

-Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

TB1.4 - Entrega grupal del documento de Arquitectura vía el Aula Virtual.

TB1.5 - Entrega individual del ejercicio práctico 1 (realizado en casa).

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

BIBLIOGRAFÍA:

CHESTNUT, Donald & NICHOLS, Kevin,(2014) UX for dummies. West Sussex: England: John Wiley & Sons, Inc. (ISBN: 1-118-85279-6), capítulos 2 y 3.

KNIGHT, Westley, (2019) UX for Developers How to Integrate User-Centered Design Principles Into Your Day-to-Day Development Work. Berkeley, CA : Apress : Imprint: Apress. (ISBN: 1-4842-4227-0)

MENDOZA, Adrian, (2014) Mobile user experience: patterns to make sense of it all. Amsterdam, Netherlands: Morgan Kaufman, an imprint of Elsevier. (ISBN: 0-12-411490-3)

MORDHORST, Michael. (2014) How to help enterprises going mobile: investigation on influences and requirements of business Apps within enterprise mobility. Hamburg: Germany: Anchor academic publishing. (ISBN: 3-95489-695-8)
REISS, Eric, (2012) Usable usability simple steps for making stuff better. Indianapolis, Indiana. John Wiley & Sons, Inc. (ISBN: 1-118-22755-7), capítulos 2 y 3.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 2

UNIDAD N°: 3 DOCUMENTO DE DISEÑO

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante diseña las pantallas y secciones del prototipo de la aplicación final.

Competencia(s):

Pensamiento Innovador y Gestión de Recursos

TEMARIO

- Componentes e importancia del documento de diseño.
- Diseño de la interface del usuario:
- Diseño, funcionalidad y forma.
- Ergonomía, Hot Spots.
- Metáforas e intuición.
- Principios de navegabilidad
- Problemas que se generan por un inadecuado diseño de interfaces.
- Usabilidad, comunicabilidad y UX (User Experience). Principios de Usabilidad.
- Gestión de contenidos, uso de espacios, diagramación, empleo de tipografía e iconografía.
- Aplicación, fundamentación y sustentación de un modelo de negocio para el proyecto final.
- Test de usuarios en base a una prueba alpha.
- Herramienta de prototipado (Prototyper):
- Uso de mapas de navegación.
- Trabajando con gestos.
- Creación de botones en base a diseños propios.
- Generación de dropboxes y cajas desplegadas.
- Interacción básica en base a un menú de opciones.
- Diseño de interfaces.
- Publicación del prototipo.
- Pruebas de usabilidad.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Trabajo en equipos.
- Taller.
- Exposición dialogada.
- Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.
- Exposición y debate.
- Control de lectura.
- Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.
- Sustentación de trabajo.

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

- TB1.7 - Entrega grupal del documento de Diseño.
- TB1.8 - Entrega individual del ejercicio práctico 2 (realizado en casa).
- CL - Control de lectura virtual (se desarrolla en el Aula Virtual)
- TB2.1 - Ejercicio práctico guiado 3 en clase sobre diseño de interfaces.
- TB2.2 - Entrega y sustentación de primer avance (diseño de pantallas y secciones del APP final, 5 pantallas diseñadas y

diagramadas)

BIBLIOGRAFÍA:

COOPER, Alan, (2014) About Face: The essentials of interaction design. Indianapolis: Indiana: Wiley (ISBN: 1-118-76640-7), capítulos 3, 4 y 5.

DRISGILL, Randy, ROSS John & STUBBS Paul, (2013) Sharepoint 2013 branding and user interface design.

Indianapolis, Indiana: John Wiley & Sons, Inc. (ISBN: 1-118-71073-8)

GENZ, Julia, (2015) Metamorphoses of (new)media. Newcastle upon Tyne, England: Cambridge scholars publishing. (ISBN: 1-4438-8767-6), capítulos 1 y 2

5

MENDOZA, Adrian, (2014) Mobile user experience: patterns to make sense of it all. Amsterdam, Netherlands: Morgan Kaufman, an imprint of Elsevier. (ISBN: 0-12-411490-3)

REISS, Eric, (2012) Usable usability simple steps for making stuff better. Indianapolis, Indiana. John Wiley & Sons, Inc. (ISBN: 1-118-22755-7)

RYAN, Damian, (2014) The best digital marketing campaigns in the world II: London, England: Kogan Page. (ISBN: 0-7494-6969-2)

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 3 y 4

UNIDAD N°: 4 EL DOCUMENTO DE IMPLEMENTACIÓN, LOS MODELOS DE NEGOCIO

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante implementa el plan y las estrategias de masificación y viralización del App teniendo en cuenta el modelo de negocio y el público objetivo planteado en el documento de implementación.

Competencia(s):

Pensamiento Innovador y Gestión de Recursos.

TEMARIO

- Documento de Implementación: Definición, importancia y usos.
- Presentación de casos y ejemplos.
- Introducción al marketing digital. Diseño de estrategias comunicacionales y de marketing.
- Desarrollo del Proyecto Final.
- Construye el demo de la aplicación
- Desarrolla todo el material que está contemplado en los documentos de arquitectura y diseño.
- Programa las funcionalidades incluidas en el documento de arquitectura.
- Ensambla los diferentes elementos que forman parte de la aplicación guiándose del documento de diseño y del documento de arquitectura.
- Recibe la retroalimentación de la fase de prueba del proyecto en fase Alpha y luego lo mejora y actualiza para una fase Beta.
- Documenta sus procesos de trabajo.
- Registra el total de sus horas de trabajo, especificando las tareas que fueron realizadas.
- Ejecuta y organiza pruebas de navegación y usabilidad.
- Implementa el proyecto final basándose en las correcciones obtenidas en la fase Beta.
- Compila el proyecto para su distribución final.
- Realiza un video de no más de 45 segundos para sustentar y presentar el App.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Exposición dialogada.
- Taller.
- Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.

-Asesorías.

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

TB2.3 - Entrega individual del ejercicio práctico 3 (realizado en casa).

TB2.4 - Entrega y sustentación del segundo avance (diseño de interface y contenidos textuales)

TB2.5 - Entrega y sustentación del tercer avance (uso de contenidos gráficos y audiovisuales)

TB2.6 - Entrega y sustentación de informe sobre resultados de la prueba de usabilidad Alpha.

TB2.7 - Entrega y sustentación del cuarto avance (diseño de interface y contenidos textuales)

TB2.8 - Presentación y sustentación de la prueba Beta del proyecto final.

BIBLIOGRAFÍA:

DRISGILL, Randy, ROSS John & STUBBS Paul, (2013) Sharepoint 2013 branding and user interface design.

Indianapolis, Indiana: John Wiley & Sons, Inc. (ISBN: 1-118-71073-8)

GENZ, Julia, (2015) Metamorphoses of (new)media. Newcastle upon Tyne, England: Cambridge scholars publishing.

(ISBN: 1-4438-8767-6)

HOPKINS, Jeanne & TURNER, Jamie, (2012) Go Mobile: Location-based marketing, apps, mobile optimized ad

campaigns, 2D codes and other mobile strategies to grow your business. Hoboken: New Jersey: Wiley (ISBN:

9781118167786)

KIPPER, Gregory & RAMPOLLA, Joseph, (2012) Augmented Reality an emerging technologies guide to AR.

Waltham: Massachusetts: Syngress. (ISBN: 1-283-81064-6)

Mc EWEN, Adrian & CASSIMALLY, Hakim, (2014) Designing the Internet of things. Chichester, England: Wiley.

(ISBN: 1-299-988-65-2)

NEIL, Theresa., & TIDWELL, Jenifer. (2012). Mobile Design Pattern Gallery UI Patterns for Mobile Applications. 1st

ed. Sebastopol: O'Reilly Media, 2012. Web. (ISBN : 1-4493-1893-2)

ORDHORST, Michael, (2014) How to help enterprises going mobile: investigation on influences and requirements of

business Apps within enterprise mobility. Hamburg: Germany: Anchor academic publishing. (ISBN: 3-95489-695-8)

PODMAJERSKY, Torrey, (2019) Strategic Writing for UX : Drive Engagement, Conversion, and Retention with

Every Word. First ed. Beijing: O'Reilly, 2019. Web. (ISBN : 1-4920-4936-0)

RYAN, Damian, (2014) The best digital marketing campaigns in the world II: London, England: Kogan Page. (ISBN:

0-7494-6969-2)

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 5 y 6

UNIDAD N°: 5 PRESENTACIÓN Y SUSTENTACIÓN DEL PROYECTO FINAL

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante crea un prototipo funcional de una aplicación móvil interactiva que debe ser publicitada y viralizada considerando la síntesis del modelo D.A.D.I.

Competencia(s):

Pensamiento Innovador, Gestión de Recursos y Ejecución Publicitaria.

TEMARIO

- Introducción a la creación del guión del video promocional final.
- Introducción a la compilación de archivos: Compilación del proyecto final en formato .vp
- Presentación del producto compilado en formato .vp como DEMO del proyecto.
- Presentación del video promocional del App.
- Sustentación clara y precisa del alcance del proyecto final.

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE:

- Exposición dialogada.
- Taller.
- Participación en el foro de preguntas en el Aula Virtual.
- Asesorías.
- Sustentación de trabajo.

8

- Presentación efectiva.

EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE:

TF : Presentación del trabajo final. EX : Exposición del proyecto final.

BIBLIOGRAFÍA:

MORDHORST, Michael, (2014) How to help enterprises going mobile: investigation on influences and requirements of business Apps within enterprise mobility. Hamburg: Germany: Anchor academic publishing. (ISBN: 3-95489-695-8)
RYAN, Damian, (2014) The best digital marketing campaigns in the world II: London, England: Kogan Page. (ISBN: 0-7494-6969-2).

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 7 y 8

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 8 trabajos para la TB1 y de 8 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.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

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

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	15
CL - CONTROL DE LECTURA	10
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
TB	TRABAJO	1	Semana 2	Promedio de trabajos del TB1.1 al TB1.8 (TBI en la fórmula)	NO
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 3	Evidencia de aprendizaje: control de lectura (se desarrolla en el aula virtual). Competencia evaluada: Pensamiento innovador y Gestión de recursos. Trabajo individual.	NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 4	Evidencia de aprendizaje: Trabajo parcial de análisis de APPs. Competencia evaluada: Pensamiento innovador y Gestión de recursos. Trabajo grupal.	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 7	Promedio de trabajos del TB2.1 al TB2.8 (TB2 en la fórmula)	NO
EX	EXPOSICIÓN	1	Semana 7	Evidencia de aprendizaje: exposición del proyecto final. Competencia evaluada: Pensamiento innovador, Gestión de recursos y Ejecución publicitaria. Exposición individual.	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 8	Evidencia del aprendizaje: entrega del trabajo final. Competencia evaluada: Pensamiento innovador, Gestión de recursos y Ejecución publicitaria. Trabajo grupal.	NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

https://upc.alma.exlibrisgroup.com/leganto/readinglist/lists/9343332940003391?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>