



Programa ECONOMÍA Y GESTIÓN

1. DATOS GENERALES

	DISEÑO		
CARRERA/S	DISEÑO GRÁFICO Y DISEÑO INDUSTRIAL		
PLAN DE ESTUDIOS ORD. N°	Ord 02/06 Ord 04/06		
ESPACIO CURRICULAR	ECONOMÍA Y GESTIÓN		
RÉGIMEN	Anual	CURSO	4° año
CARGA HORARIA TOTAL	84 hs Presencial: 59 hs Virtual: 25 hs	CARGA HORARIA SEMANAL	3 hs
FORMATO CURRICULAR	Teórica-Aplicada		
AÑO ACADÉMICO	2024	CARÁCTER	Obligatorio
CORRELATIVIDADES PARA EL CURSADO	Debe tener aprobada: DISEÑO DE PRODUCTOS I / DISEÑO GRAFICO I Debe tener regular: DISEÑO DE PRODUCTOS II/DISEÑO GRAFICO II/SOCIOLOGIA APLICADA AL DISEÑO		
CORRELATIVIDADES PARA LA EVALUACIÓN	DISEÑO DE PRODUCTOS II/DISEÑO GRAFICO II/SOCIOLOGIA APLICADA AL DISEÑO		
EQUIPO DE CÁTEDRA	PROF TITULAR MGTER CLAUDIA CABUT JTP DIS. IND. PROF MARCELA ZAKALIK Por Ext DIS IND. DANIELA LOREFICE		
HORARIOS DE CLASE	JUEVES de 10 a 12hs		
HORARIOS DE CONSULTA	MIERCOLES 9:30 HS A 10:30 HS JUEVES: 12:00HS A 13:00HS (en cursado) 10:00hs A 11:00hs (cuando no hay cursado)		
MOVILIDAD ESTUDIANTIL	Sí acepta		

2. FUNDAMENTACIÓN

El diseñador como profesional que busca dar respuesta a necesidades de las personas a través de objetos, información, ideas, formando parte de la actividad económica. Es por ello, que es necesario que el alumno identifique la posición que ocupa la profesión dentro del proceso económico y la influencia que ejerce o puede ejercer como actor fundamental en dicho proceso, su impacto directo en la calidad de vida de la sociedad, como así también reflexione y adopte una postura ética personal.

Para emprender y actuar se debe conocer la forma en que los individuos y la sociedad actúan, las relaciones y redes que se construyen, el intercambio, la valoración, el trabajo, las necesidades los deseos. Asimismo adquirir capacidades para administrar gestionar y abordar una realidad compleja y poder intervenirla

Se enfrenta al alumno a problemas actuales que requieren interpretación para realizar propuestas de solución a través del diseño y bajo principios económicos y de gestión en la satisfacción de nuevas necesidades

Como aporte en la búsqueda de soluciones en la satisfacción de las necesidades humanas se concibe al del diseño como factor de desarrollo, como actividad de innovación capaz de articular tanto los aspectos materiales y simbólicos, como los productivos y comerciales, contribuyendo a una diversidad de dimensiones: volumen de ventas, apertura de nuevos mercados, percepción de marca, reducción de costos, impacto ambiental, mejora de la calidad entre otros.

3. COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

GENERALES:

Los estudiantes deben ser capaces de:

1. Identificar problemas, analizarlos de manera crítica, proponer soluciones creativas, efectivas y tomar decisiones concientes y responsables
2. Trabajar de manera efectiva en equipo, colaborando con otros para lograr objetivos comunes
3. Priorizar los principios éticos en la aplicación de los principios económicos y de gestión en diseño para un desempeño profesional social y económicamente responsable

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Los estudiantes deben ser capaces de:

1. Comprender y analizar los conceptos básicos económicos de manera crítica y reflexiva, aplicando el diseño en la búsqueda de soluciones para tomar decisiones informadas y responsables en el ámbito empresarial y social
2. Aplicar la innovación y la creatividad para desarrollar soluciones de diseño a los problemas económicos que sean viables, gestionables y con un impacto social positivo
3. Desarrollar un emprendimiento relacionado con el diseño, implementarlo gestionarlo obteniendo resultados exitosos
4. Identificar y calcular costos gastos ingresos y flujos de fondos de proyectos de diseño

4. SABERES (Ejes/Módulos/Unidades)

EJE 1: CONCEPTOS BÁSICOS DE ECONOMÍA	1. Ciencia económica. Variables Costo de oportunidad Frontera de Posibilidades 2. Agentes económicos. Circuito económico Contexto 3. Microeconomía Demanda. Oferta Variables. 4. Macroeconomía Concepto Variables
EJE 2: MERCADO	1. Mercado. Concepto. Competencia. Cooperación. Distintas clasificaciones 2. Competencia Perfecta. Supuestos Equilibrio 3. Competencia Imperfecta Tipos 4. El diseño industrial en los diferentes mercados
EJE 3: CREATIVIDAD INNOVACION SOSTENIBILIDAD	1. Economía Creativa. Industrias culturales. Importancia. Posicionamiento del diseño. Proyección. 2. Sustentabilidad. Concepto. Impacto en la economía Importancia del diseño 3. Economía Circular. Reutilización 4. Sostenibilidad y ciclo de vida del producto
EJE 4: COSTOS	1. Costos definición Clasificación 2. Costos de producción; producto, servicio 3. Estrategias de costos Ciclo de vida del producto 4. Presupuestación en diseño
EJE 5: PROYECTO DE NEGOCIOS. PARTE I	1. Plan de negocio Descripción Partes que lo componen 2. Introducción al Modelo Canvas 3. Investigación de Mercado Instrumentación
EJE 6: PROYECTO DE NEGOCIOS. PARTE II	1. Desarrollo de planes estratégicos y operativos. 2. Consideración de aspectos financieros, recursos humanos y riesgo 3. Práctica Final

5. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS

Se plantea la organización de las clases cómo teórico prácticas, abordando el análisis individual y grupal de los diferentes temas a través de :

-Estrategias que promueven la comprensión mediante la organización de la información: infografías, cuestionarios, analogías.

-Estrategias grupales. Debates, investigación, resolución de prácticos

-Metodologías activas para contribuir al desarrollo de competencias proyectos, estudio de casos

6. PROPUESTA FORMATIVA VIRTUAL

Espacios curriculares teóricos: hasta el 30 % de su carga horaria en modalidad virtual

Espacios curriculares prácticos: hasta el 10 % de su carga horaria en virtualidad

DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA FORMATIVA VIRTUAL:

Se abordará la formación en cada uno de los ejes, complementada con una instancia virtual individual y grupal que permita cumplir con el objetivo de desarrollo de competencias de los alumnos. El aula virtual es una herramienta valiosa para complementar la enseñanza presencial y brindar a los alumnos acceso a recursos adicionales y una mayor flexibilidad en su aprendizaje. Está disponible para que cada estudiante ingrese con autonomía y administre sus tiempos de estudio. Por ello, cuenta con las clases y toda la información que necesita para llevar adelante la experiencia de aprendizaje en el entorno virtual.

La combinación de bibliografía digital, videos temáticos específicos y clases virtuales refuerza los diálogos presenciales y fomenta la reflexión, permitiendo a los estudiantes construir su propio entendimiento y posicionamiento. Además, los cuestionarios interactivos brindan oportunidades de evaluación y aprendizaje.

EVALUACIÓN DE LA ACTIVIDAD VIRTUAL.

1. Control de entradas al Aula.
2. Cuestionarios.
3. Control de lecturas.

7. EXTENSIÓN (Podrá consignar actividades de Prácticas socio-educativas, Semana de las Artes y el Diseño y otros proyectos de vinculación, articulación, prácticas en territorio, etc. relacionadas con la propuesta de la cátedra)

Se plantea una práctica socioeducativa a través de dos temáticas que serán a elección de los alumnos.

Consumo sostenible: con instituciones provinciales se realizará una transferencia de las mismas sobre los principales conceptos de consumo sostenible y el impacto en el medio ambiente en la economía y en la vida de la comunidad. Los alumnos abordarán el tema de la comunicación y concientización de este tema en distintos ámbitos sociales. Análisis en clase, del impacto económico y social.

Costos para micro emprendedores: con asociación de microemprendedores, se tomará microemprendimientos que requieran análisis de costos y uso eficiente de materiales.

La asociación brindará conocimiento y experiencia de los microemprendedores y sus principales problemáticas.

8. EVALUACIÓN

Criterios de evaluación	
Acreditación	Examen final Según normativa vigente



Criterios de acreditación	Se contempla la exigencia de un examen parcial con un recuperatorio, elaboración y exposición de un proyecto final. Asimismo, se realizarán prácticos en cada tema en forma grupal con evaluación permanente, periódicamente controles de lectura de bibliografía propia de cada uno de los temas Los contenidos temáticos de las evaluaciones guardarán relación con el grado de avance en el desarrollo de la materia a la fecha de cada una de ellas, siendo posible la reiteración de temas. Las instancias de evaluación serán escritas y como pauta general para su aprobación se exigirá un puntaje de 60%(según Ord 108/10 del C.S.). . Alumno regular: • Tener aprobados el 100% de los trabajos prácticos, para cumplir dicha condición se deberá asistir a la clase práctica y entregar el práctico. 80% de asistencia. • Tener aprobado examen parcial se informará oportunamente la modalidad • Aprobar el Proyecto Final (incluye: desarrollo, presentación y exposición) . Alumno no regular: • Al menos tener aprobado el 50% de los trabajos prácticos y haber rendido el parcial. Alumno libre: • Que haya cursado y quedado regular o no regular y se le haya vencido por el tiempo transcurrido. Evaluación final • La persona con condición de regular rinde un examen oral o escrito. • La persona con condición de no regular rinde un examen escrito teórico- práctico sobre contenidos básicos, el que se deberá aprobar para pasar a un examen oral o escrito.
---	--

7. BIBLIOGRAFÍA (Según Normas APA)

BIBLIOGRAFÍA (Según Normas APA)

BILANCIO, Guillermo 2012 Marketing las ideas, el conocimiento y la Acción. Buenos Aires BRAIDOT, NÉSTOR P 2002 Nuevo Marketing Total. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Macchi.

BITRAGO RESTREPO FELIPE, DUQUE MÁRQUEZ IVÁN. 2013. La economía Naranja Una oportunidad infinita. Colombia: BID,

BULAT, Tomás. 2013 "Economía descubierta". (Buenos Aires, Ediciones B,

CHIAVENATO, Idalberto. 2008 "Introducción a la Teoría General de la Administración", Cuarta edición (McGraw-Hill,). (MB)

DAFT, Richard, Administración 2004 México, (Thompson Editores SA,),

DE BONO EDWARD. 2010. El Pensamiento Lateral, Manual de Creatividad Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós,

DE BONO EDWARD. 2010 Ideas para Profesionales que Piensan Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós,

FISCHER, Stanley; DORNBUSCH, Rudijer y SCHMALENSEE, Richard 1989 "Economía", Segunda Edición. (Madrid, Mc Graw-Hill,)

KOONTZ, Harold y WEIHRICH. 1998 "Administración" trad. S De Allub y otros. 11º Edic. (México, Mc Graw-grill,)

- Lipsey, R. G., & Chrystal, K. A. (1999). Economía Positiva
- Rodríguez Morales, G. (sin fecha). Manual de Diseño Industria Rodríguez.
- Ramos Watanave, E., López Pérez, B. E., Zafra Ballinas, A., Revueltas Valle, J. S., Valdez Vargas, C., & Bárcenas Sánchez, V. (2012). Marco teórico en el diseño industrial. En F. J. Gutiérrez-Ruiz (Ed.), Conceptos clave para la formación del Diseñador Industrial
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG GARY. "Marketing". 8º Edition.(Pearson Prentice hall)
- MOCHON, Francisco y BEKER, Víctor A. 2008 Economía: Principios y Aplicaciones Buenos Aires, Mc Graw-grill
- OSTERWALDER, ALEXANDER 2011- Generación de modelos de negocio Madrid Grupo Planeta,
- PIAZZA, Jorge. 2001 "Cómo presupuestar en diseño". Buenos Aires (Commtools)
- PORTER, Michel. 1980 "Estrategia competitivas". (México, Continental,)
- ROBBINS, Stephen y COULTER, Mary. 2000. "Administración". México Prentice Hall. 6a.edición.
- SAMUELSON, P.; NORDHAUS. 2005 "Economía"; 18ª Edición. Mc. Graw Hill, SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, 2003 "Preparación y evaluación de proyectos de inversión". 4ª Edición. México, Mc Graw-Hill
- V RODRÍGUEZ VÁZQUE 2015 Economía colaborativa, hacia un nuevo sistema económico - 2018 - dspace.uib.es
- ZAPATA, Juan Antonio, MENDOZA, Valeria y ZEBALLOS, Alberto: 2006 Economía (Facultad de Ciencias Económicas, UNC, editorial Crear
- BACA URBINA, Gabriel. 2001 "Evaluación de proyectos". 4ª Edición (México, Mc Graw-Hill,)
- BEST, Kathryn. 2010 "Fundamentos del management del diseño". (Malaysia, Parramón,) FISCHER, Stanley; DORNBUSCH, Rudijer y SCHMALENSEE, Richard. 1989 "Economía", Segunda Edición.(Madrid, Mc Graw-Hill,)
- BULAT, Tomás. "Economía descubierta". (Buenos Aires, Ediciones B, 2013)
- CHIAVENATO, Idalberto. "Introducción a la Teoría General de la Administración", (México, Mac Graw-Hill, 1984)
- KOONTZ, Harol y WEHRICH. "Administración" trad. S De Allub y otros. 11ª Edic. (México, Mc Graw- gill, 1998)
- PORTER, Michel. "Estrategia competitivas". (México, Continental, 1980)
- BEST, Kathryn. "Fundamentos del management del diseño". (Malaysia, Parramón, 2010)
- KOTLER, Philip y ARMSTRONG GARY. "Marketing". 8ª Edición. (Pearson Prentice hall) SAPAG CHAIN, Nassir y SAPAG CHAIN, Reinaldo, "Preparación y evaluación de proyectos de inversión". 4ª Edición. (México, Mc Graw-Hill) 2012, Cengage Learning 2014. Solari, Daniel. Introducción a la Economía y Samuelson y Nordhaus, 2010 Economía. McGraw Hill.
- De Santis, G. Introducción a la Economía Argentina. 2014 Una visión desde la periferia. Editorial de la UNAJ.. <https://www.economiasolidaria.org/biblioteca/la-economia-social-y-solidaria-y-el-retodeldesarrollosostenible>