



CARRERA:	110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.
DOCUMENTO:	Programa del curso AP8004.
CURSO:	AP8004 Administración de las Artes.
GRUPO:	01.
MODALIDAD:	Virtual
REQUISITO:	AP8001 Taller Especializado I.
CREDITOS:	02 créditos.
NIVEL:	X nivel.
HORARIO DE CLASE:	Martes de 17:00 a 20:50
HORAS CONTACTO:	04 horas sincrónicas o asincrónicas
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	04 horas semanales, cuanto menos.
HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTADO:	cita previa plataforma Zoom
CICLO LECTIVO:	II Ciclo Lectivo 2021
PROFESOR:	Carolina Parra Thompson
email:	carolina.parrathompson@ucr.ac.cr

Nota: Ante la emergencia sanitaria del COVID-19. El curso se impartirá de manera sincrónica y asincrónica a través de la plataforma Institucional Mediación Virtual. En el entorno virtual del curso se proporcionarán indicaciones y guías para el desarrollo del curso, además de una selección de lecturas y material audiovisual de consulta que servirán de apoyo didáctico para las discusiones y desarrollo de proyectos a lo largo del semestre.

DESCRIPCIÓN DEL CURSO

En la actualidad, cualquier profesional debería complementar sus conocimientos con la administración, rama básica para la competitividad que las organizaciones del siglo XXI requieren. En esta asignatura, el estudiante somete sus proyectos a las condiciones del mercado, mientras adquiere destrezas y conocimientos que le permiten elaborar propuestas competitivas y acordes con las condiciones imperantes que el mercado exige.

Las últimas tendencias en administración abogan por una apertura del conocimiento en campos distintos a la base profesional, para vincular los conocimientos primarios con aquellos más panorámicos, por ejemplo el mercadeo, los recursos humanos, las relaciones interpersonales y las habilidades blandas.

Este curso busca contribuir a que los nuevos diseñadores afronten este reto y ayuden a mejorar las comunicaciones visuales mediante la administración, el mercadeo, el emprendedurismo y la gestión de proyectos en su actividad profesional.

La administración actual se respalda en el conocimiento de ramas que se relacionan activamente con el quehacer diario de las organizaciones, como el marketing y la publicidad, pues se consideran factores imprescindibles para responder a los retos de la globalización.



OBJETIVO GENERAL

Identificar las bases de la administración actual y las ramas que la complementan, mediante el estudio teórico y práctico para el mejoramiento en el mercado laboral de los diseñadores gráficos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Acercar al estudiante al mundo laboral mediante experiencias, ejercicios y estudios de caso de la administración actual, con el fin de prepararlo a enfrentarse de manera competitiva en el mercado.
2. Motivar al estudiante al emprendedurismo y liderazgo mediante la resolución de problemas para que sea un profesional competitivo en el mercado laboral.
3. Descifrar la importancia de la ciencia de la administración mediante el estudio teórico y el análisis de casos para la implementación correcta de proyectos futuros.
4. Conocer las estrategias de mercadeo más adecuadas mediante el análisis y la comparación de casos y campañas para la mejor captación y fidelización de públicos.
5. Detectar los aspectos más aptos para la gestión de proyectos mediante la puesta en marcha de ejercicios teóricos y prácticos.

CONTENIDOS

A través del desarrollo de cinco temas generales, este curso conjuga ejes proyectuales, del conocimiento y tecnológicos, para que el estudiante asimile de manera organizada e integral los objetivos del mismo.

Tema 1: perspectivas laborales.

- Currículum Vitae.
- *Book* o carpeta de trabajo.
- *Self marketing*.
- Estructura general de costos de proyectos.
- Cotización y presupuesto.
Orden de compra.
- Compensación laboral.
- Entrevista de trabajo.
- Contratos, licitaciones, concursos, planilla y servicios profesionales.
- Dirección General de Tributación y Ministerio de Hacienda.
- Becas de estudio en el exterior.



Tema 2: emprendedurismo.

- Liderazgo, emprendedurismo y gestión del conocimiento.
- Toma de decisiones.
- Especialización, habilidades interpersonales (capacidad de escucha, trabajo en equipo), aptitudes, actitudes y diversificación del trabajo.
- Comunicación oral y escrita.

Tema 3: administración.

- Principios básicos de administración.
- Funciones administrativas: planeación, organización, integración de personal, dirección y control. Teorías de la organización.
- Organigrama: contenido y ventajas.
- Proceso administrativo: eficacia, eficiencia, calidad total, *benchmarking*, servicio al cliente, reingeniería. Macroambiente, ambiente competitivo, ventaja competitiva, incertidumbre ambiental.
- Marco estratégico: misión, visión, valores (institucionales y personales) y objetivos.
- Políticas de la organización.
- Estrategia empresarial.
- Comportamiento organizacional.
- Centralización y descentralización (producción autogestionada y tercerización de servicios).

Tema 4: mercadeo.

- Mezcla de mercadeo: cliente, costo, conveniencia y comunicación.
- DAFO.
- Segmentación de mercado: público meta y comportamiento del consumidor.
- Mapas perceptuales (*perceptual mapping*).
- Servicios de valor añadido.
- Mercadeo sensorial, diseño emocional y *Lovemarks*.

Tema 5: gestión de proyectos.

- El *brief*.
- Diseño rentable y *Low Budget*.
- Producción.
- Herramientas de gestión, medición y evaluación: cuadro de mando integral.



METODOLOGÍA Y ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Este curso se estructura mediante cinco temas generales, los cuales se irán desarrollando de manera articulada y lógica, para que los estudiantes comprendan de la manera más adecuada el vínculo que existe entre la administración y el diseño gráfico. La metodología es participativa, lo que significa un trabajo compartido entre docente y estudiantes, en la cual el aporte del alumnado se considera fundamental para lograr el desarrollo de la temática escogida. Aquí juegan un papel especial el análisis, la discusión y la crítica.

El curso integra, tanto dentro como fuera del aula, clases magistrales, exposiciones grupales e individuales, ensayos, ponencias, visitas y giras, discusiones y demás actividades, las cuales favorecerán una educación constructivista que ayude a los estudiantes a crecer en el campo de la formación académica.

La función del docente es servir de guía facilitador dentro del contexto integral de las asignaciones que llevarán a cabo los estudiantes. Para apoyo a estas, las lecciones contarán con exposiciones y otras actividades didácticas realizadas por el profesor y los estudiantes acerca de temas relacionados con el mundo laboral, el emprendedurismo, la administración de las artes visuales, el mercadeo y la gestión de proyectos.

CRONOGRAMA

Semana	Fecha	Temática	Actividades
1	17 AGO	Clase Sincrónica	Saludo de bienvenida y presentaciones Discusión del programa de curso. Discusión de la temática y actividades del curso.
2	24 AGO	CV y <i>Self marketing</i> .	Elaboración de CV.
3	27 AGO	Clase Sincrónica Guía para optimizar tu CV	Elaboración de CV.
4	31 AGO	CV y <i>Self marketing</i> .	Elaboración de CV creative functional Online
5	7 SET	Story Telling	Simulacro de entrevista.
6	14 SET	Clase Sincrónica Curso Autogestionado online Proinnova VI - UCR	Introducción Ejercicios prácticos Creatividad e Innovación



7	21 SET	Clase Sincrónica Book o carpeta de trabajo. Emprendedurismo. Tutorías Individuales	Inicio de proyecto.
8	28 SET	Principios básicos de administración, teorías de la organización.	Proceso de proyecto.
9	5 OCT	Final Curso Autogestionado online Proinnova VI - UCR	Estudio de Ejercicios prácticos Creatividad e Innovación
10	12 OCT	Semana de la desconexión tecnológica UCR	Proceso de proyecto
11	19 OCT	Start up - Mercadeo Estrategías Auge UCR Gestión del Diseño Mezcla de mercadeo. Estrategías Auge	Proceso de proyecto.
12	26 OCT	Clase Sincrónica DAFO, segmentación de mercado, mapas perceptuales.	Proceso de proyecto.
13	2 NOV	Clase Sincrónica Servicios de valor añadido mercadeo sensorial del diseño Charla propiedad Intelectual Proinnova VI - UCR	Proceso de proyecto. Ejercicio
14	9 NOV	Gestión del Diseño El <i>brief</i> y la producción.	Proceso de proyecto.
15	16 NOV	Diseño rentable y <i>Low Budget</i> .	Proceso de proyecto.
16	23 NOV	Clase Sincrónica Herramientas de gestión	Proceso de proyecto.
17	30 NOV	Evaluación Final	Presentación de proyecto



VALORACIÓN Y APROVECHAMIENTO

El curso se evalúa mediante cinco rubros generales: trabajo en clase, trabajo extraclase (se asignarán trabajos específicos durante el semestre), exposiciones (grupales e individuales), quices y un proyecto que recopile los contenidos vistos durante el semestre. Según el tipo de asignación que corresponda cada semana, se evaluará mediante criterios específicos como la participación, crítica, calidad de las intervenciones, capacidad de análisis, nivel de investigación, contenido capitular, diseño de las presentaciones, diseño, dicción, postura y otros que se indicarán debidamente en una rúbrica para cada asignación. El cuadro a continuación detalla el valor porcentual de cada rubro general.

Trabajo en clase (participación, procesos, motivación, seguimiento, dedicación)	15%
Trabajo extraclase (presentaciones, reportes, lecturas, ensayos)	20%
Documentación Proceso	30%
Exposiciones	15%
Proyecto Final	20%
TOTAL	100%

NORMAS DEL CURSO

Ante la imposibilidad de incluir en el programa todos los aspectos que afecten el desarrollo y evaluación del mismo, se hace necesario aclarar que es responsabilidad del estudiantado mantenerse informado sobre las indicaciones e instrucciones referentes a la presentación de proyectos y posibles cambios en temática, objetivos y actividades programadas en todo el desarrollo del curso.

Si un estudiante goza de una incapacidad médica o enfrenta una situación personal que amerite ser considerada, este debe comunicarlo al profesor con la mayor brevedad posible.

La fecha y hora de inicio de evaluación, examen o entrega de proyectos será anunciada con al menos una semana de anticipación. La presentación tardía de proyectos para evaluación afecta la nota en -2% del porcentaje total a evaluar, o sea, la nota máxima sería de un 8 sobre 10. Las asignaciones y proyectos que no sean entregados durante el período lectivo correspondiente (fecha única) reciben una calificación de cero, sin excepción alguna, en caso de alguna situación especial debidamente justificada. No obstante, si son presentadas posteriormente son objeto de revisión y



crítica, si el estudiante así lo desea. A la hora de inicio de la evaluación, los proyectos deberán estar debidamente presentados, ordenados e identificados en el espacio correspondiente. No se recibirán proyectos para ser evaluados cuyo proceso no haya sido conocido durante el curso. Cuando un estudiante no asista personalmente a una clase para la presentación de proyectos y asignaciones, debe hacer llegar estos en la fecha y horas establecidas para su entrega. Durante el proceso de evaluación podrán ser invitados profesores de la Sección de Artes Plásticas u otros profesionales del área, su participación se basa en recomendaciones para mejorar el trabajo del estudiante y desarrollo del curso. El estudiante debe guardar y documentar todos los trabajos realizados durante el semestre en una carpeta para presentarla al profesor en el momento que sea necesario de manera digital. El estudiantado debe saber que, según el Reglamento de orden y disciplina de los estudiantes de la Universidad de Costa Rica, existen faltas y sanciones relacionadas con su comportamiento y con el cumplimiento de los rubros de evaluación de los cursos, siendo el plagio una falta muy grave sancionada con la suspensión como estudiante regular con no menos de seis meses y hasta por seis años. (www.cu.ucr.ac.cr/normativ/orden_y_disciplina.pdf) La Universidad de Costa Rica, como apoyo a los procesos de enseñanza-aprendizaje facilita espacios y equipo de trabajo, así mismo, fomenta la participación grupal.

Utilización de equipo, espacios, materiales y herramientas:

Según el desarrollo de cada proyecto o ejercicio se solicitarán materiales y equipo necesarios. El estudiante es responsable por los archivos digitales que se utilizan en la clase o que deben ser presentados para calificación, por lo que debe tomar las medidas necesarias para proteger y respaldar dichos archivos en su transporte, envío y almacenamiento.

BIBLIOGRAFÍA

Katthryn Best, (2016) *Management del Diseño*, 2da Editorial Parramón Art & Design, Barcelona, Andreu, E. y Martínez-Vilanova, R. (2007). *Cómo gestionar una PYME mediante el cuadro de mando*. Madrid: ESIC Editorial.

Arden, P. (2014). *It's not how good you are, it's how good you want to be*. Londres: Phaidon.

* Baack, D. & Clow, K. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. México, D.F.: Pearson Educació

* Barker, D., Barker, M., Bormann, N. & Neher, K. (2015). *Marketing para medios sociales. Un planteamiento estratégico*. México, D.F.: Cengage Learning.

* Brenes, L. (2008) *Dirección estratégica para organizaciones inteligentes*. Primera edición. Segunda reimpresión. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Cantz, H., Kreutz, B. & Ostfildern-Ruit. (2003). *The art of branding*. Duseldorf: Hatje Cantz Verlag.

Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. (2014). *Marketing digital. Estrategia, implementación y práctica*. México, D.F.: Pearson Educación.



Comunidad de Madrid & otros. (Eds.). (s.f.). INTEG. La inteligencia competitiva. Factor clave para la toma de decisiones estratégicas en las organizaciones. doi: M-56.490-2007

*Cooper, R. & Press, M. (2009). El diseño como experiencia: el papel del diseño y los diseñadores en el siglo XXI. Barcelona: Gustavo Gili.

*Costa, J. (2008). Diseñar para los ojos. Barcelona: Costa Punto Com Editor.

Del Vecchio, F. (2014). Dialogos con diseñadores. Recuperado de <http://femandodelvecchio.com/>

* Kotler, P. & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México, D.F.: Pearson Educación.

* Lamb, C., Hair, J. y McDaniel, C. (2014). MKTG. *Marketing*. México: Cengage Learning Editores.

Lupton, E. (ed.) (2011). *Graphic design thinking: beyond brainstorming*. Nueva York:

Princeton

Architectural Press.

Norman, D. (2005). *El diseño emocional. Por qué nos gustan (o no) los objetos cotidianos*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

* Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. México, D.F.: Pearson Educación.

Oller, J. (s.f.). *Lovemarks. Una idea capaz de transformar su mundo*. (transcripción adaptada). INCAE.

* Russel, J.T., Lane, W.R. & Withehill, K. (2005). *Kleppner publicidad*. México, D.F.: Pearson Educación.

* Schiffman, L. & Kanuk, L. (2010). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson Educación.

* Varela, R. (2006). *Administración de la compensación. Sueldos, salarios y prestaciones*. México, D.F.: Pearson Educación.

Viladás, X. (2008). *Diseño rentable. Diez temas a debate*. Barcelona: Index Books.

* Underhill, P. (1999). *Por qué compramos. La ciencia del shopping*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

* Libros que se encuentran disponibles en SIBDI.

** Además de la bibliografía citada anteriormente, el profesor estará ofreciendo material variado (videos, imágenes, *links*, casos y demás) para distintos proyectos durante el cuatrimestre.



UNIVERSIDAD DE
COSTARICA

SEDE DE
OCCIDENTE
SO

Departamento de Filosofía, Artes y Letras
Sección de Artes Plásticas



UNIVERSIDAD DE
COSTARICA

SEDE DE
OCCIDENTE
SO

Departamento de Filosofía, Artes y Letras
Sección de Artes Plásticas
