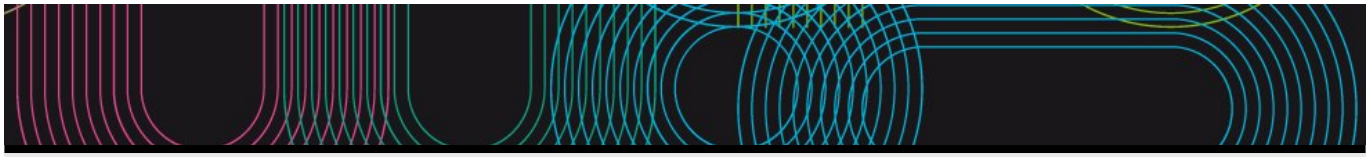

DATOS IDENTIFICATIVOS				
Xestión do Deseño				
Materia	Xestión do Deseño			
Código	P01M171V01303			
Titulación	Máster Universitario en Deseño e Dirección Creativa en Moda			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	2	1c
Lingua de impartición	#EnglishFriendly Castelán Galego			
Departamento				
Coordinador/a	Pita Castelo, Jose			
Profesorado	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 bibliografías para o seguimento da materia en inglés, b) atender as titorías en inglés, c) probas e avaliacións en inglés			

Resultados de Formación e Aprendizaxe	
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 espíritu emprendedor
D8	Capacidade para o traballo, aprendizaxe e xestión da información de xeito autónomo

Resultados previstos na materia	
Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Que o estudantado sexa capáz de comprender, analizar e avaliar a inserción da xestión do deseño nos procesos de organziación 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 estudantado sexa capáz de desenvolver o seu coñecemento dos fundamentos da xestión do deseño	A6 A6 B13 B13 B13 B13 B13 C12 D13 D13 D13 D13 D8

Que o estudantado sexa capáz 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 Produción de bens vs. servizos El sistema económico Como funciona unha economía de libre mercado Retos empresariais en la economía global
TEMA 2. EVOLUCIÓN DEL PENSAMENTO 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 FUNCIÓNS 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.
TEMA &. DIRECCIÓN COMERCIAL	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	2	7	9
Estudo de casos	2	7	9
Estudo de casos	2	7	9
Estudo de casos	1	9	10
Resolución de problemas	6	30	36
Lección maxistral	15	60	75

*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 megistral
Estudo de casos	
Estudo de casos	
Estudo de casos	
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 apòrte solución

Avaliación

Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe
Estudo de casosCaso práctico personal prueba 1	25	A3	D3 D8
Estudo de casosCaso práctico personal prueba 2	25	A3	D3 D8
Estudo de casosCaso práctico personal prueba 3	25	A3	D3 D8
Estudo de casosCaso práctico personal prueba 4	25	A3	D3 D8

Outros comentarios sobre a Avaliación

A materia segue un sistema de avaliación continua. Alternativamente ao sistema de avaliación continua, o estudantado poderá optar a ser avaliado con catro casos prácticos que avaliará tanto os coñecementos teóricos como prácticos impartidos na materia a realizar nas datas establecidas nas convocatorias oficiais e que suporán cada un o 25% da cualificación final.As datas dos exames poderanse consultar no Calendario Docente.

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