



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

Vinculación y Producción del Diseño en el Contexto Profesional

Clave:	Semestre: 8º	Campo de conocimiento: Desarrollo Profesional	No. Créditos: 3
Carácter: Obligatoria		Horas	Horas por semana
Tipo: Teórico-Práctica		Teoría: 1	Práctica: 1
Modalidad: Laboratorio		Duración del programa: 16 semanas	
		2	32

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

Asignatura antecedente: Ninguna

Asignatura subsecuente: Ninguna

Objetivo general:

Analizar y aplicar estrategias para la producción de proyectos de diseño y comunicación visual vinculados con el sector productivo para promover la formación de una micro empresa de diseño y comunicación visual.

Objetivos específicos:

1. Desarrollar un diagnóstico del tipo de proyecto de diseño a realizar.
2. Analizar todos los factores que intervienen en un diagnóstico de probabilidades.
3. Identificar una serie de empresas de enlace.
4. Promover la formación de convenios y vínculos empresariales adecuados para el desarrollo de proyectos de diseño.
5. Conformar una micro empresa de diseño y comunicación visual.

Índice Temático

Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Diagnóstico del proyecto de diseño	4	4
2	Ámbito profesional	4	4
3	Vinculación con el sector empresarial e industrial	4	4
4	Desarrollo del proyecto de diseño para los convenios	4	4
Total de horas:		16	16
Suma total de horas:		32	

Contenido Temático	
Unidad	Temas y subtemas
1	Diagnóstico del proyecto de diseño 1.1 Diagnósticos administrativos y empresariales. 1.2 Diagnósticos en áreas de trabajo. 1.3 Diagnósticos en recursos humanos. 1.4 Diagnósticos en mercadotecnia. 1.5 Diagnósticos en finanzas. 1.6 Diagnósticos en información y producción.
2	Ambito profesional 2.1 Detección de empresas con necesidades de diseño. 2.2 Identificación de las necesidades de diseño por el sector empresarial e industrial, públicos o privados. 2.3 Determinación del tipo de plan de negocios de diseño a ofertarse.
3	Vinculación con el sector empresarial e industrial 3.1 Creación de convenios para desarrollos de proyectos de diseño y comunicación visual. 3.2 Creación de convenios para soluciones a problemáticas de diseño y comunicación visual.
4	Desarrollo del proyecto de diseño para los convenios 4.1 Delimitación del proyecto de diseño dentro del convenio establecido. 4.2 Delimitación de derechos y obligaciones del proyecto dentro del convenio establecido. 4.3 Identificación y estimación de los requerimientos financieros. 4.4 Determinación del control y administrativo del proyecto de diseño. 4.5 Proyección y planeación del proyecto. 4.6 Ejecución del proyecto de diseño. 4.7 Evaluación del proyecto de diseño. 4.8 Producción del proyecto de diseño. 4.9 Finalización del proyecto de diseño.

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.
 León, 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.
 Figueroa 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.

Sugerencias didácticas:

Exposición oral	(x)
Exposición audiovisual	(x)
Ejercicios dentro de clase	(x)
Ejercicios fuera del aula	(x)
Seminarios	()
Lecturas obligatorias	(x)
Trabajo de investigación	(x)
Prácticas de Laboratorio-Taller o laboratorio	()
Prácticas de campo	()
Otras: Aprendizaje basado en proyectos	(x)

Mecanismos de evaluación del aprendizaje:

Exámenes parciales	(x)
Examen final escrito	(x)
Trabajos y tareas fuera del aula	(x)
Exposición de seminarios por los alumnos	()
Participación en clase	(x)
Asistencia	(x)
Seminario	()
Otras: Evaluación de proyecto	(x)

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 gráficas, administración, gestión, consultoría, mercadotecnia y publicidad.