

COLEGIO ANTONIO VAN UDEN	
ÁREA DE TECNOLOGÍA E INFORMÁTICA	GRADO 10
Docentes: Mg. Leonardo Cantor. Mg. Héctor Fabio Cerón T.	Guía No.6 (Actividad 1 tercer periodo académico 2020)
Correo para enviar guía resuelta: tecnovanudenjt@gmail.com	
Al finalizar de desarrollar la siguiente guía el alumno comprenderá 4 metodologías para el diseño de productos digitales y elaborará un diseño y guion de Podcast.	

El desarrollo de las actividades propuestas en esta guía le permitirá al estudiante entender la dinámica de elaboración de productos digitales, en este caso particular no se recurre a ninguna app o software para tal fin, se hace énfasis en el diseño y la creatividad individual.

Criterios de Evaluación: Se debe entregar la guía desarrollada en su totalidad, ojala dentro de los pasos establecidos. Es importante tener en cuenta una buena estética al momento de dibujar y diseñar (líneas, aseo, colores, sombras, tamaños). Para poder apreciar mejor el trabajo del estudiante es importante que las fotos o evidencias digitales enviadas al docente sean de buena calidad.

DISEÑO DE PRODUCTOS DIGITALES

Los productos digitales, también conocidos como infoproductos, son materiales producidos en formato digital y distribuidos en línea, como e-books, vídeos, audios, aplicaciones y sitios web de miembros. La mayoría son educativos y podemos decir que actualmente los más buscados son los cursos online. Se han hecho populares en el mundo empresarial porque tienen un gran alcance y, por lo tanto, permiten la escalabilidad de las ganancias.

Para el usuario, el consumo de contenido digital también es muy ventajoso, ya que el conocimiento se vuelve más alcanzable y práctico de adquirir (¡además de ser más accesible económicamente!).

El podcast: El audio marketing ha revolucionado el mercado digital en el 2019, esto ocurre porque el comportamiento del consumidor, que está en constante transformación, exige que las empresas adopten nuevas estrategias de marketing que sean pertinentes a sus comportamientos, como lo es la creación de podcasts. Si ayer leer un artículo de cinco minutos en un blog era algo mucho más accesible que leer una revista física, hoy, escuchar este mismo contenido en formato de audio es mucho más práctico que una lectura. Y esto se debe a que en la actualidad, estamos dentro de un escenario en el cual consumir está totalmente conectado a la tecnología, accesibilidad y practicidad. Por tanto, los podcasts surgen como una opción que le garantiza al oyente la conexión con todos estos puntos.

Los podcasts son una serie de episodios grabados en audio y transmitidos online. Estos pueden ser grabados en diferentes formatos, siendo los más comunes entrevistas entre invitado y presentador y grabaciones individuales donde el presentador (o presentadores) comenta sobre un tema específico. Cualquiera que sea el formato de presentación, estos programas necesitan obligatoriamente de un tema y de alguien para realizar la presentación (normalmente

denominados hosts). Como dato interesante, la palabra podcast es resultado de la unión de las palabras iPod, refiriéndose a que este contenido es portátil y a Broadcast, refiriéndose a que su transmisión sigue el mismo modelo de las transmisiones vía radio. Y, a pesar de que están disponibles online, una de sus características fundamentales es la posibilidad de descargar los episodios para escucharlos incluso offline.

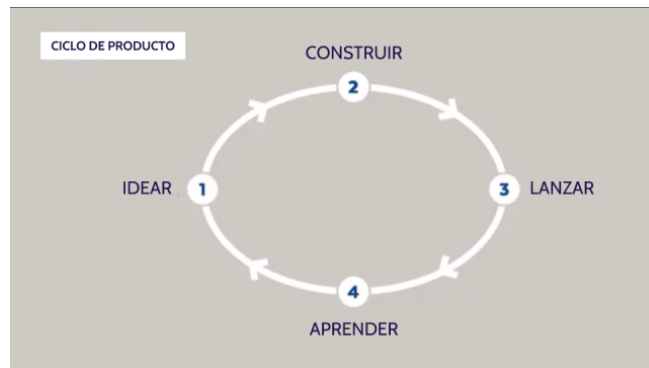
Ahora bien no existe una sola manera para diseñar un producto digital y la abundancia de metodologías de diseño a veces enfrenta a los miembros de un equipo de producto con la pregunta: ¿cuál es la mejor manera de diseñar un producto digital?

CICLO DE VIDA DE PRODUCTO

Todos los productos están sujetos a un ciclo de vida, representado por cuatro etapas: ideación, construcción, lanzamiento y retroalimentación:

Todo producto comienza con una idea, que después se convierte en un producto tangible al ser construido. Ese producto eventualmente será lanzado para que usuarios reales lo utilicen y en esa interacción obtendremos

retroalimentación para aprender qué funciona y que no, que mejorar y que no, cuáles características agregar y cuáles quitar. Con ese aprendizaje iteramos (repetimos) el proceso para iniciar un proceso de mejora continua hasta que el producto se transforme en otra cosa o sea discontinuado.



METODOLOGÍAS PARA DISEÑO DE PRODUCTOS DIGITALES

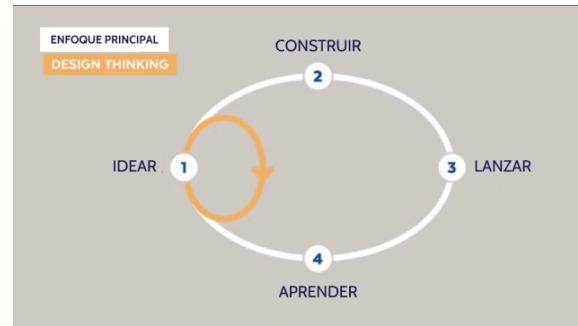
La realidad es que no existe ninguna metodología de diseño que cubra toda el ciclo de vida de un producto, y usaremos una u otra dependiendo de en cuál parte del ciclo nos encontremos trabajando para un producto dado.

Esta es una revisión rápida de 4 metodologías de diseño de producto populares en este momento: Design Thinking, Scrum, Lean UX y Design Sprint.

1. DESIGN THINKING

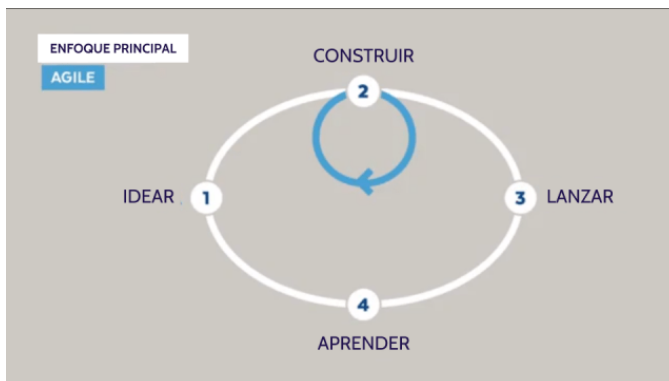
Design Thinking es un acercamiento al proceso creativo y a los procesos cognitivos, estratégicos y prácticos para crear los conceptos de diseño (propuestas para nuevos productos, servicios, máquinas, etc.) para los miembros de un equipo de diseño.

Como metodología Design Thinking es excelente para desarrollar empatía hacia el usuario y sus necesidades, definir el problema que se quiere resolver, explorar ideas sobre cómo solucionarlo y crear un prototipo de la solución para hacer pruebas de concepto, pero difícilmente podrá utilizarse para crear un producto terminado o lanzarlo al mercado.



Design Thinking es utilizada como herramienta para idear e innovar, que corresponde a la primera etapa del ciclo de vida de producto, pero crear el producto final o llevarlo al mercado son tareas que ocurren después cuando la idea fue validada contra el problema que se quiere resolver.

2. SCRUM



Scrum es un modelo de trabajo ágil para la gestión de desarrollo de productos digitales y está pensado para ser usado por equipos pequeños de 3 a 9 miembros, quienes descomponen su trabajo en tareas que pueden ser terminadas dentro de un marco de tiempo limitado llamado sprint. El avance en el desarrollo del producto se registra y evalúa de manera iterativa para crear avances incrementales de

funcionalidad.

Scrum funciona muy bien para construir productos, pero para que funcione es necesario que desde el principio quede claro qué es lo que se va a construir y para quién. Sin estas definiciones se corre el riesgo de construir algo que no corresponda con las necesidades de los usuarios o los objetivos de negocio.

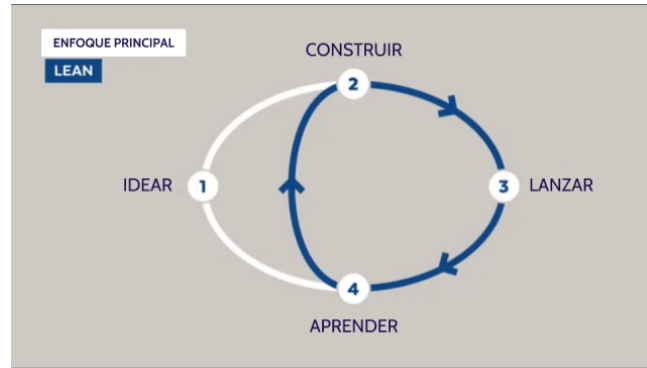
Aunque en Scrum se realizan labores de diseño, redacción de texto y pruebas de producto además de desarrollo de software, el equipo de Scrum normalmente no es el encargado de lanzar el producto ni de recopilar información de los usuarios que lo usarán. Scrum se ubica en la etapa de construcción del ciclo de vida de producto.

3. LEAN UX

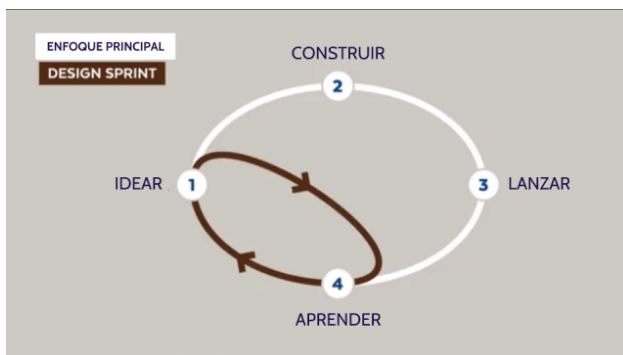
Lean UX se deriva del enfoque de Lean Startup, basado en los principios de austeridad en el diseño de un producto y haciendo énfasis en eliminar los procesos o pasos intermedios que no agregan valor al usuario final.

Lean UX está basado en la idea de crear Productos Viables Mínimo (Minimal Viable Products o MVP) en un proceso que funciona cuando no existen definiciones finales desde el principio o no se tiene una idea clara del resultado final, que se afina con validación con usuarios finales en cada iteración.

Lean UX es más completo que Design Thinking o Scrum en relación al ciclo de vida de producto, pero las iteraciones toman más tiempo y aunque puede usarse para explorar ideas, es costoso para este propósito comparado con las otras dos metodologías.



4. DESIGN SPRINT

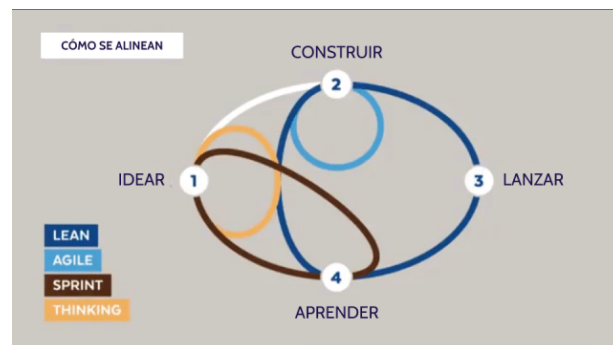


Design Sprint es una metodología de diseño de producto creada por el equipo de Google Ventures como una compilación de las técnicas que mejor funcionan de Design Thinking, desarrollo ágil, estrategia de producto y varias más, que se puede ejecutar en un máximo de cinco días para validar una idea.

Design Sprint toma mucho de Design Thinking, pero lleva la validación más lejos para poder obtener retroalimentación valiosa de usuarios y expertos técnicos y de negocio sobre una idea antes de contruirla.

A pesar de que en una sesión de Design Sprint se crean muchos elementos que serán usados en la construcción de un producto, como elementos visuales, interactivos, textos, requerimientos y escenarios, al final solo se generan prototipos, y no productos que puedan ser lanzados como en Scrum o Lean UX.

En Resumen: El hecho de que existan muchas metodologías de diseño de producto debe verse más como una ventaja que como un problema, ya que cada una sirve a un propósito diferente mientras se avanza en el ciclo de vida de un producto. Al final, las metodologías pueden complementarse en lugar de competir entre ellas para crear mejores productos.



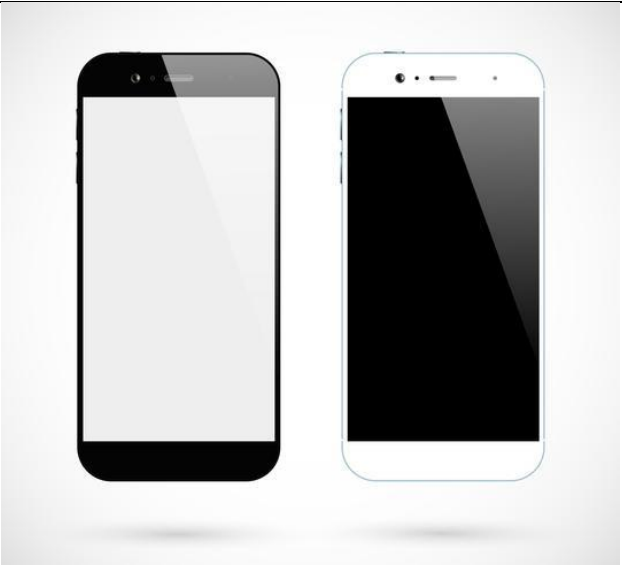
ACTIVIDAD- RETO TECNOLÓGICO 6

Vamos a diseñar una aplicación que sea un Podcast acerca de 3 temas específicos:

- La cuarentena en Colombia
- La cuarentena en casa
- El regreso a las aulas



Recuerde que este es un trabajo de diseño, no se necesita software ni internet y para elaborarlo solo se requiere de su creatividad.

NOMBRE DEL PODCAST	
Tipo de producto: App Smartphone	
Host:	
Formato de Audio:	
DISEÑO PODCAST	
Pantalla Podcast:	 Dibuje en las pantallas su diseño

TEXTO	
Guion Podcast 1 Tiempo: Escriba todo lo que el presentador, host o invitados hablen	
Guion Podcast 2 Tiempo: Escriba todo lo que el presentador, host o invitados hablen	
Guion Podcast 3 Tiempo: Escriba todo lo que el presentador, host o invitados hablen	

Si requiere más espacio para su diseño elabore la cantidad de cuadros que crea necesario

BIBLIOGRAFÍA

- Metodologías de diseño de producto. Publicada por Mauricio Angulo S. 20 marzo, 2019

<https://www.tesseractspace.com/blog/metodologias-de-diseno-de-producto/>

- Karla Garcia. Publicado el 15 de septiembre de 2019. <https://rockcontent.com/es/blog/que-es-un-podcast/>