

ENSEÑANZAS ARTÍSTICAS SUPERIORES
DE GRADO EN DISEÑO

PROGRAMACIONES 2014/2015.

1er CUATRIMESTRE

4º GRADO. DISEÑO DE INTERIORES.

GESTIÓN DEL DISEÑO DE INTERIORES III.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

- 1.1. Asignatura
- 1.2. Profesores

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

- 2.1. Descriptores
- 2.2. Breve descripción

3. COMPETENCIAS

- 3.1. Generales
- 3.2. Transversales
- 3.3. Específicas de la especialidad

4. CONTENIDOS

- 4.1. Bloques temáticos y unidades didácticas

5. METODOLOGÍA

- 5.1. Técnicas docentes
- 5.2. Desarrollo
- 5.3. Trabajo del alumno

6. EVALUACIÓN

- 6.1. Instrumentos para la evaluación
- 6.2. Criterios para la evaluación
- 6.3. Criterios para la calificación

7. BIBLIOGRAFÍA

8. CRONOGRAMA

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

1.1. Asignatura

| | |
|------------------------|--|
| Nombre | GESTIÓN DEL DISEÑO |
| Tipo | TEÓRICA |
| Materia | GESTIÓN DEL DISEÑO |
| Especialidad | DISEÑO DE INTERIORES. |
| Periodo de impartición | 1 SEMESTRE |
| Nº créditos ECTS | 4 |
| Departamento | HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES APLICADAS AL DISEÑO |

1.2. Profesores

| Nombre | Departamento | Correo | Grupo |
|-----------------------|--|--|-------|
| RAUL ESPESO GARCIA | HISTORIA Y CIENCIAS SOCIALES APLICADAS AL DISEÑO | respeso@esda.es zg1969@gmail.com | |

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1. Descriptores

BOA 03/10/2011.
Gestión del diseño de interiores.
La gestión de empresas de diseño de interiores.
Recursos, costes y organización de la actividad profesional.
Marketing y comunicación aplicada al diseño de interiores.
Aspectos legales, empresariales y financieros, la gestión y venta de proyectos de diseño: aspectos legales y comerciales. El valor de diseño de interiores.
Medios de investigación y experimentación propios de la materia.

2.2. Breve descripción

Se estudiara el contexto económico, jurídico, social y cultural en que tiene lugar el diseño de interiores, en concreto desde una perspectiva de un estudio de diseño de interiores profesional. Estudio del marco legal de la empresa de diseño de interiores desde el punto de vista del trabajador por cuenta ajena y del trabajador autónomo como fundamento de la economía de producción.

3. COMPETENCIAS

3.1. Generales

CG 6 Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.
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 13 Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
CG 14 Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y como transmisor de valores culturales.
CG 17 Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.
CG 18 Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
CG 19 Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.
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.

3.2. 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 7** Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo de equipo.
- 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.

3.3. Específicas de la especialidad

- CEDI 13.** Conocer el marco económico y organizativo en que se desarrolla la actividad profesional del interiorismo.
- CEDI 14.** Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.
- CEDI 15.** Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, valorar su influencia en la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, innovación y calidad en la producción.

4. CONTENIDOS

4.1. Bloques temáticos y unidades didácticas

| Bloques temáticos | Unidades didácticas |
|---|---------------------|
| 1. Introducción. Gestión del Diseño. Diseño de servicios y desing thinking. Bibliografía. | |
| 2. Introducción a la economía. Mercado capitalista. | |
| 3. Legislación específica del diseño de interiores. Redacción de contratos. | |
| 4. La actividad profesional del diseñador de interiores. Freelance. Autónomo. | |
| 5. Empresas mercantiles. Cooperativa, Sociedad Limitada y Sociedad Anónima. | |
| 6. Plan o modelo de empresa o negocio. Canvas model business. | |
| 7. Calidad. | |
| 8. Investigación de mercados e introducción al Marketing. | |

5. METODOLOGÍA

5.1. Técnicas docentes

Para la impartición de la presente asignatura vamos a utilizar diversos sistemas de transmisión de conocimientos al alumnado consistente en: Sesiones académicas teóricas, exposiciones y debates, tutorías individuales, sesiones académicas prácticas.

5.2. Desarrollo

Explicación, mediante clase magistral impartida por el profesor, de los contenidos incluidos en los diferentes bloques temáticos correspondientes a la asignatura.

Utilización de los medios informáticos del aula y cañón proyector, para una mejor exposición y comprensión de los contenidos.

Se facilitara alguna fotocopia sobre algunos aspectos relevantes. Además todos los contenidos presentados se facilitarán al alumnado en archivo digital en la ESDA TEMPORAL.

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 | 37,5 |
| Clases prácticas | Integradas en las teóricas |
| Asistencia a las tutorías | 1,5 |
| Realización de exámenes | 1 |
| Actividades presenciales supervisadas | |
| Presentación de trabajos y proyectos | 0.20 |
| Actividades de trabajo autónomo | |
| Estudio | 10 |
| Preparación y realización de trabajos | 49,20 |
| Asistencia a exposiciones o representaciones | 0 |
| TOTAL VOLUMEN DE TRABAJO | 100 |

6. EVALUACIÓN

6.1. Instrumentos para la evaluación

La evaluación se realizará a través de ejercicios teóricos, trabajos prácticos y otras actividades supervisadas (seminarios, exposiciones,....).

Para la superación de la asignatura será preciso tener aprobadas tanto la parte de clases teóricas como las tutorías de atención personalizadas con sus correspondientes trabajos.

Para que los alumnos sean evaluados y calificados, deben entregar los trabajos en soporte digital a los correos electrónicos, salvo indicación expresa del profesor, con carácter obligatorio, en el plazo señalado por éste.

6.2. Criterios para la evaluación

Para la superación de la asignatura y su calificación se valorarán:

- La capacidad de análisis, evaluación y verificación de la viabilidad productiva de los proyectos desde criterios de innovación, gestión empresarial y demanda del mercado.
- 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 marco legal y del contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

- El conocimiento de los contenidos de la guía docente.
- 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.

6.3. Criterios para la calificación

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

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.

Se valorará en base al siguiente porcentaje: El 25% será para la prueba escrita de examen y 25% para cada trabajo de tutoría (hay dos) y el 25% restante para las actividades supervisadas.

Por faltas de ortografía se podrá descontar hasta 3 puntos de la nota global, tanto en la prueba teórica-práctica como en los trabajos y en el resto de ejercicios.

Por todo ello se calificará, teniendo en cuenta: Comprensión, Interpretación, Capacidad de análisis, Capacidad de síntesis, Memoria, Aplicación, Participación.

7. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA.

El profesor ampliará en clase y tutorías la bibliografía, además de la entregada en clase el primer día con el extracto del programa y otra no incluida, verbigratia, sobre legislación.

SOBRE CALIDAD.

- SUMMERS DONNA C. S. *Administración de la calidad*. Pearson Educación. México, 2006. Recomendado.
- TARI GUILLÓ, J. J. *Calidad total: fuente de ventaja competitiva*. Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2000.
- HERNÁNDEZ LÁZARO, J.F. *La calidad en las PYMES*. 1999.
- GALGANO, A. *Los 7 instrumentos de la calidad total. Manual operativo*. Madrid, 1995.
- UNED. *Experto universitario en gestión de calidad y certificación de empresas. Módulo 3: "El Sistema de Calidad en la Empresa"* Curso 2001/2002.

INVESTIGACIÓN DE LOS MERCADOS.

- FERNANDEZ NOGALES, ANGEL. *Investigación y técnicas de mercado*. ESIC., 2ª edición, 2004.
- MERINO SANZ, MARIA JESÚS. *Introducción a la investigación de mercados*. ESIC, 2010.
- GARCIA FERRER, GEMMA. *Investigación comercial*. 3ª edición, ESIC editorial, 2012.
- ZIKMUND. *Fundamentos de investigación de los mercados*. 2ª edición. Thompson, 2004.

- MALHOTRA, NARESH K. Investigación de mercados. Prentice Hall México, 2008.

GESTIÓN DEL DISEÑO.

- IBAÑEZ GIMENO, JOSE MARIA. *La gestión del diseño en la empresa*. McGraw Hill. 2000.
- VILADÁS, XÉNIA. *El diseño a su servicio. Cómo mejorar una idea de negocio con la ayuda de un diseñador*. Ed. Indexbook. 2010.
- VILADÁS, XÉNIA. *Diseño rentable. Diez temas a debate*. Index Book, 2010.
- ROZ GOLDFARD. *Carreras para diseñadores. Guía de negocios para diseñadores gráficos*. Divine Eggs Publicaciones. 2005
- FISHER, C. *El negocio del diseño gráfico una mirada al interior. 60 diseñadores con éxito comparten su experiencia*. Divine Egg Publicaciones. 2004
- PHILLIPS, PETER L. *Cómo crear el brief de diseño gráfico perfecto*.
- BEST, K. *Management del diseño*. Parramon Ediciones. Barcelona, 2007.

Sobre gestión empresarial.

- ABAD, AGUIRRE, GARCÍA, MORENO. *Introducción a la economía y administración de empresas*. 2005.
- CASANUEVA ROCHA, CRISTOBAL. *Fundamentos de gestión empresarial*. Editorial Pirámide. 2005.
- PEREZ-CARBALLO VEIGA, JUAN F. *Control de gestión empresarial*.
- SANDES SUÁREZ, ANA MARIA. *La gestión de la comunicación empresarial*. 2009.
- LLORCA, FERNANDEZ. *Introducción a la economía y gestión empresarial para arquitectos*. Universidad Politécnica de Valencia. Servicio de Publicaciones.
- ELIO RAFAEL DE ZUANI, LEOPOLDO LABORDA CASTILLO. *Fundamentos de gestión empresarial*.
- DRYBURG. *Grandes mitos de la gestión empresarial: piensa de forma distinta a la convencional para triunfar*. 2012.
- BEGOÑA, BARRUS CASTILLO. *Claves de la gestión empresarial en época de crisis*. 2009.
- SCOTT ADAMS. *Manual top secret de gestión empresarial*. (Es novela gráfica-comic humor).
- VELASCO, CAMPINS. *Gestión de la producción en la empresa: Planificación, programación y control*. 2013.
- WHITEHILL ARTHUR M. *La gestión empresarial japonesa. Tradición y empresa*. 1994.
- HEYEL, MENKUS. *Los principios básicos del management. Manual básico de gestión empresarial*. 1989. 864 páginas.
- MANTELL LEROY H., SING FRANCIS, P. *La economía y la gestión empresarial*. Esade, 1979.

Sobre economía.

- BUENO ET AL. *Economía de empresa. Análisis de decisiones empresariales*. Editorial Pirámide, 1989.
- CABRAL. *Economía industrial*. McGraw Hill. 2002
- CABRILLO, ALBERT, BIAZZI. *Principios de economía y hacienda*. Thomson Reuters, Pamplona, 2011.
- SOWELL, Thomas. *Economía básica*. Deusto, 2013.
- SALINAS, José. *Empresa e iniciativa emprendedora*. 2012.
- SUAREZ. *Curso de introducción a la economía de la empresa*. 1991.
- MONCHON. *Economía: teoría y política*. 6ª ed. 2009.
- KRUGMAN ET AL. *Fundamentos de economía*. 2ª ed. 2012.
- SAMUELSON. *Economía*, 19 ed. 2010.
- SCHILLER. *Principios de economía*. 6ª edición. 2010.
- PÉREZ GOROSTEGUI, Eduardo. *Economía de la empresa aplicada. Instrumentos de*

decisión, financiación y producción.

- PÉREZ GOROSTEGUI. *Curso de introducción a la economía de empresa*. 2010.
- FORD, WIEDEMANN. *Cómo triunfar en internet. Guía de éxito*. Taschen. 2011.

Bibliografía específica de economía. Obras clásicas.

- Smith. *La riqueza de las naciones*. (1776)
- David Ricardo. *Principios de economía política y tributación*, (1817).
- Marx. *El manifiesto comunista*, (1848). No se recomienda "El Capital" por su gran extensión.
- Say, Jean Baptiste. *Tratado de economía política* (1804)
- Keynes. *Crítica de la economía clásica*.

-
- DARREL RESS. *Cómo ser ilustrador*.
 - ADRIAN SHAUGHNESSY. *Cómo ser diseñador gráfico y no perder el alma*.
 - PEVSNER. *Pioneros del diseño moderno, de Willian Morris a Walter Gropius*. Buenos Aires, 1972.
 - PEVSNER. *Los orígenes de la arquitectura moderna y el diseño*. Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1978.
 - RUBERT DE VENTOS. *El arte ensimismado*. 1978.
 - PALOMARES BORJA, RICARDO. *Merchandising. Teoría, práctica y estrategia*. ESIC.
 - VV.AA. *Merchandising y animación de punto de venta*.
 - DIEZ DE CASTRO ET AL. *Merchandising: Teoría y práctica*

| 8. CRONOGRAMA | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-----|-----|-----|---|-----------|---|-----|---|---|-----|---|-------|---|---|-----|---|
| GESTIÓN DE DISEÑO I | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | OCTUBRE | | | | | NOVIEMBRE | | | | DICIEMBRE | | | ENERO | | | | |
| Clases teóricas | 1 | 1-2 | 1-2 | 2-3 | 3 | 3-4 | 3 | 3-4 | 4 | 4 | 4/5 | 5 | 5/6 | 6 | 6 | 7/8 | 8 |
| Trabajos clase | Realización a lo largo de las clases. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Trabajos tutoría | Lectura de dos libros en el cuatrimestre. | | | | | | | | | | | | | | | | |
| El contenido de este cronograma tiene carácter estimatorio y puede sufrir modificaciones puntuales como consecuencia del desarrollo efectivo del cuatrimestre. | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| CLASES TEÓRICAS BLOQUES TEMÁTICOS | | | | | TRABAJOS DE CLASE | | | | | TRABAJOS DE TUTORÍA | | | | | | | |
| 1. Introducción. Gestión del Diseño. Diseño de servicios y desing thinking. Bibliografía. 2. Introducción a la economía. Mercado capitalista. 3. Legislación específica del diseño de interiores. Redacción de contratos. 4. La actividad profesional del diseñador de interiores. Freelance. Autónomo. 5. Empresas mercantiles. Cooperativa, Sociedad Limitada y Sociedad Anónima. 6. Plan o modelo de empresa o negocio. Canvas model business. 7. Calidad. 8. Investigación de mercados e introducción al Marketing. | | | | | Se realizaran unos ejercicios complementarios a las clases teóricas, también se supervisarán y evaluarán. | | | | | Lectura de dos libros y recensión de, al menos, dos páginas de cada uno, que se expondrá en clase en diez minutos después de navidad, siendo la ultima fecha de presentación la del examen oficial. | | | | | | | |