Universidad Europea VALENCIA

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Organización y Gestión Económica y de Comunicación
Titulación	Máster Universitario en Diseño de Interiores
Escuela / Facultad	Escuela de Arquitectura y Politécnica
Curso	1
ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Online OL / Presencial F2F
Semestre	2º
Curso académico	2024-2025
Docente coordinador	Manuel Zaplana Llinares

2. PRESENTACIÓN

El Módulo 7 "Organización y Gestión Económica y de Comunicación" es un componente fundamental que combina habilidades esenciales para el éxito en esta disciplina. En este módulo, los estudiantes explorará n dos aspectos cruciales del diseño de interiores: la organización eficiente y la gestión económica de proyectos, junto con la comunicación efectiva.

En la primera parte, los estudiantes aprenderán cómo organizar y gestionar proyectos de diseño de interiores de manera eficiente. Esto incluye la planificación de cronogramas, la asignación de recursos y la coordinación de equipos. La capacidad de administrar proyectos de manera efectiva es esencial para cumplir plazos y presupuestos, y garantizar la satisfacción del cliente.

La segunda parte se enfoca en la gestión económica, donde los estudiantes adquirirán conocimientos sobre presupuestos, costos y cálculos financieros específicos para proyectos de diseño de interiores. Comprender y controlar los aspectos económicos de un proyecto es crucial para mantener la viabilidad y rentabilidad.

La tercera área de enfoque es la comunicación. Los estudiantes aprenderán cómo comunicarse de manera efectiva con clientes, colegas y proveedores. Esto incluye la presentación de propuestas, informes y la habilidad de transmitir ideas y conceptos de diseño de manera clara y persuasiva.

En resumen, el Módulo 7 prepara a nuestros estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo real en el diseño de interiores. La combinación de organización eficiente, gestión económica y comunicación efectiva es esencial para el éxito profesional en esta disciplina. Estamos entusiasmados por brindar a nuestros estudiantes las herramientas y conocimientos necesarios para sobresalir en la industria del diseño de interiores.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB9 - Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades
- CB10 - Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Competencias transversales:

- CT2 - Comunicación estratégica. Transmitir mensajes (ideas, conceptos, sentimientos, argumentos), tanto de forma oral como escrita, alineando de manera estratégica los intereses de los distintos agentes implicados en la comunicación.
- CT4 - Liderazgo influyente. Influir en otros para guiarles y dirigirles hacía unos objetivos y metas concretos, tomando en consideración sus puntos de vista, especialmente en situaciones derivadas de entornos volátiles, inciertos, complejos y ambiguos (VUCA) del mundo actual.
- CT7 - Resiliencia. Adaptarse a situaciones adversas, inesperadas, que causen estrés, ya sean personales o profesionales, superándolas e incluso convirtiéndolas en oportunidades de cambio positivo.

Competencias específicas:

- CE5 - Analizar la viabilidad técnica y económica del proyecto de diseño de interiores.
- CE6 - Analizar diseños de interiores que reflejen la marca de una organización o empresa.
- CE8 - Optimizar la gestión económica y de marketing del proyecto de diseño de un espacio interior en todas sus fases

Resultados de aprendizaje:

- 1. Implementar un plan de marketing sobre un estudio o empresa propios.
- 2. Elaborar un plan de RRHH.
- 3. Desarrollar un plan financiero y de mercadotecnia.
- 4. Sistematizar un organigrama de empleados.
- 5. Crear una identidad corporativa propia, analizando diseños de interiores que reflejen la marca de una organización o empresa.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB7, CT1, CT2, CT3, CE5	**RA1.** Implementar un plan de marketing sobre un estudio o empresa propios.
CB7, CB9, CT1, CT2, CT3, CE5	**RA2.** Elaborar un plan de RRHH.
CB9, CT2, CT3	**RA3.** Desarrollar un plan financiero y de mercadotecnia.
CT1, CT3, CE5	**RA4.** Sistematizar un organigrama de empleados.
CT3	**RA5.** Crear una identidad corporativa, analizando diseños de interiores que reflejen la marca de una organización o empresa.

4. CONTENIDOS

- T01_Creación de marca. Branding.
- T02_Comunicación y RRSS.
- T03_Sistemas de organización.
- T04_Plan de RRHH.
- T05_Plan de marketing.
- T06_Plan financiero.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje cooperativo.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje basado en proyectos.

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Actividad formativa	Número de horas
Clases Magistrales	10 h
Clases de aplicación práctica	20 h
Análisis de casos	10 h
Resolución de problemas	3 h
Exposiciones orales de trabajos	2 h
Elaboración de informes y escritos	21 h
Diseño de estrategias y planes de intervención	6 h
Trabajo autónomo	50h
Debates y coloquios	8 h
Tutoría	18 h
Pruebas de presenciales conocimiento	2 h
TOTAL	**150 h**

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Sistema de evaluación	Peso
Pruebas de conocimiento	60%
Exposiciones orales	5%
Informes y escritos	10%
Caso/problema	10%
Trabajos de diseño de estrategias y planes de intervención	15%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de las actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1	Semana 1
Actividad 2	Semana 2
Actividad 3	Semana 3
Actividad 4	Semana 4

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Cabero Almenara, J. y Barroso Osuna, J. (2018). *Los escenarios tecnológicos en Realidad Aumentada (RA): posibilidades educativas.* Aula abierta, 47 (3), 327-336.
- INTEF (2017). Marco común de competencia digital docente. Madrid: MECD.
- Joint Research Centre JCR (2017). Marco Europeo DigCompEdu. Sevilla: JCR.
- Trujillo Saez, F. (2014). *Artefactos digitales. Una escuela digital para la educación de hoy.* Grao.
- Vázquez Cano, E. y Sevillano García, M.L. (2015). *Dispositivos digitales móviles en Educación.* Narcea.
- Lupton, E. (2011). Pensar con tipos. Editorial GG.
- Marín Álvarez, R. (2013). *Ortotipografía para diseñadores*. Editorial GG.
- Marín Díaz, V.; Cabero Almenara, J. y Gallego Pérez, O.M. (2018). *Motivación y realidad aumentada: Estudiantes como consumidores y productores de objetos de aprendizaje*. Aula abierta, 47 (3), 337-346.
- Martínez de Sousa, J. (2000). *Manual de estilo de la lengua española*. Trea.
- Martínez de Sousa, J. (2015). *Ortografía y ortotipografía del español actual*. Trea.
- Pohlen, J. (2015). *Fuente de letras*. Taschen.
- Samara, T. (2002). *Diseñar con y sin retícula*. Editorial GG.

10. UNIDAD DE ATENCIÓN A LA DIVERSIDAD

Desde la Unidad de Orientación Educativa y Diversidad (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades.

Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes:

- Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico.
- En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes.
- Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional.
- Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a:
unidad.diversidaduev@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.