



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ARTES PLÁSTICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN
DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

Laboratorio de Administración y Gestión de Proyectos

Clave:	Semestre: 7°	Campo de conocimiento: Desarrollo Profesional	No. Créditos: 3
Carácter: Obligatoria		Horas	Horas por semana
Tipo: Teórico-Práctica		Teoría: 1	Práctica: 1
		2	32
Modalidad: Laboratorio		Duración del programa: 16 semanas	

Seriación: No (x) Sí () Obligatoria () Indicativa ()

Asignatura antecedente: Ninguna

Asignatura subsecuente: Ninguna

Objetivo general:

Analizar e identificar los fundamentos básicos en el ámbito de administración, economía y políticas para el desarrollo de proyectos de diseño como estructura de la gestión del diseño.

Objetivos específicos:

1. Identificar los conceptos y elementos básicos que conforman la administración del diseño
2. Integrar los conceptos básicos para la administración de proyectos de diseño.
3. Identificar las características que conforman y confluyen en la gestión del diseño.
4. Analizar los contextos y elementos integradores que determinan la gestión del diseño.
5. Distinguir la estructura de las proyecciones en la gestión del diseño.
6. Evaluar las decisiones determinantes para el desarrollo de la gestión del diseño.

Índice Temático

Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Administración para el diseño	4	4
2	Fundamentos teóricos de la gestión en diseño	4	4
3	Gestión del diseño	4	4
4	Gestión del diseño en proyectos empresariales	4	4
Total de horas:		16	16
Suma total de horas:		32	

Contenido Temático	
Unidad	Temas y subtemas
1	<p>Administración para el diseño</p> <p>1.1. Antecedentes y origen de la administración.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.1.1 Concepto de administración.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.1.2 Definición de administración.</p> <p>1.2. Conceptos básicos de administración.</p> <p>1.3. Elementos distintivos de la administración.</p> <p>1.4. Propósitos y fines de la administración.</p> <p>1.5. Administración del diseño gráfico.</p> <p>1.6. Habilidades directivas del diseño gráfico.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.6.1 Constitución de la empresa.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.6.2 Procesos contables.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.6.3 Procesos de producción.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.6.4 Consideraciones legales.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.6.5 Ética profesional.</p> <p>1.7. Estructura administrativa del diseño gráfico.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.7.1 Director de arte.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.7.2 Jefe de Taller.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.7.3 Jefe de producción.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.7.4 Senior.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.7.5 Junior.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.7.6 Desktop.</p> <p>1.8. Dirección de proyectos de diseño.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.8.1 Proyección.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.8.3 Planeación.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.8.4 Organización, control y desarrollo.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.8.5 Ejecución.</p> <p style="padding-left: 20px;">1.8.6 Evaluación.</p>
2	<p>Fundamentos teóricos de la gestión en diseño</p> <p>2.1. Definición de diseño.</p> <p>2.2. Definición de diseño gráfico y diseño y comunicación visual.</p> <p>2.3. El nuevo contexto del diseño.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.1 Cultura y sociedad del diseño.</p> <p style="padding-left: 20px;">2.3.2 Economía y política del diseño.</p> <p>2.4. Definición de la gestión del diseño.</p> <p>2.5. Lo sustentable del diseño.</p>
3	<p>Gestión del diseño</p> <p>3.1. El producto en la gestión del diseño.</p> <p>3.2. La estrategia del producto gráfico.</p> <p style="padding-left: 20px;">3.2.1 El diseño de la empresa.</p> <p style="padding-left: 20px;">3.2.2 Gestión en la empresa de diseño (diseño tangible e intangible).</p> <p>3.3. La creatividad e innovación.</p> <p>3.4. Tipos de empresa.</p> <p style="padding-left: 20px;">3.4.1 Empresario del diseño.</p> <p style="padding-left: 20px;">3.4.2 Ideas de inicio.</p> <p style="padding-left: 20px;">3.4.3 Evaluación de la oportunidad.</p> <p style="padding-left: 20px;">3.4.4 Propuesta de empresa.</p> <p style="padding-left: 20px;">3.4.5 Formas legales de organización.</p>

	3.3.6 Procedimiento de altas en hacienda.
4	Gestión del diseño en proyectos empresariales 4.1. La gestión estratégica. 4.2. Los procesos operativos del diseño. 4.3. Producción y logística del proyecto y planeación del diseño. 4.4. Los procesos administrativos operativos. 4.5. Globalización, mercados y empresas. 4.6. Nociones básicas para emprendedores.

Bibliografía básica:

- Albors, J. (1999). Comportamiento organizativo y gestión. España: Alfaomega.
- Amaru, A. (2008). Administración para emprendedores, Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. México: Pearson Educación.
- Amat, M. (2000). Control de gestión. Barcelona: Gestión 2000.
- Bayley, S. (2009). Diseño: inteligencia hecha materia. Barcelona: Naturart.
- Belausteguigoitia, I. (2010). Empresas familiares. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Berastain, L. (2009). Aprender a Innovar en una PYME. España: Paidós.
- Burstein, S. (1995). Gestión de proyectos. Barcelona: Gustavo Gili.
- Casa, R. (1997). Gobierno Academia y Empresas en México: Hacia una nueva configuración de relaciones. México: UNAM Plaza y Valdés.
- Castellanos, O. (2012). Retos y nuevos enfoques en la gestión de la tecnología y el conocimiento. Colombia: Universidad Nacional de Colombia.
- Fernández, E. (2005). Dirección estratégica de la empresa: fundamentos y puesta en práctica. Madrid: Delta.
- Galán, L. (2010). Productividad y competitividad de empresas de base tecnológica: un enfoque para incubación. Colombia: Corporación Bucaramanga.
- Gasca, M. (2012). Aprendiendo a ser empresario. México: Varios PYMES GOB.
- Gray, C. (2012). Administración de proyectos. México: Mc Graw Hill.
- Hidalgo, A. (2008). La Gestión de la Innovación y la Tecnología en las Organizaciones. España: PIRAMIDE.
- Hidalgo, A. (2001). Dirección de Empresas Pequeñas y Medianas en el siglo XXI. España: PIRAMIDE.
- Hitt, M. (2007). Administración estratégica: competitividad y globalización: conceptos y casos. México: Cengage Learning.
- Kotler, P. (2006). Dirección de marketing. México: Pearson Educación.
- Leon, J. (1996). Los efectos de la publicidad. Barcelona: Ariel.
- Madretta, J. (2001). La administración en la nueva economía: nuevas perspectivas. México: Oxford University Press.
- Nikolaus, B. (2000). Dinero y negocios en la historia de América Latina. Madrid: Iberoamericana.
- Ochoa Setzer, G.A. (2007). Administración financiera. México: McGraw-Hill.
- Pereña J. (1996). Dirección y gestión de proyectos. Madrid: Días de Santos.
- Pradilla, H. (2002). Incubadoras de empresas de base tecnológica. Colombia: Universidad Industrial de Santander, UIS.
- Riveros, É. (2010). Bases conceptuales para establecer indicadores de gestión sostenible y asociatividad: un aporte a la competitividad de las PYME desde el desarrollo sostenible. Colombia: Fundación Universitaria Los Libertadores.
- Rojo, M. (2002). Dirección gestión empresas. México: Alianza.
- Varios. (2009). Entorno y Gestión de la Empresa Familiar una perspectiva internacional. Colombia: Universidad de La Salle.
- Varios. (2012). Incubadora de empresas en Colombia. Balances y recomendaciones de políticas. Colombia: Universidad del Norte.
- Wheelen, T. y Hunger, J. (2007). Administración estratégica y política de negocios. México: Pearson Educación.

William G. Zikmund. (1997). Investigación de mercados. México: Pearson Educación.	
Bibliografía complementaria:	
Amaru Maximiano, A. C. (2008). Administración para emprendedores: Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios. México: Pearson Educación.	
Ansoff, I. y McDonnell, E. (1997). La dirección estratégica en la práctica empresarial. México: Pearson Educación.	
Arancés, A. (2006). Estrategia y planes para la empresa. México: Pearson Educación.	
Arens, W. (2012). Publicidad. México: Mc Graw Hill.	
Cañeque, H. (2008). Alta creatividad: Guía teórico-práctica para producir la innovación y el cambio. México: Pearson Educación.	
Figuroa Bermúdez, R. (1999). ¿Cómo hacer publicidad? Un enfoque teórico-práctico. México: Pearson Educación.	
Francés, A. (2006). Estrategia y planes para la empresa. México: Pearson Educación.	
Fred, R. (2012). Administración Estratégica. México: Pearson Educación.	
Gómez, L.R. y Balking, D. (2005). Administración. Bogotá: McGraw-Hill.	
Kaufmann, A. (1998). Creatividad y gestión empresarial. España: Alianza.	
Kotler, P. y Lane, K. (2012). Dirección de marketing. México: Pearson Educación.	
Lane Keller, K. (2008). Administración estratégica de marcas. México: Pearson Educación.	
Lewicki, R. (2012). Fundamentos de negociación. México: Mc Graw Hill.	
Lundgren, E. (1986). Dirección organizativa. México: Diana.	
Pavón, J. (1996). Gestión e innovación. España: Alianza.	
Russell, J., Whitehill, K. y Ronald, W. (2005). Kleppner Publicidad. México: Pearson Educación.	
Schiffman, L.G. y Lazar Kanuk, L. (2010). Comportamiento del consumidor. México: Pearson Educación.	
Thomas L. Wheelen y Hunger, J.D. (2007). Administración estratégica y política de negocios. México: Pearson Educación.	
Sugerencias didácticas:	Mecanismos de evaluación del aprendizaje:
Exposición oral (x)	Exámenes parciales (x)
Exposición audiovisual (x)	Examen final escrito (x)
Ejercicios dentro de clase (x)	Trabajos y tareas fuera del aula (x)
Ejercicios fuera del aula (x)	Exposición de seminarios por los alumnos ()
Seminarios ()	Participación en clase (x)
Lecturas obligatorias (x)	Asistencia (x)
Trabajo de investigación ()	Seminario ()
Prácticas de Laboratorio-Taller o laboratorio (x)	Otras: Evaluación de proyectos ()
Prácticas de campo ()	
Otras: Aprendizaje Basado en Proyectos ()	
Perfil profesiográfico:	
Licenciado en Diseño Gráfico, Licenciado en Diseño y Comunicación Visual, con experiencia docente y laboral dentro del campo del diseño, con conocimientos en producción, artes graficas, administración, gestión, consultoría, mercadotecnia y publicidad.	