

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

Asignatura	Gestión de Diseño		Curso	1º
Materia				
Especialidad	EESS Diseño Gráfico			
Profesora	María López Guerrero			
Departamento	Teórico-práctico			
Un.Temporal	Semestral	Semestre: 1º		
Horas semanales	3	Aula	3	
Horario				
Carácter	Básico	Tipo	OT	
Créditos ETSC	4	Presencialidad	OB	

Carácter: FB:Formación Básica), OB (Obligatoria de Especialidad), OP (Optativa) PEX (Prácticas externas), TFE (Trabajo fin de estudios)

Tipo: T(Teórica) TP (Teórico- Práctico), P (Práctica)

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

1. Introducción a la asignatura

“Gestión del diseño” (en inglés “design management”), según Brigitte Borja, tenemos que ver al diseño desde una perspectiva económica. Afirma que la gestión del diseño tiene su origen en Gran Bretaña en 1960 y que el término hacía referencia a la relación de gestión entre la agencia de diseño y sus clientes. “En 1966, Michael Farr observó que era necesario considerar un nuevo cargo o función al interior de la empresa, al que denominó como: “the design manager”, cuya misión sería la de asegurar la buena ejecución del proyecto y mantener una buena comunicación entre la agencia de diseño y sus clientes”.

La visión actual del diseño no puede prescindir de entornos como el marketing, la economía, el mercado, la publicidad, las relaciones públicas, etc. El diseño tiene una finalidad consumista; por la inevitable conexión con el mundo de la producción y de los medios económico-mercantiles, que son parte de su fundamento.

Concretamente el diseño gráfico, es una actividad que comprende varias funciones que pueden agruparse en diseño de la identidad y en diseño de la información.

Gestión del diseño, definida como el conjunto de actividades, técnicas y metodologías que, utilizando todos los recursos disponibles, permite la obtención de los objetivos del proyecto de diseño es una herramienta fundamental al servicio de los diseñadores.

La asignatura "Gestión del diseño" está dirigida hacia aquellos alumnos que quieran aprender a planificar, controlar y desarrollar proyectos de diseño de producto dentro de una empresa.

2. Requisitos previos y recomendaciones

Asignatura de carácter transversal dónde se abordarán los conceptos, métodos y técnicas necesarias para llevar adelante con éxito un proyecto de diseño, por lo tanto no es necesario ningún conocimiento específico ya que los alumnos que acceden al grado de Diseño Gráfico por las diferentes vías (bachillerato, ciclos de grado superior de la

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

misma familia profesional y mayores de 25 años) demuestran una madurez académica y personal suficiente. Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

1. Definir el alcance de un proyecto de diseño.
2. Realizar la planificación de plazos, costes, recursos y riesgos de un proyecto de diseño.
3. Analizar y controlar el desarrollo de un proyecto de diseño, para poder tomar medidas correctoras en caso necesario.

3. Competencias

Transversales

- Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.

Generales

- Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
- Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
- Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial.
- Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.

Específicas

- Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto.
- Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.

- Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos.
- Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto.
- Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

4. Contenidos

5.1– Temario de la asignatura

Orden	Tema	Apartados	Actividades Obligatorias (evaluables)
1º	La propiedad Intelectual e Industrial	<p>Propiedad intelectual e industrial Normativa de propiedad intelectual</p> <p>Los derechos de autor</p> <p>Registro de la propiedad intelectual</p>	<p>Investigación para registrar un proyecto en el registro de la Propiedad intelectual</p> <p>Examen de preguntas cortas</p>
2º	Habilidades comunicativas	<p>Importancia de la comunicación en el diseño gráfico</p> <p>Habilidades para convencer a la audiencia.</p>	<p>Exposición de los trabajos de investigación del resto de temas.</p>
3º	Liderazgo y gestión de	Tipos de liderazgo.	

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

	equipos de trabajo	Características. Ventajas. Claves. Trabajo en equipo versus trabajo en grupo	Resolución de supuestos prácticos
4º	Introducción al Marketing.	¿Qué es el Marketing? Elementos determinantes en el Marketing. Definición de Marketing. Origen y evolución. Etapas. Marketing de Producto versus Marketing de Servicios. Dirección de Marketing. El Futuro del Marketing.	Análisis de varios artículos Analizar las características del MK 1.0-2.0-3.0
5º	Investigación de mercado	Concepto de Investigación de Mercados. Etapas de una Investigación de Mercados. ¿Cómo tratar a una empresa especializada en Investigación de Mercados? Aspectos que se han de investigar. Conceptos básicos en Investigación de Mercados. Métodos de obtención de información cuantitativos y cualitativos. Representaciones gráficas	Realizar un ejemplo de investigación de mercados con Formularios de Google, analizando y exponiendo los resultados
6º	La segmentación de mercado	Concepto de Segmentación de Mercados. Beneficios de la Segmentación. Requisitos para una Segmentación eficaz. Fases en el proceso de Segmentación. El Posicionamiento. La Cobertura del Mercado	Estudio y exposición oral de distintos tipos de segmentación de empresas.

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

7º	Marketing MIX	<p>Elementos: Producto, precio, distribución y promoción El ciclo de vida del producto. Concepto e importancia del precio en el diseño gráfico La distribución Instrumentos de comunicación</p>	<p>Búsqueda de ejemplos identificando la fase del ciclo de vida del producto en la que se encuentran (posterior exposición oral)</p> <p>Análisis del significado de algunas marcas comerciales.</p> <p>Crear un eslogan a un producto o servicio (posterior exposición)</p> <p>Cálculo del precio de la hora de trabajo de cada alumno</p> <p>Investigación de precios de la competencia.</p> <p>Investigación del precio de un anuncio publicitario.</p>
8º	Social Media Marketing y el	<p>Definición Marketing social Características Definición de</p>	<p>Investigación de técnicas de posicionamiento</p>

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

Marketing digital	marketing digital Utilización y servicios que presta el Marketing digital Medios e instrumentos el Marketing digital	para un producto o servicio Comentario de varios artículos Búsqueda de ejemplos backlink Búsqueda de ejemplos de marketing de contenidos.
-------------------	--	--

5. Metodología de enseñanza aprendizaje

- Teórico Práctica. Presencial
- Aprendizaje basado en resolución de problemas y casos.
- Trabajo individual y en equipo.

Clase teórica	Exposición de contenidos mediante explicaciones del profesor.
Clase práctica	Sesiones prácticas para preparar al alumno en las habilidades y destrezas necesarias, con la teoría como base, para la adquisición de competencias específicas de la asignatura.
Trabajos	Actividades y trabajos que desarrollan los contenidos explicados por el profesor con o sin debate.
Trabajo en grupo	Preparación de ejercicios prácticos o teóricos con o sin debate y exposición oral en grupos de alumnos
Pruebas de evaluación	Exámenes teóricos, prácticos, pruebas orales, test orales o escritos.
Seminarios/Jornadas	Periodo de instrucción basado en la preparación, estudio e investigación en campos especializados y concretos de la materia con interacción entre alumnos y profesor. (Con o sin

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

	profesor)
Actividades complementarias	Asistencia y participación en conferencias, exposiciones, visitas culturales, talleres, trabajos de investigación.

5.2- Estrategias evaluativas.

Para las competencias: *Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño, Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica, Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación. Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto. **Dinámica de hablar en público y exposiciones orales de investigaciones y trabajos individuales y en grupo.***

Para la competencia: *Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial. **Actividad de investigación para el registro de un proyecto de diseño gráfico en la Propiedad Intelectual***

Para las competencias: *Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto. Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción. **Análisis del Marketing MIX***

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

6. .Tiempo de trabajo (Desarrollo de las competencias en cómputo de horas ECTS)

DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS												
Metodología para la adquisición de la competencia				Estrategias evaluativas* (Ponderación para la evaluación)								
	Horas dedicadas al alumno											
	Trabajo presencial	Trabajo autónomo	Total horas									
Clases teóricas	40	10	50									
Clases teórico- prácticas	20		20									
Clases prácticas												
Actividades obligatorias evaluables	10	10	20									
Tutoría (individual/ colectiva, si procede)												
Seminarios/ Jornadas												
Pruebas evaluación												

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

Actividades complementarias	1	1	2											
Otros														Total
Evaluación	6		6											
Total HORAS de trabajo estudiante	79	21	100											100%

7.1- Calendario y/o cronograma de la asignatura.

Tema	Ejercicio, actividad o examen	Duración.
1º	La propiedad Intelectual e Industrial	6h
2º	Habilidades comunicativas	3h
3º	Liderazgo y gestión de equipos de trabajo	5 h
4º	Introducción al Marketing.	9h
5º	Investigación de mercado	9h

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

6º	La segmentación de mercado	9h
7º	Marketing MIX	9h
8º	Social Media Marketing y el Marketing digital	10h

8. Evaluación y Calificación

8.1– Sistema de Evaluación

Para saber si los alumnos han alcanzado las competencias, se realizará para el tema 1 de la Propiedad Intelectual e Industrial, una prueba escrita, que versará sobre los conocimientos adquiridos. Dicha prueba será una serie de preguntas cortas.

El resto de la programación se evaluará a través de trabajos de investigación y casos prácticos para resolver en casa y exponerlos en clase. Algunos de los ejercicios serán en grupo.

Los trabajos que deben entregar para alcanzar una evaluación positiva, se tendrá en cuenta, en todo momento, el cumplimiento de los plazos indicados por el profesor.

8.2– Convocatorias

Los alumnos dispondrán de una convocatoria ordinaria y una extraordinaria.

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

8.3- Criterios de evaluación y calificación

Para obtener información necesaria que nos permita sistematizar de alguna forma el proceso de evaluación de los alumnos, me guiaré por los siguientes procedimientos e instrumentos de evaluación:

- Asistencia 15%
- Trabajos de investigación y resolución de casos prácticos: 50% (entregado a tiempo el 15% de la nota)
- Exposición oral de los trabajos de investigación: 15%
- Prueba escrita 20% (cuando esta prueba necesite recuperación se valorará con una nota máxima de 5)

Cada uno de los contenidos anteriores será cuantificado de 0 a 10 puntos, considerando cumplidos los objetivos mínimos cuando la media ponderada de todos sea igual o superior a 5 puntos, es positiva la calificación comprendida entre 5 y 10, ambos inclusive.

Los alumnos que no superen la asignatura se presentarán al examen final en junio, con toda la materia, en un solo examen teórico-práctico entregando todos los ejercicios realizados durante el curso. La nota de esta evaluación será: la nota del examen 75% más el 25% de los ejercicios.

8.4- Ponderación para la evaluación continua.

Al ser considerada una formación presencial la no asistencia al 25% de las horas lectivas (15 faltas de asistencia), el alumno perderá esta forma de evaluación y pasará al examen final teórico-práctico y la entrega de los ejercicios realizados durante el curso. La nota de esta evaluación será: la nota del examen 75% más el 25% de los ejercicios.

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

8.5- Criterios para la evaluación extraordinaria (Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación ordinaria)

Los alumnos que no superen la asignatura se presentarán al examen final, en septiembre con toda la materia, en un solo examen teórico-práctico entregando todos los ejercicios realizados durante el curso. La calificación será: la nota del examen 75% más el 25% de los ejercicios.

8.5.1 Pruebas para 3º y 4º convocatoria

Para los alumnos que estén en 3º y 4º convocatoria se les realizará un examen teórico-práctico en convocatoria oficial con los contenidos de la asignatura. La calificación será la nota del examen.

8.5- Criterios para la evaluación de alumnos con reducción autorizada del porcentaje previsto de presencialidad.

Se les hará una prueba teórico-práctica de todo el temario y entregarán los ejercicios realizados durante el curso. La nota será: 75% el examen y 25% los ejercicios

8.6- Criterios para la evaluación de alumnos con discapacidad

Se realizará la correspondiente adaptación en función del tipo de discapacidad del alumno en cuestión

9. Recursos y materiales didácticos

Para la impartición de las clases necesitaré pizarra con tizas y borrador. Así como ordenador conectado a Internet con cañón y/o pizarra digital.

El alumno solo necesitará conexión a internet por wifi, así como lápiz y papel para tomar nota de los conceptos que se desarrollen.

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

El material que se necesite para el seguimiento de las clases se facilitará a los alumnos por el profesor a través de Classroom

10. Bibliografía

Lecuona López, Manuel (1999): Conceptos Básicos de la Gestión del Diseño en las Pymes. Manuales de diseño. Universidad Politécnica de Valencia.

IVÁÑEZ, J., M., “La gestión del diseño en la empresa”, McGrawHill

Ivárez Gimeno, Jose María (2000): La Gestión del Diseño en la Empresa, serie McGraw-HILL DE MANAGEMENT, Madrid.

Montaña, Jordi (1990): Marketing de nuevos productos: Diseño, desarrollo y Lanzamiento. Colección ESADE. Barcelona.

Sainz de Vicula Ancin. El Plan de marketing en la práctica. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing.

Philip Kotler, Kartajaya y Setiawan. Marketing 3.0. Editorial LID.

10. Web y otras fuentes

10.1 – Direcciones webs de interés

www.marketingdirecto.com
www.elblogdelmarketing.com

www.marketingguerrilla.es Marketing Guerrilla en la Web 2.0

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

www.victormartinp.com Victor Martín (Social media, negocios internet y marketing)

www.esade.org

www.tristanelosegui.com Tristán Elosegui (Blog de Marketing Online)

www.solomarketing.es

www.merca20.com

www.blog-emprendedor.info

www.estudiosdemercadoonline.com

www.feeboo.com

www.ine.es

www.idearium30.com

www.graffiica.info

www.marketing-xxi.com

www.40defibre.com

www.bluecaribu.com

www.emprendedores.es

10. 2- Otros materiales y recursos didácticos

Blog Roberto Espinosa

Blog Mundo de la empresa

Blog Todo Marketing

Blog Master Marketing

Vídeos de Youtube

11-Actividades de promoción artística y extraescolares

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

Se realizará una actividad extraescolar con una salida los Juzgados de Mérida para presenciar un juicio.

12- Evaluación, seguimiento y propuestas de mejora

Se hace necesario evaluar el diseño y planificación del proceso de enseñanza-aprendizaje evaluando la propia actuación, reflexionando sobre la adecuación de las propuestas de trabajo a los ritmos de los alumnos, a los intereses, niveles y motivaciones. Asimismo, la reflexión sobre el clima de clase, los intercambios comunicativos, la colaboración entre alumnos, la organización de los materiales,...

La valoración de estos aspectos ha de permitir conocer mejor las condiciones en que se está desarrollando la práctica educativa, aquellos aspectos que han favorecido el aprendizaje y aquellos otros que sería necesario modificar y que suponen incorporar cambios en la intervención.

Para ello se proponen dos tipos de intervenciones:

- Se revisará la programación después de cada evaluación y al final del curso, pudiendo hacer cambios en el momento que se detecte cualquier carencia.
- Se propondrá que los alumnos respondan a una encuesta respecto a todas las condiciones mencionadas anteriormente y su análisis se llevará a la Memoria Anual y se concretarán las modificaciones en la programación del curso siguiente. La encuesta será la que aparece en el Anexo I

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20

ANEXO I

Aportación alumnado

Curso 2019/20

Asignatura.....

....

Curso/especialidad.....

La asignatura que estas cursando necesita tu colaboración para su mejora. Por favor no dejes apartados en blanco

1º **Temario** y contenidos, ¿Crees que sobra o falta algo para el dominio de esta materia?

2º Técnicas y **métodos de aprendizaje**, ¿Los ves adecuados para asimilar los contenidos? ¿Qué mejorarías?

3º Utilidad de **trabajos y ejercicios**. ¿Muchos o escasos? Como los harías más adecuados a las habilidades que intentan desarrollar.

4º ¿Crees que cuenta con los **recursos** adecuados? ¿Qué has echado en falta?

5º ¿Se te ocurre alguna forma mejor de comprobar tu competencia en esta materia?
¿Cómo **evaluarías**?

6º Otras aportaciones o sugerencias

Aportaciones/sugerencias a la titulación que estás cursando en general y su organización:

Guía Didáctica Gestión del Diseño 2019/20