



e/s/d/
madrid

escuela superior de diseño

Dirección General de Universidades y
Enseñanzas Artísticas Superiores
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN
E INVESTIGACIÓN



Comunidad de Madrid

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales

Curso 2018-2019

Guía docente de

Creatividad e Innovación

Materia: Prospectiva e innovación

Módulo 3 Estrategia

Título Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales.

1. Identificación de la asignatura

Tipo	Obligatoria
Materia	Prospectiva e innovación
Módulo	3 Estrategia
Periodo de impartición	2º semestre
Nº créditos	3
Departamento	Cultura y Gestión del Diseño
Idioma/s	Español / Inglés

2. Profesor responsable de la asignatura

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Celestino Mur, José Miguel	jcelestino@esdmadrid.es

3. Relación de profesores y grupo a los que imparten docencia

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
Celestino Mur, José Miguel	jcelestino@esdmadrid.es	

4. Presentación de la asignatura

Este curso ofrece a los participantes un conjunto nuevo de herramientas y experiencias para seleccionar y desarrollar alternativas innovadoras. Esto, permite abordar los problemas estratégicos del diseño de espacios comerciales con creatividad, desde perspectivas tanto individuales como de equipo; así mismo este curso proporciona un entrenamiento orientado a la identificación de las oportunidades de innovación y a la detección de los obstáculos a la innovación más habituales que se producen en los entornos de desarrollo de proyectos de las organizaciones.

Los ejercicios y estudios de caso programados, permiten un aprendizaje práctico.

Se examinan varias metodologías para la creatividad y se identifican perspectivas para aumentar el nivel de la innovación en la actividad proyectual.

4.1. Prelación, requisitos previos y/o recomendaciones

Es necesario interesarse por la definición de grupos sociales, la identificación de sus comportamientos y de sus símbolos así como la categorización de estos.

5. Resultados de aprendizaje

Resultados comunes al resto de títulos Nivel 3 del MECES, máster
RB2- Saber aplicar e integrar sus conocimientos, la comprensión de estos, su fundamentación científica y sus capacidades de resolución de problemas en entornos nuevos y definidos de forma imprecisa, incluyendo contextos de carácter multidisciplinar tanto investigadores como profesionales altamente especializados;
Resultados generales del Máster en DEC
RM2- Haber adquirido conocimientos suficientes en Métodos de medición de respuestas de usuario y demostrado capacidad de creación de sistemas propios con recursos limitados para la medición en tienda, integrándolos de forma diversa en la puesta en escena de la experiencia de usuario.
Resultados específicos propios de esta asignatura)
RA1- Desarrollar alternativas orientadas incrementar el valor de las soluciones de proyecto.
RA2- Identificar y manejar bloques conceptuales para la generación de ideas innovadoras.
RA3- Utilizar la iteración cualitativa y su posterior evaluación para mejorar las opciones estratégicas.
RA4- Revisar diferentes metodologías y modelos de creatividad para seleccionar aquellos que sean apropiados para las necesidades del establecimiento del brief creativo del proyecto.
RA5- Identificar obstáculos para la innovación en las organizaciones.

6. Contenidos

Bloque temático	Tema
I.- Introducción y definición de la innovación estratégica	Tema 1. Creatividad individual y Jazz Brainstorming
	Tema 2. Need Finding
II.- Experiencia de diseño	Tema 3. Estrategia basada en el pensamiento de diseño
III.- Construcción de la Innovación en el modelo de negocio	Tema 4. Exploración de la cadena de valor
	Tema 5. Ciclo de la Competencia de la Innovación e Iteración

7. Actividades obligatorias (evaluables):

Tipo de actividad:
Redacción de artículos cortos originales.
Redacción de textos críticos.
Elaboración de presentaciones.
Responder a cuestionarios .
Redacción del Brief creativo.

9. Planificación temporal del trabajo del estudiante

	HORAS
Clases teórico-prácticas (a)	30
Otras actividades formativas (a)	12
Realización de pruebas (a)	6
Preparación del estudiante para clases teórico- prácticas (b)	20
Preparación del estudiante para realización de pruebas (b)	7
Total, horas de trabajo del estudiante (a+b)	75

(a): Docencia directa: horas lectivas con el profesor

(b): Trabajo autónomo del estudiante

10. Metodología

Colaborativa. Comunicación basada tanto en la actitud como en el discurso.
Heurística y Hermenéutica
Debate y confrontación argumentada.
Alternancia del trabajo individual con la colaboración en equipos de trabajo.

11. Evaluación y calificación

11.1. Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas

Presencialidad.
Presentaciones.
Pruebas de recuperación en periodo ordinario.
Pruebas de recuperación en periodo extraordinario.

11.2. Criterios de evaluación

1. Participación en la clase

Los estudiantes asistirán a las clases programadas y a las discusiones que se produzcan como consecuencia de las presentaciones de los trabajos programados. Cada estudiante recibirá una puntuación de 1-4 puntos por cada clase a la que asista dependiendo de su grado de participación en ella. La calidad de los comentarios es más importante que la cantidad. La puntuación predeterminada es 3 para actitud Reflexiva. Para los comentarios perspicaces la valoración es 4. Para un déficit de participación es 2. Por estar desprevenido se puntuará 1. Las clases perdidas tendrán puntajes de 0. Si el estudiante pierde la clase debido a una enfermedad u otra causa justificada, puede sumar puntos de participación para esas clases con una comunicación escrita basada en la actividad correspondiente a la fecha que se ha ausentado.

La puntuación máxima posible es: 4 pts. x 15 clases = **60 puntos**.

2. Trabajos escritos

Los estudiantes redactarán 4 artículos originales cortos sobre temas de diseño y metodología. Los detalles serán proporcionados en clase.

La puntuación máxima posible es: 4 artículos x 20 puntos = **80 puntos**.

3. Presentaciones en clase

Cada estudiante rendirá al menos dos breves (15 minutos) presentaciones en el periodo lectivo. La puntuación se asignará en función de los materiales presentados (introducción y al menos 10 diapositivas). Podrá recibir comentarios sobre su estilo de presentación, pero esto no contribuirá a su calificación. Se proporcionarán más detalles sobre el contenido y el formato en clase.

La puntuación máxima posible es: 2 presentaciones x 40 puntos = **80 puntos**.

Presentación del proyecto: Al final del semestre, cada estudiante presentará el brief creativo para un proyecto de investigación. Se espera que haya superposición entre este proyecto y otras asignaturas del semestre y/o la investigación que esté llevando a cabo de manera individual.

La puntuación máxima posible es: **200 puntos**.

4. Exámenes

Habrá un examen realizado en clase. El formato será de respuesta corta, el contenido hará hincapié en los conceptos de amplio espectro.

La puntuación máxima posible es: **80 puntos**.

La puntuación máxima total posible es: **500 puntos**.

11.3. Criterios de calificación

La calificación se expresará de 0 a 10 (0=0 puntos 10=500 puntos) según la siguiente tabla:

0 a 249 Suspenso

250 a 345 Aprobado

346 a 420 Notable

421 a 500 Sobresaliente

500 con mención por acuerdo del equipo de profesores, Matrícula de honor.

11.4. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Participación en la clase	(20%).
Trabajos escritos	(32%).
Presentaciones en clase	(18%).
Exámenes	(30%).
Total, ponderación	100%

11.5. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje previsto de asistencia a clase, los criterios serán los siguientes:

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Trabajos escritos	(32%).
Presentaciones	(18%).
Exámenes	(50%).
Total, ponderación	100%

11.6. Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Para aquellos alumnos que no hayan superado la evaluación ordinaria. Todas las pruebas de evaluación deben realizarse de forma presencial en el periodo establecido.

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Instrumentos de evaluación de curso	50%
Prueba en periodo ordinario	50%
Total, ponderación	100%

11.7. Ponderación de los instrumentos de evaluación de estudiantes con discapacidad

Se mantienen los instrumentos de evaluación generales y se prevé una tabla de anulación o sustitución de los instrumentos o partes de los mismos, según lo previsible.

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Trabajos escritos	(32%).
Presentaciones en clase	(18%).
Exámenes	(50%).
Total, ponderación	100%

11.8. Tabla de sustitución de instrumentos de evaluación según discapacidades

Instrumentos de evaluación	Sensorial	Motórico
Trabajos escritos	Sólo escrito e imagen (Oído) Sólo escrito y exposición oral (Vista)	Sin modificación o adaptado según grado.
Presentaciones en clase	Sólo escrito e imagen (Oído) Sólo háptico exposición oral (Vista)	Sin modificación o adaptado según grado.
Exámenes	Sólo escrito e imagen (Oído) Sólo escrito y exposición oral (Vista)	Sin modificación o adaptado según grado.

12. Recursos y materiales didácticos

Remisión al GSuite de la
asignatura.
Expansión del aula a la ciudad.
Visitas programadas.

12.1. Bibliografía general

Título	Creating Sensory Spaces. The Architecture of the Invisible
Autor	Erwine , Barbara
Editorial	New York : Routledge, 2017
Título	Chance or choice. Unlocking innovation success
Autor	McLaughlin, Greg; Caraballo, Vinny
Editorial	CRC Press: 2013
Título	How to rethink human behavior A practical guide to social contextual analysis
Autor	Guerin, Bernard
Editorial	Routledge : 2016

12.2. Bibliografía complementaria

Título	The innovation tools handbook.
Autor	Harrington, H. James; Voehl, Frank.
Editorial	CRC Press: 2016
Título	Perspectives on Consumer Choice
Autor	Foxall, Gordon R.
Editorial	Palgrave Macmillan: 2016
Título	Modeling Sociocultural Influences on Decision Making
Autor	Cohn, Joseph V.; Schatz, Sae ; Freeman, Hannah; Combs, David J. Y.
Editorial	CRC Press: 2017

12.3. Direcciones web de interés

Dirección 1	https://www.credera.com/wp-content/uploads/2016/09/7-Keys-to-Unlock-and-Lead-Innovation-Strategy-21Sept16.pdf
Dirección 2	https://hbr.org/2017/11/3-changes-retailers-need-to-make-to-survive
Dirección 3	https://hbr.org/2017/06/the-4-types-of-innovation-and-the-problems-they-solve?referral=03759&cm_vc=rr_item_page.bottom

13. Profesorado



José M. Celestino obtuvo licenciatura en Ingeniería Química en la Universidad Complutense de Madrid y master en Investigación en Arte y Creación por la Universidad Complutense de Madrid, ha impartido cursos en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, en la actualidad es Vicedirector y Profesor del Máster de Enseñanzas Artísticas Superiores: Diseño de espacios comerciales en la Escuela Superior de Diseño de Madrid. Lleva más de 35 años fundando y dirigiendo diferentes estudios de diseño con actividad, principalmente en España, Estados Unidos y Jordania. Ha sido invitado a los tribunales del master de la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid, y a impartir conferencias en los Cursos de Verano de la Upv/Ehu en San Sebastian. Su producción en diseño ha sido exhibida, entre otros, en los espacios: Arco feria de arte Madrid, Madrid Fashion Week, Fuori Salone Feria del Mueble de Milán, Central de Diseño Matadero Madrid.
www.josemcelestino.com

14. Información sobre la asignatura en cursos anteriores

Existen índices de satisfacción muy positivos del curso 2017-2018.
 Este programa ha sido desarrollado gracias a la experiencia acumulada en intervenciones en Másteres ofertados por la Universidad Politécnica de Madrid durante los últimos 9 años que han facilitado el diseño de la presente asignatura.

Cronograma

15. Cronograma. Código de color

ENTREGA	EXAMEN	PRUEBA ORDINARIA	P. EXTRAORDINARIA

SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
TEMA	I.- Introducción y definición de la innovación estratégica				II.- Experiencia de diseño				
ACTIVIDAD	Tema 1. Creatividad individual y Jazz Brainstorming		Tema 2. Need Finding		Tema 3. Estrategia basada en el pensamiento de diseño				
METODOLOGÍA	Interactiva				Interactiva				
RESULTADOS	RN2, RA5			RM2,	RA4, RA5				RM2,

SEMANA	10	11	12	13	14	15
TEMA	III.- Construcción de la Innovación en el modelo de negocio					
ACTIVIDAD	Tema 4. Exploración de la cadena de valor				Tema 5. Ciclo de la Competencia de la Innovación e Iteración	
METODOLOGÍA	Interactiva				Interactiva	
RESULTADOS	RA1, RA3			RM2,	RA2	RM2