

# Guía Docente

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Grado en Diseño		
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas		
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación		
Asignatura:	Gestión del Diseño		
Tipo:	Obligatoria	Créditos ECTS:	6
Curso:	4	Código:	1543
Periodo docente:	Octavo semestre		
Materia:	Materialización del Proyecto		
Módulo:	Metodología para Proyectos de Diseño		
Tipo de enseñanza:	Presencial		
Idioma:	Castellano		
Total de horas de dedicación del alumno:	150		

Equipo Docente	Correo Electrónico
Arántzazu Carsí de la Concepción Jesús Hernández Galán	arantzazu.carsi@ufv.es

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La gestión del diseño trata acerca del conjunto de actividades, técnicas y metodologías que, utilizando todos los recursos disponibles permite la obtención de los objetivos del proyecto de diseño sea este cual fuere

Desde el punto de vista del diseñador, la gestión del diseño parte de entender la necesidad del diseño, su naturaleza y su por qué, en pos de establecer el recorrido específico para cada proyecto, plantear la estrategia y resolver el planteamiento. Esto implica:

- Entender al usuario final

- Participar en la identificación de las necesidades de los consumidores
- Mapear oportunidades y posibles obstáculos
- Adelantarse a las consecuencias
- Diseñar una estrategia de acción
- Crear la red de información y generación de ideas
- Establecer los principios de diseño
- Gestionar los recursos de diseño y el proceso de diseño

Desde el punto de vista empresarial, es el aspecto del diseño con que la compañía ayuda al desarrollo de sus estrategias. Esto implica:

- Entender las necesidades y la naturaleza del cliente
- Establecer un plan conjunto de planificación y acción
- Gestionar los recursos de diseño y el proceso de diseño
- Gestionar la integración del diseño en la estructura corporativa a nivel operacional (el proyecto), nivel organizacional (por departamentos), y nivel de estrategia (de misión).
- Gestionar el impacto en negocio
- Contribuir a la consecución de los objetivos corporativos.

## OBJETIVO

La asignatura deberá inculcar en el alumno la capacidad de trabajar en equipo, partiendo de la investigación autónoma al servicio de un proyecto global, que le permita definir responsabilidades y colaborar con otras profesiones y oficios, persiguiendo un fin común. A su vez, deberá inculcar en el alumno la necesidad y responsabilidad de aplicar los métodos de usabilidad, las normativas legales y medioambientales durante el proceso de diseño y fabricación de los productos o mensajes; y así capacitar al alumno para poder trabajar como profesional autónomo y autosuficiente en proyectos de diseño. Por último, el alumno sabrá exponer, de cara a clientes o a profesionales del Diseño.

Los fines específicos de la asignatura son:

- Plantear e identificar los criterios para resolver problemas de diseño
- Describir los métodos de investigación más relevantes utilizados en diseño
- Proponer situaciones y escenarios que reproduzcan la relación diseñador-cliente
- Conceptualizar las normativas básicas legales que afectan a la actividad del diseño
- Mostrar las inter-relaciones entre las distintas disciplinas del diseño y otras afines

## CONOCIMIENTOS PREVIOS

No se necesitan conocimientos previos específicos, pero sí se espera de los alumnos que hayan desarrollado una serie de aptitudes tales como:

- Análisis de casos de uso y briefings
- Elaboración de documentos de proyecto end to end
- Resolución gráfica de distinta índole
- Conocimientos sobre composición, espacio, materiales, tipografía y diseño gráfico
- Competencias de comunicación: desenvolverse adecuadamente en un ambiente profesional tanto a nivel oral como a nivel escrito

## CONTENIDOS

1. CONTEXTO
2. ESTRATEGIA DE DISEÑO
3. PROCESO DE DISEÑO
4. GESTIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DEL DISEÑO

1. CONTEXTO
  - 1.1 ¿Qué es el diseño y qué se puede diseñar?
  - 1.2 ¿Para quién diseñamos?
  - 1.3 Cliente VS Usuario Final
  - 1.4 ¿Qué es la Gestión del Diseño?
  - 1.5 ¿Por qué es importante la Gestión del Diseño?

2. ESTRATEGIA DE DISEÑO
  - 2.1 Cómo identificar las oportunidades de diseño
  - 2.2 Comprender al público y el mercado

- 2.3 Interpretar las necesidades de los consumidores
- 2.5 Auditoría del empleo del diseño
- 2.6 Creación de la estrategia de diseño
- 2.7 Promoción y venta de la estrategia de diseño
- 2.8 Planificación del crecimiento a largo plazo

### 3. PROCESO DE DISEÑO

- 3.1 Cómo dar forma a la estrategia de diseño
- 3.2 Cómo expresar la marca a través del diseño
- 3.3 Concienciar con el diseño
- 3.5 Métodos de diseño
- 3.6 Procesos de diseño

### 4. GESTIÓN DE LA IMPLANTACIÓN DEL DISEÑO

- 4.1 El proceso de gestión del proyecto
- 4.2 La gestión de proyectos en la práctica
- 4.3 Responsabilidades sociales y medioambientales
- 4.4 Políticas procedimientos y directrices de diseño
- 4.5 La traducción del diseño global en diseño local

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

### LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA

Se combinará una metodología expositiva por parte del docente y de los alumnos para la explicación de los aspectos teóricos o de las actividades, proyectos o trabajos realizados, apoyándose en el uso de la pizarra y presentaciones en soporte informático. El alumno estará obligado a presentar y defender algunos de los trabajos en el aula.

### CLASES PRÁCTICAS

Se realizarán clases prácticas en aulas de Proyectos, con una metodología autónoma por parte del estudiante.

### TRABAJO AUTÓNOMO

En el campus virtual el alumno dispondrá de lecturas, actividades e imágenes que contribuyan a la estimular su creatividad. El profesor orientará todas las actividades programadas en tutorías presenciales o virtuales. Además se propondrá a lo largo del desarrollo de las distintas entregas la interacción con profesionales del diseño en distintos campos y expertos en distintas materias en pos de que el alumno se enriquezca del expertise de profesionales en activo.

### TRABAJO EN GRUPO

En ocasiones se organizará a los alumnos en grupos para la realización de determinados proyectos con la intención de que desarrollen un aprendizaje cooperativo que les lleve a un enriquecimiento mutuo compartiendo conocimientos y casos, con la consiguiente motivación para desarrollar nuevas estrategias originales en su labor como diseñadores.

## DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	90 horas

## COMPETENCIAS

### Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

## Competencias generales

Desarrollar la capacidad creativa del alumno desde una sólida base teórico-práctica que le permita plantear, resolver y presentar problemas de diseño de una forma única y original.

Inculcar en el alumno la capacidad de trabajar en equipo, partiendo de la investigación autónoma al servicio de un proyecto global, que le permita definir responsabilidades y colaborar con otras profesiones y oficios, persiguiendo un fin común.

Dotar al alumno de una amplia visión del mundo del Diseño mediante el conocimiento de sus diferentes disciplinas para poder aprovechar las sinergias y los recursos creativos que comparten los diferentes profesionales de este campo.

Inculcar en el alumno la necesidad y responsabilidad de aplicar los métodos de usabilidad, las normativas legales y medioambientales durante el proceso de diseño y fabricación de los productos o mensajes.

Capacitar al alumno para poder trabajar como profesional autónomo y autosuficiente en proyectos de Diseño.

Enseñar al alumno a exponer, argumentar y defender su proyecto tanto a nivel universitario como en un entorno profesional, de cara a clientes o a profesionales del Diseño.

Formar a un profesional intelectualmente curioso, que rechaza el pensamiento débil, y que aspira a mejorar la cultura contemporánea transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad, el bien y la belleza.

## Competencias específicas

Adquirir la capacidad para encontrar soluciones de diseño alternativas y evaluarlas.

Adquirir conocimientos básicos de los aspectos legales del diseño (patentes y marcas, copyright, propiedad intelectual).

Adquirir conocimientos básicos sobre técnicas para la organización del trabajo y gestión de costes.

Solucionar problemas, adquirir métodos de diseño y diseñar proyectos.

Analizar condicionantes y definir criterios.

Adquirir conocimientos básicos y diseñar métodos de investigación relevantes.

Desarrollar la habilidad para comunicarse y hacerse entender oral y por escrito (preparación de brief, defensa de propuestas, redacción de informes, visualización de la información).

Adquirir un conocimiento básico de la metodología de investigación de las fuentes, el análisis, la interpretación y síntesis.

Colaborar con otras profesiones y, especialmente, con los profesionales de otros campos.

Plantear y resolver problemas de diseño.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Justifica el valor que aporta el diseño

Identifica retos de diseño

Define y soluciona problemas de diseño

Observa, identifica y clasifica tipos de usuario

Analiza e interpreta las necesidades del usuario

Realiza prototipos bosquejos o modelos de solución

Realiza presupuestos ajustados a criterios de eficacia y rentabilidad

Realiza un modelo de negocio

Realiza toma de datos/briefing a cliente o usuario

Aplica técnicas de generación de ideas

## SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación tiene en cuenta el trabajo personal y el trabajo práctico de clase, además de la entrega de un proyecto final.

**EVALUACIÓN Convocatoria ORDINARIA:**

1. Proyecto Final Asignatura: 40%
2. Tareas realizadas en clase 10%
3. Realización de Entregas: 40%
4. Técnica de observación: 10 %

La evaluación será continua y la calificación final será el resultado de ponderar todas las calificaciones obtenidas en:

- Las actividades diarias en aula propuestas para afianzar los contenidos desarrollados y profundizar en ellos.
- El proyecto propuesto, en el que se valorará el cumplimiento de las pautas establecidas para elaborarlo, el rigor y la coherencia de los contenidos, la creatividad con la que se aborda y la redacción cuidada.
- La asistencia, participación y actitud manifestada.

**EVALUACIÓN NO CONTINUA Y EXTRAORDINARIA:**

Los alumnos que no hayan alcanzado el nivel de aprobado en la evaluación global, deberán entregar igualmente todos los trabajos así como las memorias de la convocatoria extraordinaria, así como el Proyecto Final. En todas las convocatorias se evalúa todo lo visto y trabajado en clase, y no solo los contenidos del programa. Además el alumno deberá someterse a una prueba escrita el día del examen.

1. Proyecto Final Asignatura: 60%
3. Realización de Entregas: 40%

**REQUISITOS MÍNIMOS PARA APROBAR LA ASIGNATURA:**

Los mismos que en extraordinaria

**ALUMNOS REPETIDORES:**

Los no superado en convocatorias anteriores.

**INFORMACIÓN ADICIONAL:**

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a los establecido en la Normativa de Evaluación y la Normativa de Convivencia de la universidad.

**BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS**

**Básica**

--