

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA NACIONAL
FACULTAD REGIONAL CÓRDOBA



Trabajo Práctico N°13:

“ DESIGN THINKING – Publicidad de Instagram”

Cátedra: Ingeniería en Software

Comisión: 4K1

Grupo N°3:

• Buffa, Fabricio	75132
• Casella, Juan Manuel	78139
• Feraudo, Isabel	73462
• Heredia Molina, Lihuen Milet	58672
• Merlo, Luciano Ariel	76535
• Pereira Duarte, Martin	76367

Docentes:

- Crespo, Mickaela
- Boiero Rovera, Gerardo Javier
- Meles, Silvia Judith

Fecha de Presentación: 26/10/2021

Contenido

Instrucciones2

Resolución.....4

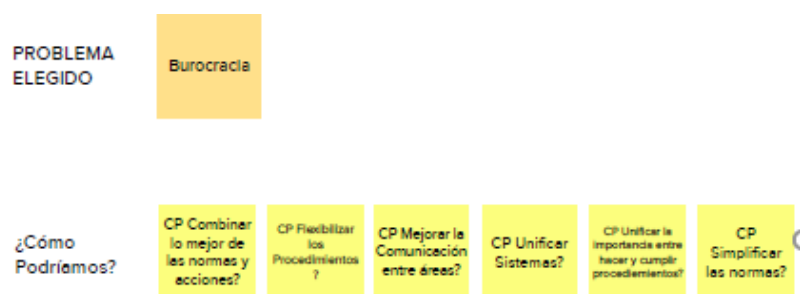
Fuentes13

PRÁCTICO 13 - DESIGN THINKING – Publicidad de Instagram (Evaluable)

Unidad:	Unidad Nro. 2: Gestión Lean-Ágil de Productos de Software
Consigna:	Simular la definición de un producto de software. Para ello se utilizará una dinámica en la que se diseñará la publicidad en Instagram de un producto para vender en el mercado.
Objetivo:	Aplicar algunos conceptos de gestión ágil y design thinking en el desarrollo de productos de software y el concepto de MVP.
Propósito:	Familiarizarse con la gestión ágil de proyectos y algunos conceptos de Design Thinking.
Entradas:	Conceptos teóricos sobre el tema desarrollados en clase. Bibliografía referenciada sobre el tema. Instrucciones de la dinámica. Materiales necesarios: Software de diseño colaborativo online
Salida:	El diseño de la publicidad de un producto que cumple con el MVP, es decir que es la versión mínima del producto que me permite validarlo con el Mercado y obtener feedback del cliente.

Instrucciones

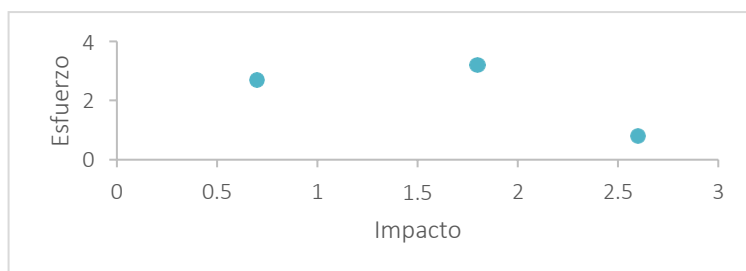
- Se trabajará sobre un problema que pueda resolverse con un producto de software. Puede ser elegido por cada grupo o planteado por el docente.
 Por ejemplo, podría plantearse como problema la Burocracia en el contexto de la Universidad, el sistema de transporte en Córdoba, los pedidos del Delivery llegan siempre fríos, etc.
- A partir del problema el grupo planteará los desafíos que el mismo supone, a partir de la consigna “Como Podríamos...” Eso nos permite convertir a los problemas en Desafíos positivos y accionables.
 Por ejemplo:



- Y para cada desafío planteamos posibles soluciones

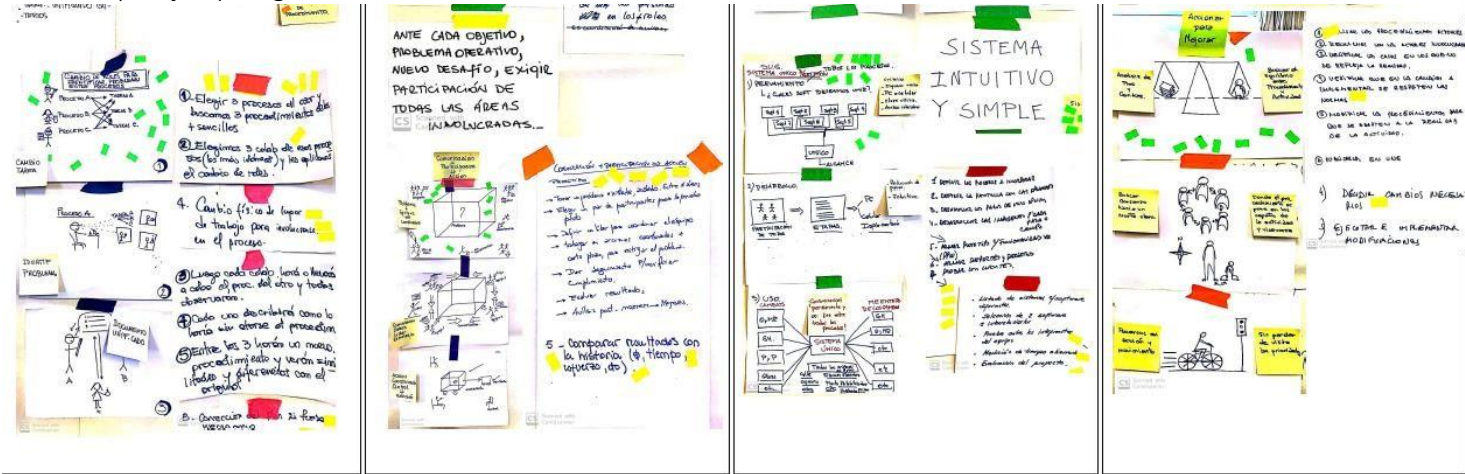


- Se eligen la solución sobre la cual se trabajará, ponderándolas en una matriz de Esfuerzo – Impacto (se elige la de la combinación de mayor impacto y menos esfuerzo)



5. Cada alumno del grupo grafica como trabajar sobre la idea elegida en 3 etapas, para modelar

el concepto Ejemplos gráficos:



6. El equipo vota (cada integrante tiene 2 votos) por la representación que más le gustó. La representación más votada es elegida como la representación ganadora

7. El equipo define los requerimientos que debería incluir el Mínimo Producto Viable. Luego arma un prototipo de una publicidad para Instagram de la solución elegida, para el Mínimo Producto Viable.

Ejemplos:



8. El grupo presenta su publicidad a todo el curso.

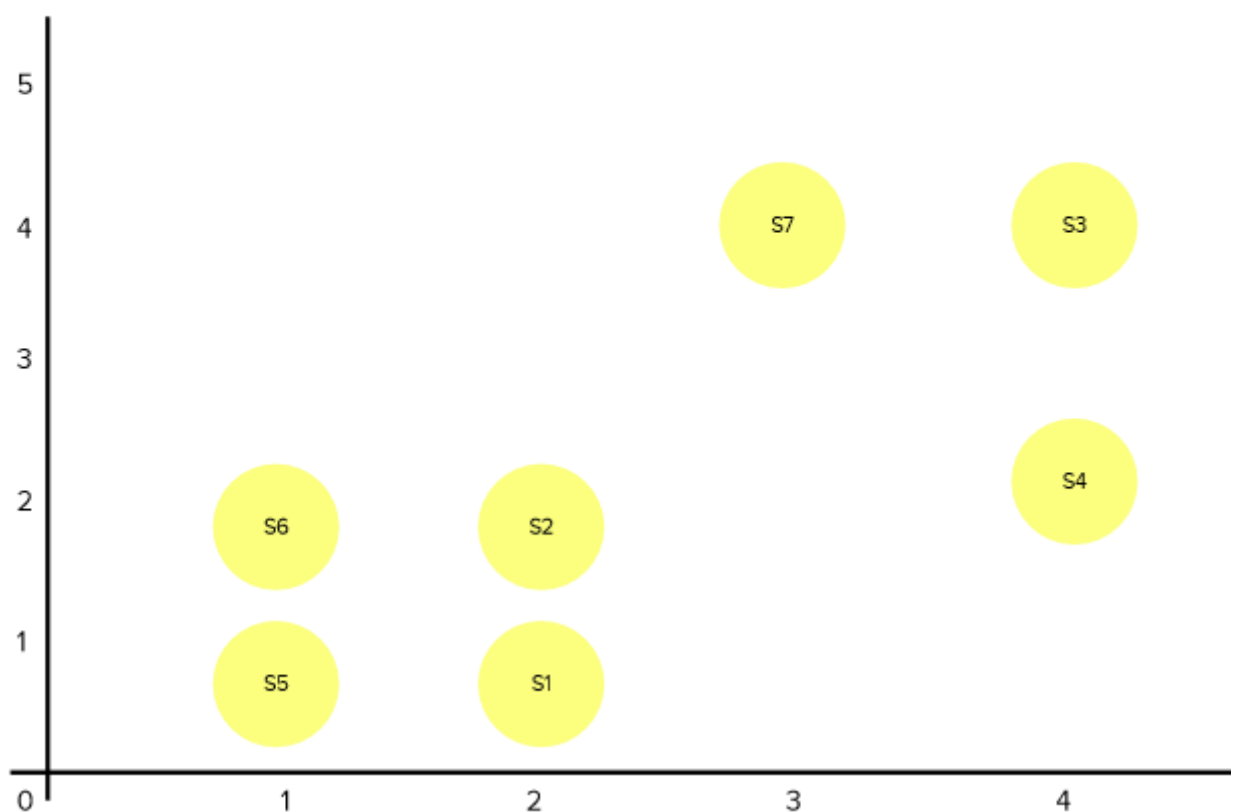
Resolución Grupo 3

PROBLEMA Y SOLUCIONES

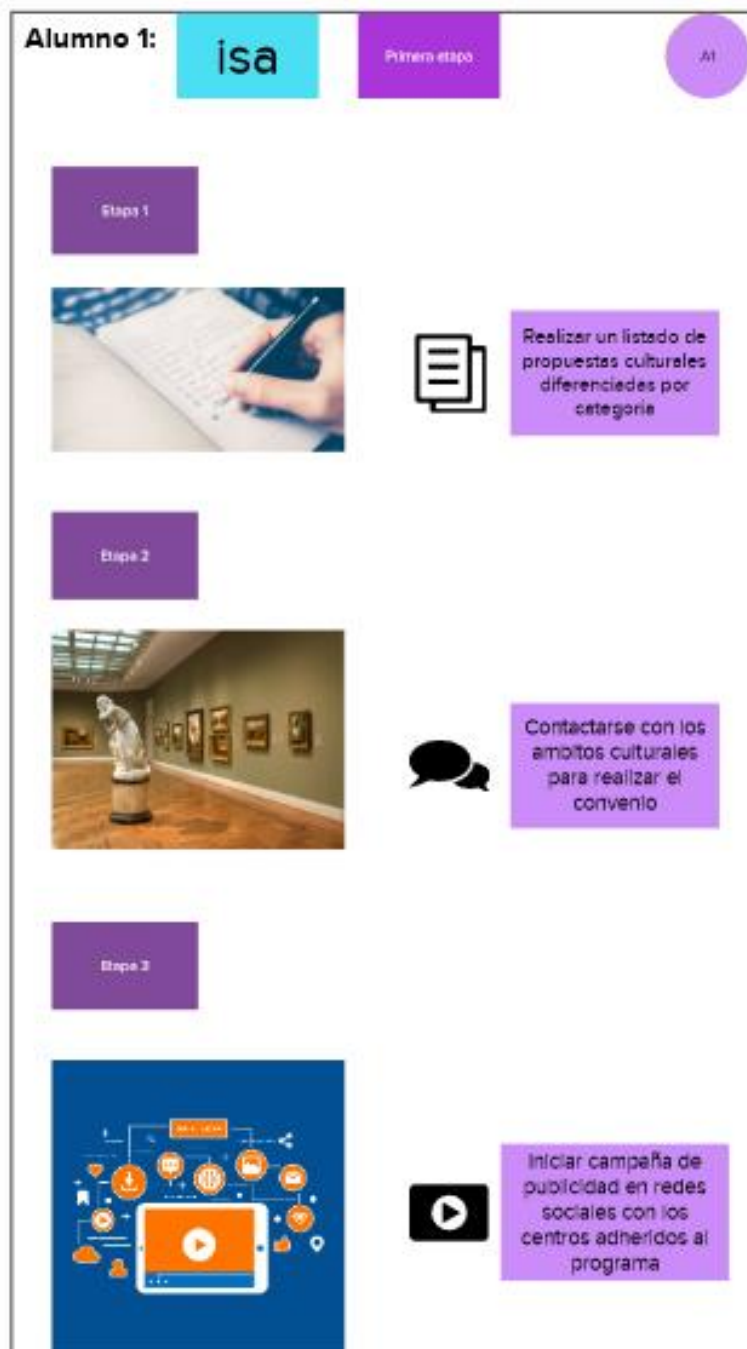
Problema elegido	Falta de interés los jóvenes por cuestiones culturales (Ejemplo Museos)							
¿Cómo podríamos?	generar interés de los jóvenes en la lectura de libros culturales	Incentivar a la juventud a conocer la cultura de cordoba	Generar interés por lugares históricos del país	dar mas visibilidad en las redes sociales sobre cuestiones culturales	Facilitar el acceso a los jóvenes para un primer contacto con cuestiones culturales (ej. libros)	fomentar la creación de espacios de debate sobre asuntos culturales (grupos de dialogo)	fomentar el habito de la lectura	fomentar el interés en actividades independientes (jane, musica, literatura, etc)
SOLUCIONES	Sistema de puntos y cupones	Planificar paseos de bajo costo o gratuito en grupos a través de museos	Abrir las puertas de los museos de forma gratuita por horas a los interesados (noche de los museos)	Permitir acceso gratuito o con descuentos a alumnos regulares	Portal de E-Books	Proveer a jóvenes descuentos para la adquisición de libros de distintos géneros literarios	Campañas publicitarias en redes sociales, realizando sorteos y promociones para visitas a museos locales	

MATRIZ DE ESFUERZO-IMPACTO DE SOLUCIONES

Esfuerzo (0: Bajo, 1: Medio Bajo, 2: Normal, 3: Medio Alto, 4: Alto - 5 Extremadamente alto)
 Impacto (0: Bajo, 1: Medio Bajo, 2: Normal, 3: Medio Alto, 4: Alto - 5 Extremadamente alto)



MODELO DE CONCEPTO



A2





Alumno 4: Lihuen

A4

1.

-Proponer a políticos y medios de comunicación que respalden y promuevan la propuesta para que museos accedan abrir las puertas de manera gratuita a jóvenes que se encuentren cursando su educación inicial, intermedia o superior.



Rango etario
de 10 - 25 años.

2.

-Realizar una búsqueda de museos y espacios culturales dispuestos a abrir sus puertas a jóvenes de manera gratuita, presentando libreta.



3.

-Desarrollar un sistema para que usuarios consulten y registren a actividades que deseen realizar.

-Realizar publicades para visualizar los eventos.

-Acercarse a establecimientos educativos para hacer conocer el sistema.



Alumno 5: Juan



Organizar el equipo de trabajo, definiendo roles y actividades.



Dividir los grupos de jóvenes en estratos más prácticos



Buscar Información, ya sea mediante encuestas propias, o trabajos ya realizados, sobre qué es lo que es lo que más le interesa a los jóvenes



ETAPA 1

Buscar información, sobre los distintos espacios culturales de la ciudad.



Realizar sistema de puntaje para los espacios, según los intereses en común de los jóvenes



Generar perfiles de jóvenes para clasificar los lugares, y agrupar dichos espacios según los perfiles encontrados



ETAPA 2

Realizar eventos que
refuercen los valores
de los perfiles de
jóvenes encontrados



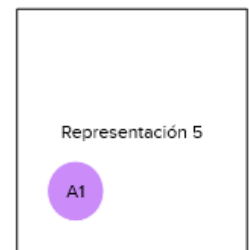
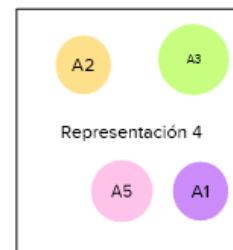
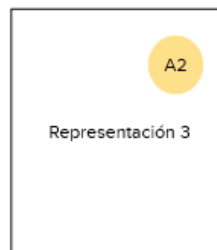
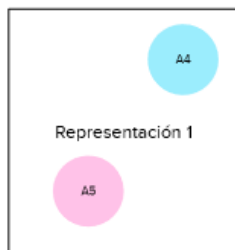
Realizar publicidad
en base a esos
eventos



ETAPA 3

VOTACIÓN DE REPRESENTACIONES

Cada participante podrá realizar 2 votos con el stickers del color que lo identifica.

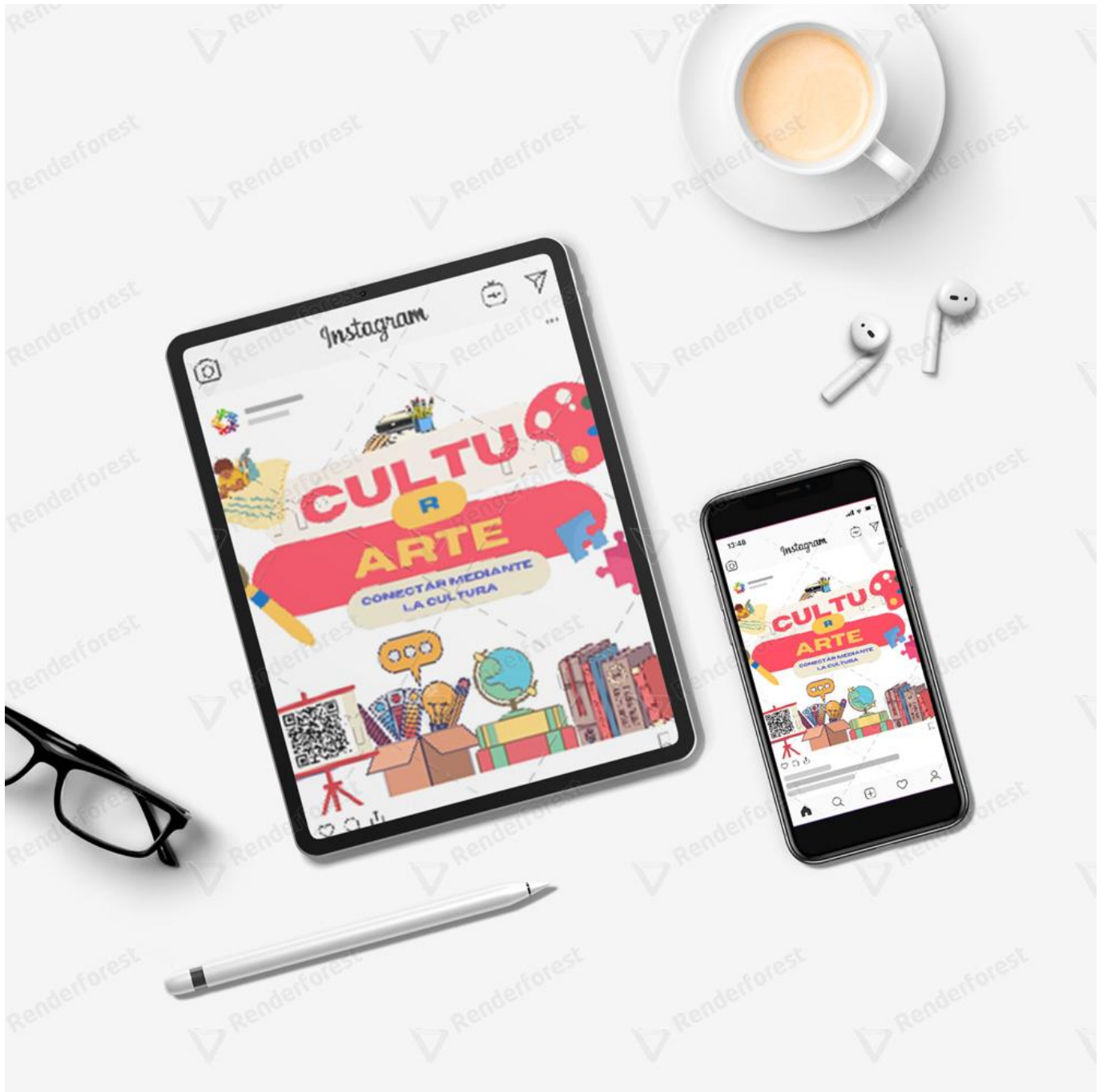


MVP

Describe los requerimientos de usuarios contemplados

MVP

1. Consultar espacios culturales disponibles.
2. Registrar usuario
3. Registrar espacio culturales.
4. Registrar actividades.
5. Registrar organizadores.
6. Finalizar actividad.
7. Registrar asitencia a la actividad.
8. Cancelar asitencia a la actividad.





Fuentes

<https://app.mural.co/t/workspacesgb9236/m/muralprouers8709/1634756317199/a455063dd148feb86944b487c77160bd78d20482?sender=5f69b910-d4cb-44d1-ae50-93c4340972be>