

## **USER-CENTERED DESIGN**

### **Diseño y valor de uso en la concepción de productos innovadores**

Obviar la evaluación del valor potencial de uso en fases iniciales de concepción, suele llevar a la definición de productos que, una vez en el mercado, no satisfacen las expectativas de sus usuarios. Una correcta comprensión de las necesidades y criterios reales de los usuarios del producto incide decisivamente sobre sus posibilidades de éxito comercial. También permite identificar áreas de oportunidades para la generación de nuevos conceptos de producto y fomentar la innovación.

Facilita asimismo la comprensión y gestión de la labor del diseñador industrial, y potencia la capacidad de interlocución en el marco de un equipo de concepción de producto.

El curso ofrece una primera aproximación al diseño orientado al usuario, sus conceptos y su metodología.

#### **DESTINATARIOS**

Profesionales y estudiantes de diseño, marketing e ingeniería. Profesionales interesados en la generación de ideas para la mejora de la calidad de vida de las personas y de la competitividad de las empresas.

#### **FINALIDAD DEL CURSO**

Capacitar tanto a profesionales del diseño como a profesionales afines involucrados en este ámbito de actuación en las empresas, para hacer un uso estratégico del diseño orientado al usuario en la creación de nuevos productos y servicios.

Familiarizar con los métodos prácticos de investigación en materia de uso y con su integración a la propia metodología de diseño y desarrollo de productos.

#### **OBJETIVOS**

Potenciar la capacidad de análisis creativo y la pro-actividad en relación a la concepción de productos y servicios. Orientar la creatividad hacia la creación de valor para las personas y la las empresas.

Sensibilizar ante la necesidad de una toma en consideración sistemática de los factores de uso desde la fase inicial de la concepción de los productos; familiarizar con los conceptos básicos en torno a los cuales se estructuran las relaciones de uso y ayudar a la comprensión de los factores de mejora del valor de uso del producto.

#### **METODOLOGÍA**

Curso participativo basado sobre la potenciación de la creatividad individual y su integración al trabajo en equipo para la generación e implementación de ideas de productos.

Exposición de conceptos teóricos en materia de innovación conceptual, diseño de producto y generación de valor de uso; trabajo individual y en grupo por medio de ejercicios prácticos en torno a los conceptos expuestos.

#### **PONENTE**

Brigitte Sauvage

Fundadora y co-directora de diseño de ADN DESIGN ([www.adndesign.es](http://www.adndesign.es))

#### **DURACIÓN**

2 semanas de lunes a viernes, horario: 19:00 a 21:00.

## CONTENIDO

- **El diseño industrial: fases y herramientas**

- Diseño e Innovación
- Diseño orientado al usuario y proceso creativo
- ¿Qué es un análisis de uso?
- Niveles de actuación en materia de uso

- **Aproximación al ámbito del uso: exposición teórica y ejercicios prácticos**

- Identificación del concepto de producto; funciones de uso; valor de uso
- Identificación de los actores: los usuarios (sus deseos, necesidades y capacidades específicas, sus criterios de valoración), el contexto de utilización (sus características y sus factores condicionantes particulares)
- relaciones e interacciones objeto/usuario/contexto
- El método: identificación de los casos de uso; los ciclos de uso y sus fases

- **Definición del perfil potencial de producto: ejercicio práctico**

Sobre la base de un briefing de proyecto, realización de un análisis prospectivo orientado a la identificación de necesidades latentes y aéreas de oportunidades; definición de las propuestas de mejora o del perfil teórico del nuevo producto.

- Identificación de las funciones de uso
- Especificación de casos de uso
- Elaboración de un perfil potencial de producto: prestaciones cualitativas y cuantitativas, características y modo operatorio