

Máster en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales

Curso 2018-19

Guía docente de

Diseño Estratégico y Modelos de Negocio

Materia Comunicación y Marketing
Módulo 3 Estrategia

Título Superior de las Enseñanzas Artísticas Superiores de Diseño (nivel grado)
 Guía docente de la asignatura Diseño de Experiencias.

1. Identificación de la asignatura

Tipo	Obligatoria
Materia	Comunicación y Marketing
Módulo	Módulo 3 Estrategia
Periodo de impartición	2º semestre
Nº créditos	4
Departamento	Cultura y Gestión del Diseño
Idioma/s	Español

2. Profesor responsable de la asignatura

Apellidos y nombre	Correo electrónico
GALLEGO VILLEGAS, ANGELINA	agallego@esdmadrid.es

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

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
GALLEGO VILLEGAS, ANGELINA	agallego@esdmadrid.es	

4. Presentación de la asignatura

<p>En estos últimos años hemos asistido a la llegada de nuevos modelos de negocio disruptivos que han cambiado el paisaje de los mercados. Todos tienen un denominador común: rompen con la tradición y con las características de los modelos de negocio tradicionales que hasta ahora habían dominado el mundo. Con la asignatura "Diseño Estratégico y Modelos de Negocio" analizaremos y ofreceremos las herramientas para que puedas diseñarlos e implementarlos.</p> <p>Aprenderemos a diseñar, entender y aplicar nuevos modelos de negocio, así como a analizar y mejorar los existentes.</p> <p>Por ello podrás, finalizado el aprendizaje inicial, poder esbozar y crear de una manera revolucionaria tu "propio modelo tanto para tu vida personal como profesional"</p>

4.1. Prelación, requisitos previos y/o recomendaciones

<p>Es fundamental que los alumnos hayan realizado previamente una titulación de grado, en donde habrán tomado contacto con la organización empresarial y las técnicas de marketing básicas para poder llegar a dibujar el esquema definitivo dentro de su especialidad. Esto se adquirirá en la primera parte del Master si no se hubiese adquirido previamente.</p> <p>Se recomienda tener, por tanto conocimientos básicos de diseño y de organización empresarial para poder definir en este máster y en esta asignatura su modelo de diseño específico, encontrando alternativas que le ayuden a mejorar su trayectoria profesional.</p>
--

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; RB7- Ser capaces de asumir la responsabilidad de su propio desarrollo profesional y de su especialización en uno o más campos de estudio.
Resultados generales del Máster en DEC
RM 1- Haber adquirido conocimientos(1) avanzados en marketing visual, experiencia de usuario y comunicación visual y demostrado capacidad de aplicación (2) en estrategias diversas de comercialización.
Resultados específicos propios de esta asignatura)
RA1- Comprender cómo funcionan los modelos de negocio y saber dibujar uno personal. Aprender a diseñar, entender y aplicar nuevos modelos de negocio, así como a analizar y mejorar los ya existentes.
RA2- Apreciar el valor de sus competencias en el mercado y definir su viabilidad
RA3- Conocer la incidencia de factores de usuario relativos a la interacción y el recuerdo de experiencia.
RA4- Articular una visión de cambio y cómo llevarla a cabo
RA5- Crear de una manera revolucionaria su propio modelo de negocio tanto para su vida personal como profesional.

6. Contenidos

Bloque temático	Tema
I - DISEÑO ESTRATÉGICO:	TEMA 1. DEFINICIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO. PLANTILLA PARA EL LIENZO DE UN MODELO DE NEGOCIO
	TEMA2. PLATAFORMAS MULTILATERALES Y PATRONES.
II.- MODELOS DE NEGOCIO	TEMA3. DISEÑO DE NEGOCIO: Aportación de clientes Ideación Pensamiento Visual Creación de Prototipos Narración de Historias Escenarios
	TEMA4. ESTRATEGIA DE MODELOS DE NEGOCIO.PROCESO DE DISEÑO DE MODELOS DE NEGOCIO. Entorno del Modelo de Negocio Evaluación de Modelos de Negocio Perspectiva de los modelos de negocio Gestión de varios modelos de negocio Proceso de Diseño de Modelos de Negocio
III.- TU MODELO DE NEGOCIO	TEMA5. TU MODELO DE NEGOCIO: El Lienzo de tu modelo de negocio personal Identifica tu propósito profesional Prepárate para reinventarte Calcula tu valor empresarial Prueba tu modelo de Mercado La Comunidad "bussines model you"

7. Actividades obligatorias (evaluables):

Tipo de actividad:

Realización de un Modelo de Negocio de Retail Design.
Presentación escrita y defensa oral del Modelo de Negocio.
Participación en coloquios, mesas redondas en el aula y en colaboración con otros alumnos de otras especialidades de diseño (1 o 2)
Examen escrito sobre los contenidos de la asignatura

9. Planificación temporal del trabajo del estudiante

	HORAS
Clases teórico-prácticas (a)	27
Otras actividades formativas (a)	15
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

<p>Participativa. Comunicación verbal y visual. Búsquedas, análisis y propuesta. Elaboración por etapas del proceso del modelo final. Clases magistrales y prácticas . El desarrollo de la asignatura se estructura en 2 sesiones semanales de 2 horas de duración. La metodología de trabajo se clasifica de la siguiente forma:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprendizaje en grupo con el profesor, los modelos utilizados serán la lección magistral, en las clases teóricas (clase expositiva empleando el método de la lección y resolución de dudas planteadas por el estudiante), y el modelo participativo, en las clases prácticas (análisis, comentario de ejercicios o tema planteado por el profesor, textos, trabajos individuales o en grupo, presentación de trabajos, debate). 2. Estudio individual, el modelo a aplicar es el investigador, de forma que la actividad del estudiante se centra en la investigación, documentación, análisis, manipulación, elaboración y retorno de la información. Lo realizará para la preparación de clases teóricas, prácticas, preparación de pruebas, realización de ejercicios, trabajos y lecturas propuestas.

11. Evaluación y calificación

11.1. Instrumentos de evaluación asociados a las metodologías docentes aplicadas

<p>Trabajos realizados. Exposiciones argumentadas y sostenidas documentalmente. Pruebas de recuperación en periodo ordinario. Pruebas de recuperación en periodo extraordinario.</p>

11.2. Criterios de evaluación

Valorar el contexto económico y empresarial donde el diseñador va a ejercitar su profesión.
 Demostrar capacidad de análisis y organización en las presentaciones de los trabajos.
 Puntualidad en la entrega de los trabajos, presentación, organización, redacción, originalidad, (plagio totalmente prohibido), capacidad de trabajo en equipo.

11.3. Criterios de calificación

La calificación se expresará de 0 a 10 según la siguiente tabla:
 0,0 a 4,9 Suspenso
 5,0 a 6,9 Aprobado
 7,0 a 8,4 Notable
 8,5 a 10 Sobresaliente
 10 con mención por acuerdo del equipo de profesores, Matrícula de honor.
 El sistema establecido está basado en el marco europeo de la educación superior en donde se determina que se ha de realizar bajo la evaluación continua. Aquellos alumnos que no cumplan el requisito del porcentaje mínimo de asistencia a clase, establecido en el 8% de las clases, perderán la evaluación .

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

Instrumentos de evaluación	Ponderación %
Prácticas	10%
Presentación y defensa de trabajos	80%
Capacidad de investigación y documentación.	10%
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 %
Presentación de Trabajo	40%
Aportación investigativa y estratégica	10%
Prueba en periodo ordinario	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 %
Prueba en periodo ordinario	100%
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 %
Se realizará la correspondiente adaptación en función del tipo de discapacidad en cuestión	100%

11.8. Tabla de sustitución de instrumentos de evaluación según discapacidades

Instrumentos de evaluación	Sensorial	Motórico
Adaptación en función del tipo de discapacidad	Adaptación en virtud del tipo de discapacidad	Adaptado según grado.

12. Recursos y materiales didácticos

Bibliografía básica Bibliografía complementaria Recursos en red y otros recursos Enlaces o vídeos relacionados Blogs relacionados Foros relacionados Grupos industriales y/o empresariales modelos
--

12.1. Bibliografía general

Título	Tu modelo de negocio
Autor	Tim Clark
Editorial	Deusto
Título	Generación De Modelos De Negocio
Autor	Alexander Osterwalder & Yves Pigneur
Editorial	Deusto
Título	Como crear tu nueva empresa
Autor	Eva Asensio Del Arco Beatriz Vázquez Blömer
Editorial	Paraninfo
Título	Managing As Designing
Autor	Boland, Richard Jr. Y Collopy, Fred
Editorial	Stanford: Stanford Business Books, 2004
Título	Sketching User Experience, Getting The Design Right
Autor	Buxton, Bill
Editorial	Elsevier, 2007 Nueva York

Título	La estrategia de la ardilla:el poder de las fábulas como motor del cambio empresarial
Autor	Denning, Stephen
Editorial	Empresa Activa, 2005
Título	Designing Complex Organizations
Autor	Galbraith, Jay
Editorial	Addison Wesley ,1973
Título	How to find your next great idea
Autor	Harrison, Sam
Editorial	Cincinnati: How Books 2006
Título	La estartegia del océano azul: cómo crear en el mercado espacios no disputados en los que la competencia sea irrelevante
Autor	Kim, W. Chan Y Mauborgne
Editorial	Ediciones granica, s.a. 2005
Título	Designins Interactions
Autor	Moggridge,Bill
Editorial	Cambridge: Mit Press , 2007
Título	The Ambidextrous Organization
Autor	O'Reilly , Charles A.
Editorial	Harvard Business 82, nº 4
Título	Using trends and scenarios as tool for strategy development
Autor	Angelina Gallego Villegas
Autor	Angelina Gallego Villegas
Editorial	Tecnolibro 2016
Título	Organización Empresarial para Diseñadores

12.2. Bibliografía complementaria

Título	Mental Models: Aligning Design Strategy with Human Behavior
Autor	MARCUS, Indi
Editorial	Rosenfeld Media: 2008
Título	The Design Experience: The Role of Design and Designers in the 21st Century
Autor	YOUNG, Mike
Editorial	Ashgate: 2003
Título	Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions
Autor	HANINGTON, Bruce
Editorial	Rockport Publishers: 2012

12.3. Direcciones web de interés

Dirección 1	www.tumodelodenegocio.planetadelibros.com
Dirección 2	BusinessModelHub.com

Dirección 3	www.tumodelodenegocio.com
-------------	---------------------------

12.4. Otros materiales y recursos didácticos

13. Profesorado

Nombre y apellidos	ANGELINA GALLEGO VILLEGAS
Correo electrónico	aplatard@telefonica.net
Departamento	Cultura y Gestión del Diseño
Categoría	Profesor
Titulación Académica	Ldo. en Derecho
Experiencia docente/profesional/investigadora relacionada con la asignatura	<p>Desde el ingreso en el cuerpo hasta el día de hoy y anteriormente como interina y contratada ha impartido docencia en: Escuela de la Palma, Escuela de Moda, Escuela de Diseño de Interiores, Escuela de Diseño Gráfico, Escuela 12 y Escuela de Cerámica Francisco Alcántara.</p> <p>Actualmente y desde su creación es Profesora Titular de las materias que componen Gestión de Diseño en la ESD.</p> <p>Desde 1978 ha impartido las siguientes asignaturas: Derecho Usual y Nociones de Contabilidad y Correspondencia Comercial FOL Organización Industrial y Legislación Marketing Economía y Gestión de Empresas Sociología Organización Empresarial Marketing de Moda Gestión de Empresas de Moda Protección del Diseño Profesora del Master en Enseñanzas Artísticas en Diseño de Espacios Comerciales/ MA in Retail Design e/s/d: Diseño Estratégico y Modelos de Negocio. Número 1 de oposición de Organización Empresarial y Legislación (entonces denominada de otra forma) Participación en todos los planes de innovación Plan experimental 1984, LOGSE 1992, Estudios de Grado LOE, Verifica del Máster DEC. Siendo Coordinadora del plan Experimental y de los Proyectos Atenea Mercurio del MEC para la implantación de Nuevas Tecnologías.</p> <p>Otras actividades a destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cámara de Comercio Española en Ecuador • Vicepresidenta del Instituto de Cultura Hispánica • Presidenta Asociación D.E. En Ecuador • Presidenta Fundación Fudis, Ayuda e Integración discapacitados. • 18 Exposiciones individuales internacionales de Pintura • Representando a España en Aniversario Quito Patrimonio Humanidad UNESCO • Organización de Conciertos Teatro Real y Auditorio Nacional, entre otros Homenaje despedida de Jesús López Cobos...

	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaria General de ADAMUN (Organización de Conciertos en Teatro Real y Colegios Mayores...) • Coordinadora ejecutiva del Proyecto " Nuevos talentos Hispánicos" • Publicación de cuentos Infantiles • Publicación Memoria Derecho Usual <p>Autora del libro " Organización Empresarial para Diseñadores"</p> <p>Marketing de Moda Gestión de Empresas de Moda Proyecto " Jóvenes Emprendedores de Diseño"</p> <p>Proyecto Solidario " Colores de Calcuta"</p> <p>Coordinadora de la Especialidad Diseño de Moda Organizadora de las Pasarelas y PDF: Matadero 2015- Matadero 2017 Organizadora del Concept Fashion Show: Escuela Superior de Diseño 2016/ Escuela Superior de Diseño 2017 Exposición Museo del Traje. Junio 2017 . Diseño Emergente. Organizadora Desfile Barli Asmara .Embajada de Indonesia.4 diciembre 2017 Organizadora Desfile Solidario Duchenne.Hotel Meliá Serrano.3 marzo 2018.</p>
--	--

14. Información sobre la asignatura en cursos anteriores

Importante acogida por parte del alumnado.
 Muy buenos resultados y bastante interés en el conocimiento de los instrumentos y modelos de gestión.

15. Cronograma. Código de color

ENTREGA	EXAMEN	PRUEBA ORDINARIA	P. EXTRAORDINARIA

15. Cronograma

Código de color

ENTREGA	EXAMEN	PRUEBA ORDINARIA	P. EXTRAORDINARIA

PROFESOR/A: ANGELINA GALLEGO VILLEGAS

ASIGNATURA: DISEÑO ESTRATÉGICO Y MODELOS DE NEGOCIO

SEMANA								
BLOQUE	1	2	3	4	5	6	7	8
TEMA	I.- "DISEÑO ESTRATÉGICO				II.- MODELOS DE NEGOCIO			
ACTIVIDAD	Tema 1 Definición de un Modelo de Negocio. Plantilla para el lienzo de un modelo de negocio. Los 9 Módulos.		Tema 2. Plataformas Multilaterales y Patrones		Tema 3. Diseño de Negocio: Aportación de Clientes. Ideación. Pensamiento Virtual. Creación de Prototipos. Narración de Historias. Escenarios.			
METODOLOGÍA	Interactiva				Interactiva			
RESULTADOS	RB2, RA1			RM1 RB2	RA3, RA4			

SEMANA								
BLOQUE	9	10	11	12	13	14	15	16
TEMA	III.- MODELOS DE NEGOCIO- TU MODELO DE NEGOCIO							
ACTIVIDAD	Tema 4. Estrategia de Modelos de Negocio. Proceso de Diseño de Modelos de Negocio			Tema 5. Tu Modelo de Negocio. El Lienzo de tu Modelo de Negocio personal. Prepárate para reinventarte. Prueba tu modelo de mercado. La Comunidad "Business Model You"				
METODOLOGÍA	Interactiva				Interactiva			
RESULTADOS	RB 2 RA1, RA2, RA3			RM1	RA3 RA4 RA5			RM1