



AP- 8004

ADMINISTRACIÓN PARA LAS ARTES PROGRAMA DE CURSO

CARRERA:	110214 Bachillerato y Licenciatura en Diseño Gráfico.
CURSO:	AP8004 Administración para las artes.
GRUPO:	01.
MODALIDAD:	Regular.
REQUISITO:	AP8001 Taller Especializado I.
CREDITOS:	02 créditos.
NIVEL:	II nivel. Quinto año. Ciclo especializado.
HORARIO DE CLASE:	miércoles de 8:00 am a 11:50 pm.
HORAS CONTACTO:	04 horas presenciales.
HORAS DE ESTUDIO INDEPENDIENTE:	04 horas semanales, cuanto menos.
HORAS DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE:	martes o jueves por la tarde.
CICLO LECTIVO:	II ciclo lectivo, 2025.

PROFESORA: Jessica Barrientos Ortega.

eMail: jessica.barrientos@ucr.ac.cr

1. 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 emprendimiento 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.



2. 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.

3. 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 emprendimiento 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.

4. CONTENIDO:

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: emprendimiento:

- Liderazgo, emprendimiento 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.
- Macro ambiente, 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 auto gestionada y tercerización de servicios).

Tema 4: mercadeo:

- Mezcla de mercadeo: cliente, costo, conveniencia y comunicación.
- DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).
- 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.

5. METODOLOGÍA Y ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

El curso AP 8004, durante el II ciclo lectivo 2025 se desarrollará de manera presencial con algunas pocas excepciones de virtualidad cuando sea estrictamente necesario o adecuado. El curso se



gestionará bajo la modalidad bajo virtual, lo cual significa que, la interacción entre docentes y estudiantes será de aproximadamente un 75% de manera presencial y un 25% en el entorno virtual, es decir, unas cuatro clases de un semestre podrían ser en la plataforma de Mediación Virtual de la UCR METICS mediante clases virtuales tanto sincrónicas como asincrónicas cuando sea necesario, para seguimiento de contenidos, entrega de material de apoyo, entrega y revisiones de tareas y otras asignaciones pertinentes. También se podrán utilizar otras herramientas digitales según sea el caso.

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, visitas de invitados, investigación, 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 emprendimiento, la administración de las artes visuales, el mercadeo y la gestión de proyectos.

6. VALORACIÓN Y APROVECHAMIENTO:

El curso se evalúa mediante cuatro rubros generales:

Aprovechamiento: el aprovechamiento comprende la asimilación de contenidos, el seguimiento de los procesos (trabajo en clase y extra clase), puntualidad en las entregas de asignaciones, replanteamiento de las asignaciones, participación, interés y motivación mostrados.

Ejercicios prácticos: se asignarán entre 5 a 6 ejercicios aproximadamente durante el semestre, con la finalidad de poner en práctica algunos contenidos temáticos. Se evaluará mediante criterios específicos que se indicarán debidamente en una rúbrica para cada asignación.

Proyecto 1. Investigación grupal: se realizará mediante un estudio de caso, cada grupo visitará una empresa siguiendo las especificaciones que se indicaran en su momento.

Proyecto 2. Marca personal: desarrollo de identidad y presencia profesional, a partir de la elaboración de una serie de productos gráficos que se irán desarrollando progresivamente (Logotipo-Tarjeta de presentación-Portafolio digital en Behance/LinkedIn-Estrategia de automarketing en redes-Carpeta o desplegable tipo miniportafolio).



El cuadro a continuación detalla el valor porcentual general de cada rubro.

Ejercicios prácticos (5 a 6 aproximadamente)	25%
Proyecto 1: investigación grupal (estudio de caso)	25%
Proyecto 2: marca personal	40%
Aprovechamiento	10%
TOTAL	100%

7. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

SEMANA	FECHA	TEMÁTICA	ACTIVIDAD
1	13 AGO.	• Lectura del programa de curso.	• Discusión del programa de curso/Discusión de la temática y las actividades del curso. • Reflexión: Ética en el Diseño Gráfico.
2	20 AGO.	• Estructura general de costos de proyectos. • Cotización y presupuesto. • Orden de compra. • Dirección General de Tributación y Ministerio de Hacienda.	• Clase magistral sobre la temática • Inscripción en Tributación • Uso de plataforma ATV • Ejercicio práctico 1
3	27 AGO.	• Plan de negocio	Asignación de estudio de caso
4	03 SET.	• Emprendimiento. • Habilidades interpersonales. • Principios básicos de administración.	• Discusión de ejercicio práctico 1 • Clase magistral sobre la temática.
5	10 SET.	• Entrevista de trabajo. • Comunicación oral y escrita.	• Clase magistral sobre la temática • Simulacro de entrevista.
6	17 SET.	• Propiedad intelectual.	• Discusión de ejercicio práctico 2 • Ejercicio práctico 3. Video curriculum • Charla con invitado.



7	24 SET.	• Compensación laboral. • Contratos, licitaciones, concursos, planilla y servicios profesionales.	• Ejercicio de clase sobre la temática. (Asignación de Proyecto 1: investigación grupal - estudio de caso)
8	01 OCT.	Gestión de proyectos: • Herramientas de gestión, medición y evaluación: cuadro de mando integral. • El brief.	• Clase magistral sobre la temática • Presentación de ejercicio práctico 3
9	08 OCT.	• Currículum Vitae. • Marca personal (Self marketing)	• Exposiciones estudio de caso. • Instrucciones proyecto 2 T: Hacer selección de trabajos para portafolio.
10	15 OCT.	• Mercadeo sensorial, diseño emocional y Lovemarks. Nuevas estrategias de mercadeo	• Clase magistral sobre la temática • Mejoramiento y ajuste de trabajos para portafolio. • Asignación de ejercicio práctico 4.
11	22 OCT.	• Currículum Vitae. • Marca personal (Self marketing)	• Clase magistral sobre la temática • Realizar Moodboard para marca personal. • Propuestas de logotipo. Diseño de tarjeta de presentación
12	29 OCT.	• Marca personal (Self marketing)	• Diseño de portafolio digital, (subir en Behance y LinkedIn)
13	05 NOV.	• Marca personal (Self marketing)	• Diseño de portafolio digital, (subir en Behance y LinkedIn)
14	12 NOV.	• Marca personal (Self marketing)	Automarketing en página web.
15	19 NOV.	• Marca personal (Self marketing)	Perfil en red social.
16	26 NOV.	• Marca personal (Self marketing)	Diseño de carpeta (en físico).



17	03 DIC.	Evaluación final	Presentación de proyecto.
----	------------	------------------	---------------------------

8. 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 estudiante 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.

En cada sesión se tomará lista y se debe firmar el control de asistencia.

No se recibirán proyectos para ser evaluados cuyo proceso no haya sido conocido en el contexto del 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.

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.

La presentación final de proyectos para su evaluación será anunciada y convenida con una semana de anticipación. A la hora de inicio de la evaluación los proyectos deberán estar debidamente montados, ordenados e identificados en el espacio correspondiente para montaje y evaluación. De no ser así la nota será de cero "0".

Durante el proceso de evaluación podrán ser invitados profesores del énfasis y áreas complementarias, su participación se basa en recomendaciones para mejorar el trabajo del estudiante y desarrollo 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 durante todo el desarrollo del curso.

En los talleres y laboratorios siempre se deben contemplar medidas de seguridad a la vez que portar los permisos correspondientes para uso de equipos, maquinarias, herramientas y químicos.



BIBLIOGRAFÍA

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 Educación.

* 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*. Dusseldorf: 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.). *INTEC. 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). *Diálogos con diseñadores*. Recuperado de <http://fernandodelvecchio.com/>

* Hartley, S., Kerin, R. & Rudelius, W. (2014). *Marketing*. México: McGraw-Hill Education.

Hernández Garnica, C. & Maubert, C. (2009). *Fundamentos de marketing*. México, D.F.: Pearson Educación.

* 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.