



GRADO EN DISEÑO

Módulo	FUNDAMENTAL	
Materia	METODOLOGÍA	
Asignatura	CÓDIGO: 804107	NOMBRE: MANAGEMENT PARA EL DISEÑO

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Curso:	Cuarto
Carácter:	Obligatoria
impartición:	1er semestre o 2º semestre
Carga Docente:	6 ECTS
Teórica	3 ECTS
Práctica	3 ECTS
Tutorías	6 horas/semana

Departamento responsable: DISEÑO E IMAGEN

Coordinador: Pilar Lara Cuenca

Correo electrónico: mlara03@ucm.es

Teléfono: 91 3943653

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR

Conceptos y técnicas propias de la estrategia, proceso y práctica de la gestión desde el diseño.

OBJETIVOS

Objetivos generales:

- OG.1. Proveer a los estudiantes de las capacidades para obtener un perfil de Diseñador Experto que pueda sostener sus actividades en todos aquellos aspectos técnicos del diseño desde la primera fase de concepción hasta las fases últimas de producción y distribución.
- OG.2. Dotar al estudiante de una formación que le permita actuar como un Diseñador experto que, al mismo tiempo, sea capaz de integrarse profesionalmente asimilando los códigos de buena conducta que han de regir la práctica profesional.
- OG.12. Todo lo cual se puede resumir en un objetivo primordial: que la titulación se dirige a potenciar la formación integral de los diseñadores dotándoles de una base adecuada para intervenir en el desarrollo, proyección y producción de la cultura material y visual del hombre en su dimensión social, cultural, estética y económica.

Objetivos específicos:

- Conocer los conceptos propios del management desde la perspectiva del diseño.
- Utilizar técnicas procedentes de sociología y teoría de la comunicación aplicadas a la gestión en el área del diseño.



- Conocer las diferentes teorías sociológicas y enfoques del management empresarial en relación con el diseño.
- Entender la relación existente entre el diseño y los diferentes componentes de la gestión empresarial formalizando el proceso de comunicación derivado de dicha relación.
- Analizar casos reales de management empresarial evaluando el diseño como propuesta de valor.
- Presentar en público las conclusiones de los análisis de management como parte de la práctica comunicativa del profesional del diseño.
- Conocer los aspectos legales que tienen que ver con la práctica profesional del diseño.

COMPETENCIAS

Competencias generales:

- CG.4. Aplicar los necesarios conocimientos de modelización, tecnología de los materiales y técnicas de producción al desarrollo de los proyectos de diseño atendiendo a su viabilidad y a los condicionantes sociales, tecnológicos y medioambientales.

Competencias específicas:

- CE.2. Aplicar una metodología adecuada al proceso de la elaboración del proyecto.
- CE.4. Planificar la producción de un diseño en función de los procesos necesarios y su interdependencia, asignando una correcta distribución de las herramientas de que se disponga y de las restricciones de tiempo y recursos.
- CE.7. Ser capaz de realizar trabajos profesionales en los campos del diseño gráfico, objetual, escenográfico y en los nuevos medios.

CONTENIDOS

1. Seguridad, higiene y buenas prácticas en la asignatura.
2. Introducción a la teoría de proyectos relacionando *management* y diseño.
3. Estudio de modelos comunicativos que explican los procesos de diseño en relación con la gestión empresarial.
4. Métodos sociológicos y artísticos utilizados en la planificación, seguimiento, control y comunicación del proyecto.
5. Gestión y diseño: modelos de negocio desde la perspectiva del diseño.
6. Técnicas de organización del trabajo y gestión de costes.
7. Diseño en relación con la planificación de la producción.
8. Aspectos legales del diseño.

METODOLOGÍA

El método a seguir en el desarrollo de los contenidos tiene la siguiente estructura:

- Introducción al tema, donde se pretende exponer de manera sucinta los contenidos a tratar.
- Desarrollo teórico de los contenidos. En la mayoría de los casos se pondrán ejemplos prácticos mediante problemas resueltos, clasificados por tipos, según las ideas o conceptos más significativos de cada contenido tratado.
- Propuesta de ejercicios. Se pretende que los estudiantes comprueben si van asimilando los conceptos explicados según se van tratando.
- Cuestiones y problemas. Al final de cada tema se desarrollarán estas actividades para contribuir a que los estudiantes refuercen los conocimientos adquiridos.



Actividad Formativa:

Actividad	Competencias generales y específicas	ECTS
Lecciones magistrales centradas en contenidos teóricos con exposiciones y explicaciones con apoyo de referencias visuales. Clases de presentación de ejercicios, trabajos o proyectos a desarrollar. Resolución de ejercicios individualmente o en grupos. Exposición y presentación de trabajos ante el profesor. Debates dirigidos por el docente y realización de trabajos de evaluación programados.	CG4. CE2. CE.4. CE.7	3
Realización por parte del estudiante de los ejercicios y propuestas indicadas por el docente.	CE2. CE.4. CE.7.	60-70% de los 3 ECTs de trabajo autónomo del estudiante.
Investigación bibliográfica y fuentes auxiliares. Empleo del Campus Virtual. Preparación de evaluaciones. Lectura y estudio. Resúmenes teóricos. Visitas a museos y exposiciones.	CG4.	40-30% de los 3 ECTs de trabajo autónomo del estudiante.

Actividad del estudiante:

- Estudio de los contenidos teóricos.
- Realización en clase y entrega de ejercicios breves de aplicación de cada una de las unidades temáticas.
- Proyectos de aplicación en los que el alumno profundiza en la gestión del diseño e integra los valores y códigos propios de la profesión.
- Breves proyectos personales de investigación sobre temas que se desarrollan en los contenidos de la asignatura.
- Participación en debates, talleres, ejercicios en grupo y otras actividades de clase.

Cronograma

Las actividades que los estudiantes han de realizar a lo largo del curso se expondrán por el profesor al comienzo de éste.

EVALUACIÓN

- Evaluación continua a través del seguimiento del trabajo en el aula.
- Evaluación continua de la exposición de trabajos autónomos y de sus resultados.
- Evaluación global del proceso de aprendizaje y la adquisición de competencias y conocimientos.
- Calificación numérica de 0 a 10 según la legislación vigente.
- El rendimiento académico del estudiante se evalúa proporcionalmente del modo siguiente:
 - Trabajo tutelado del estudiante por el profesor supondrá un 30% del total.



- Trabajo autónomo del estudiante, el 60% del total.
- Corrección realizada por el profesor en exámenes, tutorías y controles el 10% del total.

BIBLIOGRAFÍA

- Ambrose, G. y Harris, P. (2010). *Metodología del diseño*. Barcelona: Ed. Parramón.
- Bardin, L. (1986). *Análisis de contenido*. Madrid: Ed. Akal.
- Best, K. (2009). *Management del diseño*. Barcelona: Ed. Parragón.
- Brown, Tim (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harpercollins Pub. (inglés).
- Conran T. y Fraser, M. (2008). *Los diseñadores hablan sobre diseño*. Barcelona: Ed. Blume.
- Cooper, Rachel; Junginger, Sabine; Lookwood, Thomas. (2011). *Design Management*. Ed. Berg (Oxford - New York)
- Costa, J. (1994). *Diseño, comunicación y cultura*. Madrid: Fundesco.
- Julier, G. (2010). *La cultura del diseño* (2.ª ed.). Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Kao, J. J. (1997). *Jamming: the art and discipline of business creativity*. New York: HarperCollins Publishers, Inc.
- Kim, W. C., y Mauborgne, R. (2005). Blue Ocean Strategy: From Theory to Practice. *California management review*, 47(3), 105-121. doi:10.2307/41166308
- Manzini, E. (2015). *Cuando todos diseñan. Una introducción al diseño para la innovación social*. Madrid: Experimenta.
- Margolin, V. (2005). *Las políticas de lo artificial* (1.ª ed.). México: Editorial Designio.
- Martín Juez, F. (2002). *Contribuciones para una antropología del diseño* (1.ª ed.). Barcelona: Gedisa S.A
- Mauborgne, R. Y Chan Kim, W. (2005) *La estrategia del océano azul*. Harvard Business Review.
- Mootee, Idris (2014) *Design thinking para innovación estratégica*. Empresa Activa
- Munari, B. (2005). *El arte como oficio*. Cornellà de Llobregat: Idea Books S.A.
- Osterwalder, A. y Pigneur, Y. (2011) *Generación de modelos de negocio*, Barcelona: Ed. Deusto.
- Papanek, V. J. (2014). *Diseñar para el mundo real. Ecología humana y cambio social* (2.ª ed.). Barcelona: Pol·len edicions (El Tinter, SAL).
- Revista gráfica. Nº1 "The time is now"
- Revista gráfica. Nº2 "El negocio del diseño"
- Ries, Eric (2011) *El método Lean Startup*. Barcelona: Planeta
- Sánchez Orozco, C. A. (2015, diciembre 17). *Diseño y sistemas. El diseño como estrategia para el desarrollo sostenible* (Tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Recuperado a partir de <http://eprints.sim.ucm.es/37150/1/T37052.pdf>
- Senge, P. (2012). *La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta al*



bellasartes
UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

aprendizaje (2.^a ed.). Buenos Aires: Granica.

Vassallo, S. (2016). *The Way to Design*. Foundation Capital. Recuperado a partir de <https://thewaytodesign.com/>

Viladàs Xenia. (2010). Diseño rentable. *Diez temas a debate*. IndexBook (Barcelona)