

**Escuela de Arte** León Ortega. Huelva

Enseñanzas Artísticas Superiores

Especialidad **DISEÑO DE PRODUCTO**

Curso 2016/2017

### IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

**DENOMINACIÓN: GESTION DEL DISEÑO**

**MATERIA: Gestion del diseño**

Anual

Obligatoria de  
especialidad

**CRÉDITOS ECTS: 6**

**HORAS LECTIVAS SEMANALES: 3**

**DISTRIBUCIÓN EN HORAS  
DE LOS CRÉDITOS ECTS**

Lunes: 8:15 a 10:15

Martes: 9:15 a 10:15

**TOTALES:  
105**

**PRESENCIALES:**

**NO PRESENCIALES:**

### PROFESOR/A

**NOMBRE: EVA MARIA CUBERO VALLEJO**

**E-MAIL: [ea.asignatura@gmail.com](mailto:ea.asignatura@gmail.com)**

## DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Dentro de los estudios superiores de diseño, la gestión del diseño es un pilar esencial para la formación básica del futuro diseñador de producto. Esta asignatura está concebida para dotar al alumnado de una serie de conocimientos referidos a la gestión como principal activo de una corporación.

Durante el presente curso académico, mediante las clases teóricas y prácticas, se irá integrando paulatinamente al alumnado en el mundo de la gestión del diseño para el diseño de productos, utilizando una metodología interdisciplinar, para de este modo, llegar a una formación integral y coherente.

En esta asignatura abordaremos la legislación y gestión de la propiedad intelectual e industrial, abordaremos la gestión y promoción de los valores culturales, sociales y personales del diseño en relación a las actividades de identidad. Se tratará la gestión y el seguimiento de marcas y de identidad corporativa así como los fundamentos de la economía y organización de la producción, métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

## ESTUDIOS ARTÍSTICOS SUPERIORES DE DISEÑO

Guía docente de **GESTION DEL DISEÑO**

**Curso 2016/2017**

**ESPECIALIDAD DISEÑO DE PRODUCTO**

### ESQUEMA DE LA GUÍA

1. Legislación y gestión de la propiedad intelectual e industrial, patentes y marcas.
2. Gestión y promoción de los valores culturales, sociales y personales del diseño, en relación con las actividades de construcción de identidad, patrocinio y protección dispensada por una persona a un escritor o artista también conocido como mecenazgo.
3. Gestión y seguimiento de marcas e identidad corporativa.
4. Fundamentos de economía y organización de la producción
5. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

DATOS DE LA ASIGNATURA	
Centro	Escuela de Arte de Huelva
Nivel	Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño
Nombre de la asignatura	GESTION DEL DISEÑO
Horario de la asignatura	Lunes: 8:15 a 10:15 Martes: 9:15 a 10:15
Aula	AULA 16
Horas lectivas semanales	3 horas
Créditos ECTS	SEMESTRE 2
Curso	3º
Carácter de la asignatura	ANUAL
DATOS DE LOS PROFESORES	
Profesora responsable	Eva María Cubero Vallejo
Correo electrónico	<a href="mailto:ea.asignatura@gmail.com">ea.asignatura@gmail.com</a>

## 2. MARCO NORMATIVO Y CONSIDERACIONES PREVIAS

La ley orgánica de 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, regula en sus artículos 54 a 58 las enseñanzas artísticas superiores y de forma específica en su artículo 57 los estudios superiores de artes plásticas y diseño establece que los estudios de superiores de diseño conducirán al título superior del diseño en la especialidad correspondiente.

Por otra parte será el real decreto 633/2010 de 14 de mayo por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Diseño establece en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, el que establece el contenido básico de los planes de estudios de estas enseñanzas, donde se define las competencias transversales y generales del Título, así como las competencias especiales y los perfiles profesionales para cada una de las especialidades y establece las materias de formación básica y las materias obligatorias de cada especialidad con sus descriptores y número de créditos correspondientes.

Asimismo las enseñanzas artísticas superiores de diseño tendrán como objetivo la formación cualificada de profesionales en el ámbito del diseño, capaces de comprender, definir y optimizar los productos y servicios del diseño en sus diferentes ámbitos, dominar conocimientos científicos, humanísticos.

## 3. INTRODUCCIÓN A LA ASIGNATURA

Dentro de los estudios superiores de diseño, la **Gestión del Diseño** es un pilar esencial para la formación básica del futuro diseñador de producto. Esta asignatura está concebida para dotar al alumnado de una serie de conocimientos referidos a la propiedad intelectual e industrial como principal activo de una corporación.

Durante el presente curso académico, mediante las clases teóricas y prácticas, se irá integrando paulatinamente al alumnado en el mundo de la propiedad intelectual e industrial para el diseño de productos, utilizando una **metodología interdisciplinar**, para de este modo, llegar a una **formación integral y coherente**.

Dado que el diseño es un proceso de trabajo estructurado para crear objetos, imágenes o espacios, que también se utiliza con éxito para crear servicios y, mas aún, para crear estrategias empresariales innovadoras. Se trata de un proceso creativo enfocado a definir nuevos conceptos y a resolver de modo original problemas y limitaciones, por lo que está ligado al proceso de innovación: se utiliza para crear algo nuevo o para mejorar lo existente, contribuyendo así en los procesos de innovación radical o incrementar poniendo en el mercado nuevos productos, que han de ser competitivos. y todo ello en base a una legislación referente a la propiedad intelectual e industrial.

El éxito de los productos (bienes o servicios), de las marcas, de las empresas está muy relacionado con la calidad del proceso de diseño que se ha seguido y con el ahorro de coste.

#### 4. COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Según: “El Real Decreto 633/2010, de 14 de mayo, por el que se regula el contenido básico de las enseñanzas artísticas superiores de Grado en Diseño Guía docente: Comunicación de la Identidad, en la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación, establece el contenido básico de los planes de estudios de estas enseñanzas, define las competencias transversales y generales del Título, así como las competencias específicas y los perfiles profesionales para cada una de las especialidades y establece las materias de formación básica y las materias obligatorias de cada especialidad con sus descriptores y número de créditos correspondientes. Así mismo, regula el acceso y las pruebas de acceso a las enseñanzas y otros aspectos de las mismas como la evaluación y reconocimiento de créditos.”

##### -Transversales

- Organizar y planificar el trabajo de forma eficiente y motivadora.
- Recoger información significativa, analizarla, sintetizarla y gestionarla adecuadamente.
- Solucionar problemas y tomar decisiones que respondan a los objetivos del trabajo que se realiza.
- Utilizar eficientemente las tecnologías de la información y la comunicación.
- Comprender y utilizar, al menos una lengua extranjera en el ámbito del desarrollo profesional.
- Realizar autocrítica hacia el propio desempeño profesional e interpersonal.
- Utilizar las habilidades comunicativas y la crítica constructiva en el trabajo en equipo.
- Desarrollar razonada y críticamente ideas y argumentos.
- Desarrollar en la práctica laboral una ética profesional basada en la apreciación y sensibilidad estética, medioambiental y hacia la diversidad
- 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.
- Buscar la excelencia y la calidad en su actividad profesional.
- Trabajar de forma autónoma y valorar la importancia de la iniciativa y el espíritu emprendedor en el ejercicio profesional.

- Usar los medios y recursos a su alcance con responsabilidad hacia el patrimonio cultural y medioambiental.

### -Generales

- Concebir, planificar y desarrollar proyectos de diseño de acuerdo con los requisitos y condicionamientos técnicos, funcionales, estéticos y comunicativos.
- Dominar los lenguajes y los recursos expresivos de la representación y la comunicación.
- Establecer relaciones entre el lenguaje formal, el lenguaje simbólico y la funcionalidad específica.
- Tener una visión científica sobre la percepción y el comportamiento de la forma, de la materia, del espacio, del movimiento y del color.
- Actuar como mediadores entre la tecnología y el arte, las ideas y los fines, la cultura y el comercio.
- Promover el conocimiento de los aspectos históricos, éticos, sociales y culturales del diseño.
- Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a equipos multidisciplinares.
- Investigar en los aspectos intangibles y simbólicos que inciden en la calidad.
- Comunicar ideas y proyectos a los clientes, argumentar razonadamente, saber evaluar las propuestas y canalizar el diálogo.
- Conocer el contexto económico, social y cultural en que tiene lugar el diseño.
- Valorar la dimensión del diseño como factor de igualdad y de inclusión social, y
- Plantear, evaluar y desarrollar estrategias de aprendizaje adecuadas al logro objetivos personales y profesionales.
- Optimizar la utilización de los recursos necesarios para alcanzar los objetivos previstos.
- Demostrar capacidad crítica y saber plantear estrategias de investigación.
- Comprender el comportamiento de los elementos que intervienen en el proceso comunicativo, dominar los recursos tecnológicos de la comunicación y valorar su influencia en los procesos y productos del diseño.
- Dominar la metodología de investigación.

### -Específicas

- Determinar las características finales de productos, servicios y sistemas, coherentes con los requisitos y relaciones estructurales, organizativas, funcionales, expresivas y económicas definidas en el proyecto.
- Proponer, evaluar y determinar soluciones alternativas a problemas complejos de diseño de productos y sistemas.
- Valorar e integrar la dimensión estética en relación al uso y funcionalidad del producto.
- Producir y comunicar la información adecuada relativa a la producción.
- Conocer los recursos tecnológicos de la comunicación y sus aplicaciones al diseño de producto.
- Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño de producto.
- Comprender el marco legal y reglamentario que regula la actividad profesional, la seguridad y salud laboral y la propiedad intelectual e industrial.
- Reflexionar sobre la influencia social positiva del diseño, 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.

## 7. CONTENIDOS

Los contenidos mínimos definidos para la asignatura de gestión del diseño son:

1. Legislación y gestión de la propiedad intelectual e industrial, patentes y marcas.
2. Gestión y promoción de los valores culturales, sociales y personales del diseño, en relación con las actividades de construcción de identidad, patrocinio y protección dispensada por una persona a un escritor o artista también conocido como mecenazgo.
3. Gestión y seguimiento de marcas e identidad corporativa.
4. Fundamentos de economía y organización de la producción
5. Métodos de investigación y experimentación propios de la materia.

### Temario práctico actividades para realizar

Se propondrá a los alumnos la realización de tareas prácticas que servirán para complementar y desarrollar los contenidos teóricos de la asignatura.

Su realización será individual, salvo que se aconseje la realización en grupos. En todo caso, el alumnado estará informado con antelación sobre el contenido, el tiempo de



dedicación, el plazo de entrega y el porcentaje de calificación correspondiente a cada actividad práctica.

Para optar al aprobado en la modalidad de evaluación continua es imprescindible la realización y entrega, en su caso, en los plazos fijados, de todas las actividades propuestas

## 10. RECURSOS

Para la impartición de la asignatura es necesaria un aula dotada con ordenadores que dispongan de software adecuado para el desarrollo de la asignatura y conexión a Internet para la búsqueda de información. También, será necesario un cañón de proyección para las clases teóricas poder proyectar los power point de las clases teóricas.

En cuanto al material, utilizaremos todos los necesarios para impartir clases teórico-prácticas necesarias para esta asignatura; pizarra, tiza, ordenadores, cañón, etc. Libros de consulta y teoría, así como revistas especializadas.

## 11.-EVALUACIÓN

Instrumentos de evaluación

Los instrumentos usados para evaluar el proceso de enseñanza serán los siguientes:

- Ejercicios prácticos realizados en el aula individuales y en grupo
- Trabajos prácticos de investigación y desarrollo
- Exposición o presentación de trabajos en grupo
- Prueba practica
- Examen teórico preguntas de desarrollo

Porcentaje de calificación:

- Examen y prueba practica 60%
- Ejercicios de investigación, trabajos en grupo y ejercicios de clase 30% (10%, 10%, 10%)
- Asistencia 10%

Solo se aplicaran dichos porcentajes cuando el alumno supere el examen de la asignatura con una calificación de cinco o superior.

Se valorara las actitudes de iniciativa e interés por el trabajo, hábito racional de trabajo, participación en las diversas actividades, asistencia, capacidad para trabajar en equipo, dificultades concretas en cualquier ámbito de nuestra materia, etc.

Revisión de actividades prácticas

Se valorará la corrección de la expresión escrita, la capacidad crítica y creativa, la adquisición de nuevos conceptos, etc.

La revisión o corrección de actividades de expresión oral: debates, coloquios, presentaciones, etc., se llevará a cabo sobre la marcha, informándose posteriormente al alumnado. Del mismo modo, se llevará el control de las actividades no presenciales mediante un seguimiento activo de cada una de ellas y su corrección a la entrega.

#### CALIFICACION

Los resultados obtenidos por el alumnado en cada una de las asignaturas del plan de estudios se calificarán en función de la siguiente escala numérica de 0 a 10, con expresión de un decimal, a la que se añadirá su correspondiente calificación cualitativa:

0 - 4,9: Suspenso

5,0 - 6,9: Aprobado

7,0 - 8,9: Notable

9,0 - 10: Sobresaliente

#### CRITERIOS DE RECUPERACION

Los alumnos/as calificados negativamente en cualquier semestre podrán recuperar la parte no superada, consistiendo dicha recuperación en la repetición de los trabajos o actividades prácticas correspondientes no superadas o la entrega de estos, si no los hubieran entregado en el tiempo establecido, así como el examen teórico-práctico de la parte no superada. Las fechas de recuperación serán comunicadas con antelación suficiente. La calificación de la recuperación no será superior a 5 puntos. En la convocatoria de septiembre el alumnado realizará una prueba teórica, esta se planteará de manera que, para superarla, el alumno pueda demostrar en su realización la asimilación y conocimiento de los contenidos, además presentará un dossier de trabajos y actividades prácticas similar a los realizados durante el curso, el dossier deberán elaborarlo durante los meses de julio y agosto y serán calificados tras su entrega en septiembre. La calificación no será superior a 5 puntos.

## 12.- BIBLIOGRAFIA

- Texto refundido de la Ley de **Propiedad Intelectual** actualizado (Legislacion aplicable a la propiedad intelectual y propiedad industrial 2014/2015)
- Manual de propiedad intelectual, Edición: 5, Tapa blanda, Tirant lo Blanch
- Texto refundido de la Ley de **Propiedad industrial** actualizado (Legislacion aplicable a la propiedad intelectual y propiedad industrial 2014/2015)
- Economía y principios económicos McGraw-Hill Interamericana de España S.L, Adrian.
- Manual de propiedad industrial.
- **Signos, simbolos, marcas, señales**  
Barcelona: Gusavo Gili, 1981.
- Costa, Joan. **Imagen corporativa del siglo XIX.**
- Klein, Naomi. **No logo**  
Barcelona, paidós, 2001.
- Jenkins, Nicholas. **La identidad visual de la empresa.**
- Gobe, marc, **Branding emocional, el nuevo paradigma para conectar las marcas emocionalmente con la empresa.**

### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

- ARNHEIM, RUDOLF. **El pensamiento visual.**
- LEWIS, ELEN. **Gran IKEA Una marca mundial para todos los públicos**