

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES
DE GRADO EN DISEÑO GRÁFICO
GUÍAS DOCENTES 2017/2018. 1^{er} SEMESTRE

GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO I

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA
 - Asignatura
 - Profesores
2. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA
 - Breve descripción
 - Contextualización
3. CONTENIDOS
4. COMPETENCIAS
 - Generales
 - Transversales
 - Específicas de la especialidad
5. METODOLOGÍA
 - Técnicas docentes
 - Desarrollo
 - Trabajo del alumno
 - Actividades evaluables
 - Bibliografía
6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN
 - Instrumentos para la evaluación
 - Criterios para la evaluación
7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN
8. CRONOGRAMA
9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS
10. ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE
11. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA



1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1. Asignatura

Denominación	GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO I	
Tipo	TEÓRICA	
Materia	GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO	
Especialidad	DISEÑO GRÁFICO	
Curso y semestre	3º CURSO y 1 SEMESTRE	
Nº créditos ECTS	2	
Horas lectivas semanales	4 CLASE+ADD	
Horario de impartición	Lectivas: Lunes de 10:45 a 11:35 ADD con cita previa: 2ºA: L 9:30/10:20 2ºB: J 12:00/13:15	
Departamento	HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES APLICADAS AL DISEÑO	
1.1. Profesores		
Nombre	Correo	Grupo
Olga Mª González Sánchez	olgaglezesda@gmail.com	A y B

2. DESCRIPCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1. Breve descripción

La asignatura Gestión del diseño Gráfico facilita los conocimientos teóricos y prácticos, así como las técnicas y herramientas necesarias para gestionar correctamente el diseño y sacar el máximo rendimiento del mismo.

2.2. Contextualización

La asignatura Gestión del diseño Gráfico tiene por finalidad proporcionar a los alumnos de Diseño de producto la formación necesaria para:

- Delimitar el concepto de empresa, analizando su ámbito de actuación y su entorno.
- Distinguir las diferentes formas jurídicas de las empresas en función de los requisitos legales de constitución.

Identificar el grado de responsabilidad y los requisitos legales mínimos para la constitución de una empresa según su forma jurídica y establecer los criterios aplicables al proceso de decisión sobre la forma jurídica de una nueva empresa.

3. CONTENIDOS

Comunicación y marketing del diseño gráfico.
Mercado, competencia y publicidad.
Medios de comunicación y publicidad.
Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.



4. COMPETENCIAS

4.1. Generales

- CG 5 Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
- CG 7 Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
- CG 11 Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
- CG 21 Dominar la metodología de investigación.
- CG 22 Analizar, evaluar y verificar la viabilidad productiva de los proyectos, desde criterios de innovación formal, gestión empresarial y demandas de mercado.

4.2. Transversales

- CT 1 Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
- CT 2 Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
- CT 3 Solucionar problemas y tomar decisiones que correspondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- CT 4 Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
- CT 6 Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
- CT 8 Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- CT 9 Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos.
- CT 10 Liderar y gestionar grupos de trabajo.
- CT 11 Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad.
- CT 13 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
- CT 15 Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

4.3. Específicas de la especialidad

- CEDG- 2 Dominar los recursos formales de la expresión y la comunicación visual.
- CEDG- 3 Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico.
- CEDG- 13 Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico.
- CEDG- 14 Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.
- CEDG- 15 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.

5. METODOLOGÍA

5.1. Técnicas docentes



Sesiones académicas teóricas
Exposición y debate
Tutorías individuales
Tutorías grupales
Sesiones académicas prácticas

5.2. Desarrollo

Explicación, mediante clase impartida por el profesor, de los contenidos incluidos en los diferentes bloques temáticos correspondientes a la asignatura.
Atención personalizada a cada alumno tanto en la dirección del trabajo a desarrollar como en las cuestiones que puedan surgirle de las sesiones teóricas.

5.3. Trabajo del alumno

Actividades	Horas
Actividades presenciales dirigidas	
Clases teóricas	15
Clases prácticas	2
Presentación de trabajos y proyectos	2
Realización de exámenes y revisión	2
Actividades presenciales supervisadas	
Asistencia a las tutorías	1,5
Actividades de trabajo autónomo	
Estudio	15
Preparación y realización de trabajos	12,5
Asistencia a exposiciones o conferencias	
TOTAL VOLUMEN DE TRABAJO	50

5.4. Actividades evaluables

La evaluación del estudiante será global, con actividades evaluables durante el período de docencia y con la realización de una prueba final. De manera detallada las pruebas de evaluación a realizar por el estudiante y sus niveles de exigencia son las siguientes:

Se realizará un trabajo individual, dirigido, con el que se pretende que el alumno se maneje en la búsqueda, localización e interpretación de conceptos jurídicos y los relacione con situaciones actuales, facilitando la interrelación del mundo jurídico con la realidad social y constatando la practicidad de los conocimientos que van adquiriendo.

Se realizará un examen escrito final respecto a los contenidos impartidos en clase y los trabajos realizados.

Evaluación convocatoria ordinaria



La evaluación de la convocatoria ordinaria implicará la superación de las pruebas anteriormente especificadas; valorándose, además de los conocimientos teóricos, la aplicación de los mismos, la actitud del estudiante, su capacidad de autocrítica y su participación activa en las clases.

Evaluación convocatoria extraordinaria

ASIGNATURA TEÓRICA: Los alumnos que no han completado o realizado con éxito las actividades realizadas a lo largo del primer semestre deberán realizar un examen escrito de los contenidos y aportar el trabajo si no lo tiene aprobado; de tal manera que en su conjunto permitirá constatar el logro de unas competencias similares a las de los estudiantes que hayan seguido el proceso de convocatoria ordinaria.

5.5. Bibliografía

- BEGOÑA, BARRUS CASTILLO. *Claves de la gestión empresarial en época de crisis*. 2009.
- CASANUEVA ROCHA, CRISTOBAL. *Fundamentos de gestión empresarial*. Editorial Pirámide. 2005.
- DRYBURG. *Grandes mitos de la gestión empresarial: piensa de forma distinta a la convencional para triunfar*. 2012.
- El pequeño sabelotodo. Sentido común para diseñadores*. Indexbook, 2004.
- ELIO RAFAEL DE ZUANI, LEOPOLDO LABORDA CASTILLO. *Fundamentos de gestión empresarial*.
- GARCIA-MILA, Pau. *Está todo por hacer. Guía del emprendedor*.
- GIL. *Cómo crear y hacer funcionar una Empresa*. 8ª edición, 2010.
- IBAÑEZ GIMENO, JOSE MARIA. *La gestión del diseño en la empresa*. McGraw Hill. 2000.
- LLORCA, FERNANDEZ. *Introducción a la economía y gestión empresarial para arquitectos*. Universidad Politécnica de Valencia. Servicio de Publicaciones.
- PEREZ-CARBALLO VEIGA, JUAN F. *Control de gestión empresarial*.
- SCOTT ADAMS. *Manual top secret de gestión empresarial*. (Es novela gráfica-comic humor).
- SUAREZ. *Ha llegado la hora de montar tu empresa*. Ediciones Deusto, 2011.
- VELASCO, CAMPINS. *Gestión de la producción en la empresa: Planificación, programación y control*. 2013.
- VV.AA. *El valor del diseño*.
- WHITEHILL ARTHUR M. *La gestión empresarial japonesa. Tradición y empresa*. 1994.

6. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Para la superación de la asignatura y su calificación se tendrán en cuenta, tanto en el examen escrito como en el trabajo dirigido, y en ambas convocatorias, su capacidad de:

Manejar correctamente la terminología apropiada de cada materia.

Capacidad de análisis y síntesis de cada tema

Aplicación práctica de los conceptos específicos de cada materia.

Aportación de conocimientos complementarios adquiridos por el alumno o derivados del aprendizaje de otras materias.

Aplicación de los conocimientos adquiridos en proyectos específicos desarrollados durante el curso.

El conocimiento del contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

El conocimiento del marco legal español y a protección de sus obras a través de la propiedad intelectual e industrial.

Cumplimiento con los plazos concedidos.

Expresar con fluidez los contenidos, sin errores gramaticales, ortográficos y sintácticos.



Se valorará el nivel de participación en el debate, así como el interés mostrado en la asistencia y seguimiento de las clases teóricas.

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Con carácter general para ambas convocatorias:

- Para que los alumnos sean evaluados y calificados, deben realizar de modo adecuado y entregar en el tiempo señalado los trabajos propuestos por el profesor, con las especificaciones que en cada caso se particularicen (fecha de entrega, extensión, exposición oral, pautas estructurales y formales, etc).

- Se descontará un 10% de la nota final del trabajo por cada día de retraso respecto al día señalado para la entrega del mismo.

- Si el trabajo es grupal y falta la aportación de algún alumno, éste será calificado con 0 y para el resto del grupo la calificación total del trabajo no será superior al 5, salvo que el resto del grupo complemente la parte de éste.

- La ausencia injustificada del 20% del horario lectivo de clases teóricas supondrá la pérdida de evaluación. En tal caso, el alumno no podrá presentarse al examen final ordinario, debiendo realizar una prueba específica.

- Por faltas de ortografía, errores gramaticales y sintácticos, tanto en la prueba teórica-práctica como en los trabajos y en el resto de ejercicios, podrá descontarse hasta un 20% de la nota final. Por todo ello, se calificará, teniendo en cuenta: Comprensión, interpretación, capacidad de análisis, capacidad de síntesis, memoria, aplicación, participación y asistencia.

En convocatoria ordinaria:

Se valorará en base al siguiente porcentaje: El 70% para la prueba escrita y 30 % restante para las actividades supervisadas.

En convocatoria extraordinaria:

Se valorará en base al siguiente porcentaje: El 80% para la prueba escrita y 20 % restante para las actividades supervisadas.

Las actividades de docencia dirigida tendrán la siguiente calificación:

Seguimiento de las instrucciones	5%
Orden y claridad en la estructura del trabajo	5%
Forma de citar	20%
Opiniones aportadas al trabajo	20%
Redacción	20%
Normativa (ortográfica, sintáctica, etc.) y corrección formal	10%
Conclusión	10%
Número Referencias bibliográficas actualizadas y adecuadas	10%



8. CRONOGRAMA						
GESTIÓN DE DISEÑO I						
El contenido de este cronograma tiene carácter estimatorio y puede sufrir modificaciones puntuales como consecuencia del desarrollo efectivo del cuatrimestre						
	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
Clases teóricas	Bloque temático 1	Bloque temático 1	Bloque temático 1	Bloque temático 1 y 2	Bloque temático 2	Exámenes
Trabajos clase						
ADD	ACTIVIDAD DOCENTE DIRIGIDA					
CLASES TEÓRICAS BLOQUES TEMÁTICOS	TRABAJOS DE CLASE			ACTIVIDADES DOCENTES DIRIGIDAS		
1. La gestión de empresas de diseño de interiores: 1.1 Concepto de empresa 1.2 Características 1.3 Clasificación 1.4 Elementos de una empresa 1.5 Tipos de sociedades 2. Trámites para la constitución de una empresa de diseño de interiores: 2.1 Trámites y obligaciones en la constitución de una empresa de diseño gráfico 2.2 Plan de empresa				Desarrollo de un Plan de empresa siguiendo los parámetros expuestos, para la consecución de inversores privados, productos bancarios (préstamos o líneas de crédito) y/o subvenciones públicas.		

9. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Se aprovecharán los distintos eventos y actividades organizadas por la ESDA, tales como los Encuentrazos o las Jornadas, para conocer el aspecto más práctico de esta asignatura, viendo su ejecución a través de las experiencias de los intervinientes en las mismas.

10. ACUERDOS DEL DEPARTAMENTO RESPONSABLE

Los trabajos de actividades docentes dirigidas tienen que ser supervisados por el profesor de la asignatura.

Cualquier detección de plagio en un trabajo supone un suspenso directo en la asignatura.

En aquellos trabajos en los que se especifique su exposición oral, dicha exposición supondrá el 60% de la nota del trabajo en concreto.



Escuela Superior
de Diseño
de Aragón

ESDA™

CURSO 2017/2018
ESPECIALIDAD DISEÑO GRÁFICO
GESTIÓN DEL DISEÑO GRÁFICO I

11. EL ALUMNO EN LA EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA

El alumno podrá participar en la evaluación de la asignatura a través de las encuestas que proporciona el centro dentro del sistema de garantía de calidad.