

Título Superior en Diseño

Especialidad

TÍTULO SUPERIOR EN
DISEÑO GRÁFICO

Enseñanzas Artísticas Superiores

GUÍA DOCENTE

DE LA ASIGNATURA:

3º - Gestión del Diseño

Curso Académico 2023/24

Escuela Superior Enseñanzas Artísticas
Osuna. Sevilla.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

1.1 Datos de la asignatura

Denominación	3º - Gestión del Diseño
Tipo de asignatura	Formación Básica
Materia	3º - Gestión del Diseño
Tipo	Teórico
Curso	TERCERO
Especialidad	TÍTULO SUPERIOR EN DISEÑO GRÁFICO
Duración	Anual
Créditos ECTS totales	6
Horas lectivas semanales	3
Prelación o requisitos previos	
Calendario	20/09/2023 al 25/06/2024
Horario de impartición	Primer semestre: martes de 12:00-13:00 horas y viernes de 9:00 a 11:00 horas Segundo semestre: por determinar

1.2 Datos del profesorado

Nombre	ANTONIA GARCÍA PAREJO
Correo electrónico	antoniagp@euouna.org

2. DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

2.1 Descripción de la asignatura

La Gestión del Diseño es una asignatura imprescindible, debido a la importancia y expansión de la aplicación del Diseño en cualquier tipo de actividad dentro de la empresa. El Diseño se erige como una herramienta indispensable para la competitividad y diferenciación de las empresas en el mercado. Por tanto, es preciso que los estudiantes conozcan cómo sacarle la máxima rentabilidad llevando a cabo una buena gestión. El éxito de los bienes y servicios, de las marcas, de las empresas, al fin y al cabo, está estrechamente relacionado con el proceso de diseño y gestión que se han seguido. Para la empresa actual, debido a la importancia del diseño como eje determinante de la competitividad de la misma, es además esencial plantearse la protección del mismo, desde el punto de vista de la propiedad industrial e intelectual.

2.2 Contexto en el marco de la titulación

La Gestión del Diseño es una asignatura anual de Formación Básica (FB) que se imparte en tercer curso de las EEAASS. Esta asignatura aporta al estudiante 6 de los 240 créditos E.C.T.S. (European Credit Transfer System) requeridos para obtener la certificación de en las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño.

3. CONTENIDOS

3.1 Contenidos de la asignatura

Legislación y gestión de la propiedad intelectual e industrial, patentes y marcas. Gestión y promoción de los valores culturales, sociales y personales del diseño, en relación con las actividades de construcción de identidad, patrocinio y mecenazgo. Gestión y seguimiento de marcas e identidad corporativa. Fundamentos de economía y organización de la producción. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

3.2 Programa

TEMA 1. EMPRENDEDORES Y CREACIÓN DE EMPRESAS: ESTRATEGIAS ALREDEDOR DEL DISEÑO.

TEMA 2. FUNDAMENTOS DE ECONOMÍA. LA PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN DEL DISEÑO EN LA EMPRESA.

TEMA 3. LA DIRECCIÓN DE OPERACIONES Y ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN.

TEMA 4. LA GESTIÓN DEL MARKETING EN EMPRESAS DE DISEÑO: GESTIÓN DE MARCAS E IDENTIDAD CORPORATIVA.

TEMA 5. PATROCINIO Y MECENAZGO EN EL DISEÑO.

TEMA 6. PROTECCIÓN DEL DISEÑO COMO PROPIEDAD INDUSTRIAL: MARCA, PATENTES Y DISEÑO INDUSTRIAL.

TEMA 7. PROTECCIÓN DEL DISEÑO COMO PROPIEDAD INTELECTUAL.

TEMA 8. LA EVALUACIÓN DEL DISEÑO: MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

4. COMPETENCIAS

4.1 Competencias Transversales

- CT01 - Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora
- CT02 - Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente
- CT03 - Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza
- CT04 - Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación
- CT06 - Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal
- CT07 - Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo
- CT08 - Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos
- CT09 - Integrarse adecuadamente en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos
- CT10 - Liderar y gestionar grupos de trabajo
- CT11 - Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad
- CT12 - Adaptarse, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales y artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada
- CT13 - Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional
- CT14 - Dominar la metodología de investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables
- CT15 - Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional
- CT16 - Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental
- CT17 - Contribuir con su actividad profesional a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativos..

4.2 Competencias Generales

- CG01 - Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos
- CG03 - Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica
- CG04 - Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color

CG05 - Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio
CG07 - Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares
CG08 - Plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales
CG09 - Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad
CG10 - Ser capaces de adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial
CG11 - Comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
CG13 - Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

4.3 Competencias Específicas

CE03 - Comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico
CE04 - Dominar los procedimientos de creación de códigos comunicativos
CE05 - Establecer estructuras organizativas de la información
CE06 - Interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica
CE08 - Conocer los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto
CE09 - Analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto
CE10 - Aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa
CE13 - Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico
CE14 - Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial
CE15 - 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 DOCENTE

5.1 Actividades			
Actividades Evaluables			
Actividad	Descripción	Horas	Porcentaje dedicación
Clases teóricas	Clases teóricas magistrales impartidas por el profesor de la asignatura como explicación de la materia.	69	46,00%
Clases prácticas	Clases prácticas en aula a partir de comentarios que deben realizar los alumnos bajo la supervisión del profesor de la asignatura.	12	8,00%
Teórico prácticas	Se analizan y estudian diversas piezas representativas de los diferentes estilos sucedidos a lo largo de la historia del diseño, donde el alumno debe ser capaz de aplicar los contenidos expuestos por el profesor anteriormente. Se pretende, por tanto, la adquisición de conocimientos que posibilite la articulación de un juicio crítico con un cierto grado de autonomía.	3	2,00%
Exposiciones y presentaciones orales	Comunicación pública, individual o en grupo, de los resultados de un trabajo o proyecto de investigación de un autor o diseñador y a partir del mismo desarrollar una propuesta creativa donde el alumno puede mostrar la aplicación de los contenidos adquiridos. De este modo, se aplican las competencias del desarrollo de capacidades de comunicación de proyectos a través de la terminología específica de esta área.	6	4,00%
Asistencia a conferencias	Asistencia y participación a conferencias, exposiciones, seminarios o talleres. Según la naturaleza de dichas actividades puede conllevar la elaboración de informes y comentarios.	3	2,00%

Exámenes parciales o finales	Se basa en la realización de exámenes de carácter escrito donde el alumno pueda demostrar la adquisición de las competencias y su madurez en el uso de los elementos teóricos de la asignatura. En estos exámenes, el alumno debe mostrar su capacidad para la elaboración de discursos textuales y la estructuración de contenidos, en ocasiones con carácter sintético.	3	2,00%
Actividades o Seminarios	Se basa en la realización de actividades o seminarios online	0	0,00%
Total horas presenciales		96	64%
Actividades No Presenciales			
Actividad	Descripción	Horas	Porcentaje de dedicación
Estudio individual	El alumno debe realizar una lectura, análisis y práctica de los contenidos y técnicas explicadas con el objetivo de asimilar los contenidos y plantear las dudas que puedan surgir de esta tarea. Así mismo, es fundamental que el alumno repita o repase los ejercicios prácticos establecidos en clase como método de interiorización del aprendizaje autorizado en la clase. Para este estudio, será de utilidad el uso de los servicios de biblioteca, del campus virtual y de las aulas informáticas y talleres vinculados al desarrollo de la asignatura.	22	14,67%
Organización de Grupos de Trabajo	Organización de trabajos en grupos de alumnos como método para el desarrollo de habilidades en equipo y transmisión de información ante una audiencia especializada. A este respecto, las actividades de esta acción formativa se concretan, en un primer momento, con la preparación y elaboración de proyectos de cierta envergadura relacionados con	22	14,67%

	los elementos y composición del diseño gráfico en movimiento. En un segundo momento, se establecerán las habilidades comunicativas para su exposición, tanto oral como escrita.		
Proyectos de investigación	Se trata de proyectos de considerable envergadura donde el alumno debe profundizar con cierto carácter autónomo en contenidos concretos del temario. En función del tema, estos proyectos pueden tener una variante creativa o retrospectiva.	10	6,67%
	Total horas de trabajo autónomo	54	36%
	Total volumen de trabajo	150	6 ETCS

5.2 Recursos

Para el desarrollo de la asignatura, se utilizarán los siguientes recursos e infraestructuras:

- Bibliografía recomendada.
- Ordenador con acceso a Internet.
- Pizarra y cañón retroproyector.

5.3 Bibliografía y Documentación Complementaria

BARROSO, Carmen..Economía de la empresa, Madrid, Pirámide.2010.

BUIL, Isabel y MARTÍNEZ, Eva. Importancia del Diseño Industrial en la gestión estratégica de la empresa. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW-ACTUALIDAD ECONÓMICA. CUARTO TRIMESTRE 2005.

DIAZ, Paloma. Como gestionar marcas de Moda. Ed. Dossat. 2007.

DOMÍNGUEZ MACHUCA, J.; DURBÁN OLIVA, S.; MARTÍN ARMARIO, E; El subsistema productivo de la empresa. Madrid, Pirámide, 1990.

FERNÁNDEZ, Jesús, LÓPEZ, Víctor y FERNÁNDEZ, Juan Carlos. Diseño Estratégico. Fundación Prointec.

GONZÁLEZ DOMÍNGUEZ, F.J.; GANAZA VARGAS, J. Principios y Fundamentos de Gestión de Empresas, 3ª ed

Madrid, Pirámide.2010.

LABARTA, Fernando y FERNÁNDEZ, Jorge. Como crear una marca. Almuzara. 2009.

LECUONA, Manuel. Manual sobre Gestión del Diseño para empresas que abren nuevos mercados. Barcelona. Editado por Barcelona Centro de Diseño.

MÉNDIZ, Alfonso. Nuevas Formas publicitarias. Patrocinio, Product Placement, Publicidad en Internet. Universidad de Málaga. 2007.

MONTAÑA, Jordi. Y MOLL, Isabel. Diseño e Innovación. La Gestión del Diseño en la Empresa. Fundación COTEC. 2008

PAREDES, Sonia y otros. Herramienta de apoyo a la Gestión del Diseño. Fundación Prointec.

SALCEDO, Elena y CARDENAL, Mercedes. Moda y empresa. Gestione con éxito su negocio de diseño.

TENA, Daniel. Diseño Gráfico y Comunicación. Editorial Pearson. Educación. 2004

UBIERGO, Juan Manuel y Otros. Manual para la Gestión del Diseño de productos en la empresa. Centro Aragonés de Diseño Industrial.

VILADÁS, Xenia. Diseño rentable, diez temas a debate. Editorial Index Book. 2008

BARROSO, Carmen..Economía de la empresa, Madrid, Pirámide.2010

BUIL, Isabel y MARTÍNEZ, Eva. Importancia del Diseño Industrial en la gestión estratégica de la empresa. UNIVERSIA BUSINESS REVIEW-ACTUALIDAD ECONÓMICA. CUARTO TRIMESTRE 2005

DIAZ, Paloma. Como gestionar marcas de Moda. Ed. Dossat. 2007

DOMÍNGUEZ MACHUCA, J.; DURBÁN OLIVA, S.; MARTÍN ARMARIO, E; El subsistema productivo de la empresa. Madrid, Pirámide, 1990

FERNÁNDEZ, Jesús, LÓPEZ, Víctor y FERNÁNDEZ, Juan Carlos. Diseño Estratégico. Fundación Prointec.

6. CRITERIOS Y PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN

6.1 Criterios de Evaluación

6.1.1 Criterios de Evaluación Transversales

CET01 - Demostrar capacidad para organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora, solucionando problemas y tomando decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza

CET02 - Demostrar capacidad para recoger, analizar y sintetizar información significativa y gestionarla adecuadamente

CET03 - Demostrar el uso eficiente de las tecnologías de la información y la comunicación

CET05 - Demostrar capacidad para la autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal

CET06 - Demostrar habilidad comunicativa y crítica constructiva en el trabajo en equipo

CET07 - Demostrar capacidad razonada y crítica de ideas y argumentos

CET08 - Demostrar capacidad para la integración en equipos multidisciplinares y en contextos culturales diversos

CET09 - Demostrar capacidad para liderar y gestionar grupos de trabajo

CET10 - Demostrar la aplicación, en la práctica laboral, de una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad

CET11 - Demostrar capacidad para la adaptación, en condiciones de competitividad a los cambios culturales, sociales, artísticos y a los avances que se producen en el ámbito profesional y seleccionar los cauces adecuados de formación continuada

CET12 - Demostrar la calidad y la excelencia en su actividad profesional

CET13 - Demostrar dominio de la metodología de la investigación en la generación de proyectos, ideas y soluciones viables

CET14 - Demostrar capacidad para trabajar de forma autónoma, valorando la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional

CET15 - Demostrar capacidad en el uso de medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental

CET16 - Demostrar capacidad para contribuir a la sensibilización social de la importancia del patrimonio cultural, su incidencia en los diferentes ámbitos y su capacidad de generar valores significativo.

6.1.2 Criterios de Evaluación Generales

CEG01 - Demostrar capacidad para concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos

CEG03 - Demostrar capacidad para establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica

CEG04 - Demostrar visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color

CEG05 - Demostrar capacidad para actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio
CEG07 - Demostrar capacidad para organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares
CEG08 - Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación e innovación para resolver expectativas centradas en funciones, necesidades y materiales
CEG09 - Demostrar capacidad para investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad
CEG10 - Demostrar capacidad para adaptarse a los cambios y a la evolución tecnológica industrial
CEG11 - Demostrar capacidad de comunicar ideas y proyectos a la clientela, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo
CEG13 - Demostrar capacidad para conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.

6.13 Criterios de Evaluación Específicos

CEE03 - Demostrar capacidad para comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico
CEE04 - Demostrar el dominio de los procedimientos de creación de códigos comunicativos
CEE05 - Demostrar capacidad para establecer estructuras organizativas de la información
CEE06 - Demostrar el conocimiento necesario para interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica
CEE08 - Demostrar conocimiento de los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto
CEE09 - Demostrar capacidad para analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto
CE1E0 - Demostrar capacidad para aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa
CEE13 - Demostrar el conocimiento del contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico
CEE14 - Demostrar la comprensión del marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial
CEE15 - Demostrar capacidad para 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.
CEE03 - Demostrar capacidad para comprender y utilizar la capacidad de significación del lenguaje gráfico
CEE04 - Demostrar el dominio de los procedimientos de creación de códigos comunicativos
CEE05 - Demostrar capacidad para establecer estructuras organizativas de la información
CEE06 - Demostrar el conocimiento necesario para interrelacionar los lenguajes formal y simbólico con la funcionalidad específica
CEE08 - Demostrar conocimiento de los canales que sirven de soporte a la comunicación visual y utilizarlos conforme a los objetivos comunicacionales del proyecto

CEE09 - Demostrar capacidad para analizar el comportamiento de los receptores del proceso comunicacional en función de los objetivos del proyecto

CE1E0 - Demostrar capacidad para aplicar métodos de verificación de la eficacia comunicativa

CEE13 - Demostrar el conocimiento del contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico

CEE14 - Demostrar la comprensión del marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial

CEE15 - Demostrar capacidad para 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.

6.2 Procedimiento de Evaluación

La evaluación se realizará de forma continua y se valorarán todas las actividades formativas realizadas durante el periodo de impartición de la materia, es decir, conceptos y procedimientos transmitidos a través de las clases magistrales, realización de ejercicios individuales o en equipo.

Tal como consta en la Orden de 16 de octubre de 2012, por la que se establece la Ordenación de la Evaluación del Proceso de Aprendizaje del alumnado de las Enseñanzas Artísticas Superiores, el alumnado tendrá derecho a dos convocatorias de pruebas de evaluación, por curso académico. Las convocatorias de las asignaturas de periodicidad anual se realizarán los meses de junio (Convocatoria Ordinaria 1ª) y septiembre (Convocatoria Ordinaria 2ª).

De forma general, el alumnado dispone de cuatro convocatorias para la superación de la asignatura.

Los requisitos para superar cada convocatoria son las siguientes:

Convocatoria Ordinaria 1ª: el alumnado debe aprobar tanto el examen final como la media ponderada del resto de actividades de evaluación.

Convocatoria Ordinaria 2ª: el alumnado debe aprobar tanto el examen final como la media ponderada del resto de actividades de evaluación.

7. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

PONDERACIÓN DE LAS ACTIVIDADES EVALUABLES		
Actividad de Evaluación	Descripción de la Actividad	Ponderación
Examen final de carácter escrito o práctico	Se basa en la realización de una prueba específica de evaluación, de carácter escrito y/o práctico, donde el alumnado pueda demostrar la adquisición de las competencias asignadas a la asignatura. Este examen final constará de dos partes: a) Una parte práctica, a través de la resolución de un caso práctico propuesto por la profesora, y que el/a estudiante debe imitar como método de comprobación de la adquisición de las habilidades vinculadas a la asignatura. b) Una parte teórica, tipo test de 20 preguntas, con preguntas vinculadas a los contenidos teóricos impartidos.	60 %
Pruebas parciales de carácter escrito o práctico	Consiste en la realización de una prueba de evaluación parcial, durante el desarrollo del curso, que permita comprobar el grado de asimilación de los contenidos por parte del estudiante. Esta prueba puede tener un carácter escrito y/o práctico, a través del uso de plataformas informáticas si fuese necesario. Sustituirá al examen final para aquellos estudiantes que decidan seguir la evaluación continua.	60%
Actividades Prácticas	Son ejercicios prácticos, y que suponen una aplicación práctica, a modo de ejemplificación, de los contenidos descritos en la propia clase. Se busca la conformidad de la adquisición de las competencias por parte del estudiante, así como la detección de dificultades en la asimilación de los contenidos. La demostración de la adquisición de competencias exige la realización de ejercicios prácticos fuera del horario lectivo, tanto si se derivan de las clases teóricas como de las prácticas. En un primer momento, son de carácter más mimético, para progresivamente ir sustituyéndolas por otras que integran elementos de carácter creativo que exigen un considerable plazo de tiempo para su ejecución.	20%
Trabajos Individuales o en Grupos	Organización de trabajos en grupos de alumnos como método para el desarrollo de habilidades en equipo y transmisión de información ante una audiencia especializada. Se aplicarán criterios correctores para garantizar la evaluación del trabajo de todos los miembros del grupo,	20%

	independientemente del resultado final del proyecto.	
Actividades Virtuales		%
Trabajos de investigación		%
Asistencia y Participación en Seminarios y Talleres	Asistencia a todos los cursos, seminarios, talleres, propuestos por la profesora y elaboración del trabajo, conclusión, intervención en debate, etc.	20%

7.2 Sistema de calificación

El resultado del aprendizaje se expresa mediante calificación numérica de 0 a 10, con un decimal. Las calificaciones cualitativas en relación con las numéricas son las siguientes:

0-4,9	SUSPENSO
5,0-6,9	APROBADO
7,0-8,9	NOTABLE
9,0-10	SOBRESALIENTE

8. ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS

Durante el desarrollo del curso se plantearán un catálogo de actividades complementarias a los contenidos impartidos. Estas actividades se centrarán en dos acciones formativas fundamentalmente: La asistencia a Seminarios y Talleres organizados por el centro, cuyo contenido tenga una relación transversal con la asignatura. Y por otro lado, la visita a organizaciones y empresas.

9. SISTEMAS DE PARTICIPACIÓN DEL ALUMNADO EN LA EVALUACIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Para facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje, el alumno será partícipe del resultado de las diferentes actividades de evaluación a través de una doble vía:

- Por un lado, la indicación de los errores cometidos y la puntuación obtenida en los diferentes enunciados a través de la revisión de las pruebas escritas una vez realizadas.
- Por otro, a través de un informe de evaluación para los ejercicios y proyectos prácticos donde se expliciten los criterios de evaluación utilizados y su ponderación con respecto a la nota final del ejercicio. Dicho informe incluirán adicionalmente observaciones que faciliten el proceso de aprendizaje del alumno. Los criterios de evaluación serán diferentes en función de la naturaleza del ejercicio.

1. CRONOGRAMA

Semana	Sesión	Clase Teórica	Clase Práctica	Evaluación	Contenidos
1ª	TEMA 1	X			Emprendedores y creación de empresas: estrategias alrededor del diseño.
2ª	TEMA 1		X		Emprendedores y creación de empresas: estrategias alrededor del diseño.
3ª	TEMA 1	X			Emprendedores y creación de empresas: estrategias alrededor del diseño.
4ª	TEMA 1		X		Emprendedores y creación de empresas: estrategias alrededor del diseño.
5ª	TEMA 2	X			Fundamentos de economía. La planificación y organización del diseño en la empresa.
6ª	TEMA 2		X		Fundamentos de economía. La planificación y organización del diseño en la empresa.
7ª	TEMA 2	X			Fundamentos de economía. La planificación y organización del diseño en la empresa.
8ª	TEMA 2		X		Fundamentos de economía. La planificación y organización del diseño en la empresa.
9ª	TEMA 3	X			La dirección de operaciones y organización de la producción.
10ª	TEMA 3		X		La dirección de operaciones y organización de la producción.
11ª	TEMA 3	X	X		La dirección de operaciones y organización de la producción.
12ª	TEMA 4	X			La gestión del marketing en las empresas de diseño: gestión de marcas e identidad corporativa.
13ª	TEMA 4		X		La gestión del marketing en las empresas de diseño: gestión de marcas e identidad corporativa.
14ª	TEMA 4	X			La gestión del marketing en las empresas de diseño: gestión de marcas e identidad corporativa.
15ª	TEMA 4		X		La gestión del marketing en las empresas de diseño: gestión de marcas e identidad corporativa.
16ª	TEMA 4	X	X		La gestión del marketing en las empresas de diseño: gestión de marcas e identidad corporativa.

17 ^a	PRESENTACIONES TRABAJOS EVALUACIÓN CONTINUA			X	
18 ^a	EXAMEN PARCIAL			X	
19 ^o	TEMA 5	X			Patrocinio y mecenazgo en el diseño.
20 ^o	TEMA 5	X			Patrocinio y mecenazgo en el diseño.
21 ^o	TEMA 5		X		Patrocinio y mecenazgo en el diseño.
22 ^o	TEMA 6	X			Protección del diseño como propiedad industrial: marca, patentes y diseño industrial.
23 ^o	TEMA 6		X		Protección del diseño como propiedad industrial: marca, patentes y diseño industrial.
24 ^o	TEMA 6	X			Protección del diseño como propiedad industrial: marca, patentes y diseño industrial.
25 ^o	TEMA 6		X		Protección del diseño como propiedad industrial: marca, patentes y diseño industrial.
26 ^o	TEMA 7	X			Protección del diseño como propiedad intelectual.
27 ^o	TEMA 7		X		Protección del diseño como propiedad intelectual.
28 ^o	TEMA 7	X	X		Protección del diseño como propiedad intelectual.
29 ^o	TEMA 8	X			La evaluación del diseño: métodos de investigación.
30 ^o	TEMA 8		X		La evaluación del diseño: métodos de investigación.
31 ^o	TEMA 8	X	X		La evaluación del diseño: métodos de investigación.
32 ^o	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN				
33 ^o	TRABAJO DE INVESTIGACIÓN				
34 ^o	TRABAJO DE				

	INVESTIGACIÓN				
35°	PRESENTACIONES			X	
36°	EXAMEN PARCIAL			X	