



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Xestión do Deseño

Materia	Xestión do Deseño			
Código	P01M171V01303			
Titulación	Máster Universitario en Deseño e Dirección Creativa en Moda			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	2	1c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Pita Castelo, Jose			
Profesorado	Ben Garea, Eva María Marquez Fernandez, Irene Pita Castelo, Jose			
Correo-e	jpita@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Materia do programa English Friendly. Os/ as estudantes internacionais poderán solicitar ó profesorado: a) materiais e referencias bibliográficas para o seguimento da materia en inglés, b) atender as titorías en inglés, c) probas e avaliacións en inglés			

## Competencias

Código	
A3	Que os estudantes sexan capaces de integrar coñecementos e se enfrontar á complexidade de formular xuízos a partir dunha información que, sendo incompleta ou limitada, inclúa reflexións sobre as responsabilidades sociais e éticas vinculadas á aplicación dos seus coñecementos e xuízos.
D3	Capacidade de liderazgo, iniciativa e espírito emprendedor
D8	Capacidade para o traballo, aprendizaxe e xestión da información de xeito autónomo

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Que o estudiantado sexa capaz de comprender, analizar e avaliar a inserción da xestión do deseño nos procesos de organización de produtos, e interpretar a súa vinculación coa xeración de propostas culturais marcadas pola esixencia da novidade constante, para propor ideas e solucionar problemas.	A6 A3 B13 B13 C12 D13 D13

Que o estudiantado sexa capaz de desenvolver o seu coñecemento dos fundamentos da xestión do deseño

A6  
B13  
B13  
B13  
B13  
B13  
C12  
D13  
D13  
D13  
D13  
D8

Que o estudiantado sexa capaz de desenvolver os seus coñecementos básicos de economía, marketing e lexislación relacionados co Deseño de moda.

A6  
A6  
B13  
B13  
B13  
B13  
B13  
C12  
D13  
D3  
D13  
D13  
D13

### Contidos

Tema

TEMA 1. FUNDAMENTOS DE EMPRESA E ECONOMÍA

Introdución: organizacións  
Aproximación ao concepto de empresa  
El papel del empresario  
Producción de bens vs. servizos  
El sistema económico  
Como funciona unha economía de libre mercado  
Retos empresariais en la economía global

TEMA 2. EVOLUCIÓN DEL PENSAMIENTO ADMINISTRATIVO

Introdución  
Enfoques clásicos de la administración (la Administración Científica, o Proceso Administrativo, Escola de las Relaciones Humanas, la Burocracia)  
Enfoques Contemporáneos (Enfoque de Sistemas, Enfoque Contingencial)

TEMA 3. FORMAS DE EMPRESA

Criterios xurídicos de clasificación empresarial  
Aspectos relevantes en la elección dunha forma xurídica de empresa  
Formas xurídicas máis habituais  
Criterios económicos de clasificación empresarial:  
Segundo la propiedade del capital  
Segundo el sector de actividade  
Segundo el tamaño empresarial

TEMA 4. CONCEPTO Y FUNCIONES DE LA DIRECCIÓN EMPRESARIAL

Introducción: qué é dirigir  
Análisis de las cuatro funciones directivas básicas:  
A función de planificación  
A función de organización  
A función de liderazgo  
A función de control.

TEMA 5. PRODUCCIÓN DE CALIDAD Y GESTIÓN POR PROCESOS

Introducción  
Qué es la producción  
Producción masiva vs. personalización masiva  
Opciones básicas ante a producción  
Diseño del proceso productivo  
La calidad (conceptos básicos, evolución cara a Calidade Total, modelos ISO e EFQM)  
A gestión por procesos.

Concepto y alcance de la dirección comercial  
 Análisis de mercado: identificación, tamaño y localización, necesidades, percepciones y valores.  
 Planificación comercial: desarrollo de productos, decisiones de precio, distribución, promoción  
 Control de la actividad comercial  
 Control de los resultados de mercado  
 Control de los costes de comercialización  
 Empresas de estructura vertical y de estructura tradicional; análisis y peculiaridades de cada modelo.

### Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Estudo de casos	6	30	36
Resolución de problemas	6	30	36
Lección maxistral	15	60	75
Estudo de casos	1	0	1
Resolución de problemas e/ou exercicios	2	0	2

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

### Metodoloxía docente

	Descrición
Estudo de casos	Casos prácticos para poner en situación realista los conocimientos transmitidos a través de la lección maxistral
Resolución de problemas	Solucionar problemas aportados ao estudante
Lección maxistral	Explicación teórica dos contidos máis relevantes para aplicar nos casos prácticos

### Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Lección maxistral	Explicación teórica dos contidos principais da materia
Estudo de casos	Casos prácticos para poñer en situación realista os coñecementos impartidos na lección maxistral
Resolución de problemas	Problemas propuestos para que el estudiante aporte solución

### Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Estudo de casos	Solución de casos prácticos	100 A3	D3 D8
Resolución de problemas e/ou exercicios	Preguntas tipo test o de respuesta corta	0	

### Outros comentarios sobre a Avaliación

### Bibliografía. Fontes de información

#### Bibliografía Básica

HERRERO, J., **Administración, gestión y comercialización en la pequeña empresa**, Thompson, 2003

#### Bibliografía Complementaria

BATEMAN, T., SNELL, S., **Administración: una ventaja competitiva**, McGraw-Hill, 2001

CAÑADAS, M., **Cómo crear empresas rentables**, Gestión, 2000

FANJUL, J.L., Castaño, F.J., **Proyecto empresarial**, Editex, 2001

GIL, M. A., GINER, F., MONZÓN, J. A., CELMA, M. D., **Cómo crear y hacer funcionar una empresa, casos prácticos**, ESIC, 1996

MESCON, M., BOVÉE, C., THILL, J., **Business today**, Prentice-Hall, 2002

SANTESMASES, M., **Marketing: conceptos y estrategias**, Pirámide, 2004

SUÁREZ, A.S., **Curso de Economía de la Empresa**, Pirámide, 2002

### Recomendacións

