

**Diseño Industrial/Licenciatura en Diseño Industrial**  
**Programa de Unidad Curricular**

**Carrera:**

Licenciatura en Diseño Industrial.

**Plan:**

2013

**Ciclo:**

Ciclo de egreso.

**Área:**

Área Gestión de Proyecto.

**Perfil:**

Producto y Textil-indumentaria.

**Nombre de la unidad curricular:**

“Gestión de proyectos de Diseño”

**Tipo de unidad curricular:**

Asignatura

**Año de la carrera:**

4°. Año.

**Organización temporal:**

Semestre 7°.

**Semestre**

Primer Semestre

**Docente responsable:**

Prof. Adjunto (G°3) Silvia Díaz

**Equipo docente:**

Ayudante (G°1) Analía Corcino

Ayudante (G°1) Camila Morera

**Régimen de cursado:**

Presencial, dictado semanal.

**Régimen de asistencia y aprobación:**

Condiciones de asistencia: De acuerdo a la reglamentación de asistencia de cursos controlados FADU

Condiciones de aprobación: Evaluación de hasta dos presentaciones de trabajos intermedios y un Trabajo Final en equipos. Nota de aprobación: 03 puntos. No tiene examen.

**Créditos:**

Créditos asignados a la unidad curricular: 04

**Horas totales:**

Horas totales de trabajo estudiantil: 60

**Horas aula:**

Horas aula Totales: 30 (+ Trabajo práctico 15 Hs.+ Trabajo de campo 15 Hs.).

**Año de edición del programa:**

2016

**Conocimientos previos recomendados:**

Tratándose de una asignatura de claro perfil pre profesional, el estudiante debe contar con conocimientos avanzados y abarcativos de su propia carrera, estimándose que la presente asignatura deba ser tomada en el último año de la carrera respectiva, sin perjuicio del sistema de previaturas vigente.

## **Objetivos:**

Los objetivos de la Gestión de Proyectos es capacitar teórica y prácticamente en la Gestión Estratégica de Proyectos de Diseño en relación al binomio producto - servicio, las unidades productivas y los procesos, desarrollando la sensibilidad y la capacidad analítica del estudiante, orientada a la detección de nuevos espacios de desarrollo socio-económico vinculados al diseño.

Los contenidos académicos apuntan a comprender y manejar herramientas relacionadas a los problemas de la Gestión y la administración, así como construir una imagen de la realidad actual del desarrollo y aplicación de esta técnica en las empresas y organizaciones de la sociedad. Situar esta problemática en relación con su futuro desempeño como diseñador, e Introducir al estudiante en los conceptos de la evaluación económico financiera orientada a la toma de decisiones.

El Curso de “Gestión de Proyectos de Diseño” comprende los contenidos que permiten introducir al estudiante en las herramientas y técnicas para la formulación y gestión de proyectos de diseño, profundizando las capacidades desarrolladas en Marketing aplicado a diseño de modo de poder evaluar desde un punto de vista económico - organizacional un proyecto de diseño, así como el camino para su implementación.

Comprende las etapas de desarrollo y organización de un proyecto, considerando la relación entre las actividades de diseño, la organización empresarial en su contexto socio económico y las personas involucradas. En este sentido es importante el desarrollo de una mirada crítica sobre el complejo socio-técnico que involucra el desarrollo y fabricación de un producto; tomando en cuenta los aspectos vinculados a la elección de tecnologías y los costos que hacen que un emprendimiento resulte competitivo.

Del mismo modo se desarrollan las capacidades para la definición de estrategias y proyectos de diseño, mediante la realización práctica de diagnósticos de la situación del diseño en empresas, organizaciones sociales y sectores productivos basados en la realidad nacional.

## **Contenidos:**

Unidades didácticas de la Asignatura:

### **0. Introducción al Curso**

- Objetivos del curso
- Metodología de enseñanza
- Aprendizaje y evaluación
- Presentación de contenidos
- Bibliografía

### **1. Antecedentes | De los Proyectos de Diseño al Emprendimiento**

- Estudio de casos
- Antecedentes
- La idea
- El diseño del producto
- El plan de negocios
- Roles del Diseñador y/o Arquitecto

### **2. La gestión empresarial | Modelo de negocios**

- Principios de Estrategia y Gestión empresarial
- Propuesta de valor, concepto de costo y factibilidad
- Mercado, demanda, oferta y competencia
- Innovación – Desarrollo de Productos
- Gestión de clientes – Marketing

### **3. Liderazgo y desempeño | Capital humano**

- Liderazgo en la era del conocimiento
- Gestión estratégica y operacional
- Procesos de negocio
- Organización y competitividad
- Gestión del talento
- Responsabilidad social

### **4. Gestión estratégica de los procesos | Gestión financiera**

- Operaciones – Producción
- Desempeño – calidad
- Valor tiempo del dinero

- Rentabilidad y riesgo
- Inversiones y financiamiento

## 5. Plan de Negocios | Proyecto de Inversión

- Perspectiva Estratégica
- Componente Comercial
- Componente Técnica
- Componente Financiera
- Componente Social

## 6. Trabajo Final | Conclusiones

- Definición de Proyecto de Trabajo de fin de curso
- Formulación de cada componente del Plan de Negocios
- Seguimiento de trabajos y reafirmación conceptos teóricos
- Presentación y Defensa del Trabajo Final del semestre

### Metodología de enseñanza:

- Incorporación de conocimientos básicos acerca de los proyectos de inversión y el emprendedurismo.
- Integración de las perspectivas que el diseñador conjuga, mediante el trabajo en equipo para la transformación de un diseño en un proyecto viable en su contexto.
- Concepción del proyecto, aplicación de los conocimientos teóricos, técnicos, económicos y sociales y los impactos e influencias múltiples de los mismos en un escenario real.
- Aprendizaje de las técnicas de proyecto de inversión, marketing y financiamiento para comprender la transformación de la idea en el emprendimiento.
- Capacidad de formulación de un «Plan de Negocios»
- Evaluar su viabilidad y la factibilidad de su concreción.

### Formas de evaluación:

- Evaluación de las presentaciones y trabajos intermedios 40%
- Evaluación del Trabajo Final en equipos (fin semestre) 60%

### Bibliografía básica:

Texto guía del curso: Materiales del curso aportados por la cátedra, disponibles en el Blog del curso:

- <http://gestioneuclid.blogspot.com.uy/>

Textos auxiliares:

- Inicie su Negocio Plan de Negocio. OIT 2005 ISBN 92-2-117458-1
- Guía para plan de Negocios – Uruguay Fomenta. www.uruguayfomenta.com.uy
- Writing a Business Plan: The Basics. Harvard B. Press. 2005
- Porter, Michael, Estrategia Competitiva. 20ª reimpresión. México: CECSA, 1995. ISBN 968-26-0349-8
- Porter, Michael, Ser competitivo. Deusto. 2009. ISBN 8423426955, 9788423426959
- Lambin, Jean Jacques. Marketing Estratégico. McGraw Hill España 1995. ISBN 84-481-1611-9
- Kim – Mauborgne. La Estrategia del Océano Azul. Editorial NORMA. Año 2005. Páginas 332, Idioma Español. ISBN 9580488398
- Prahalad, C. K. La fortuna en la base de la pirámide. Granica 2005 España ISBN 84-7577-734-1.
- Tom Peters Re-imagina. Publisher: Alhambra Editorial (June 30, 2005)
- Mario Borghino. Innovar o morir. Ed. Random House Mondadori, Mexico.
- BID. Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas. <http://www.iadb.org/ove/spbook/lamatrix.htm>.
- PROJECT MANAGEMENT INSTITUTE, INC. Fundamentos para la Dirección de proyectos (Guía del PMBOK®) 4ª. Edición. ISBN: 978-1-933890-72-2.