



**PROGRAMA PLANEAMIENTO EDUCATIVO
DEPARTAMENTO DE DISEÑO Y DESARROLLO CURRICULAR**

		PROGRAMA		
		Código en SIPE	Descripción en SIPE	
TIPO DE CURSO		049	Educación Media Tecnológica	
PLAN		2004	2004	
SECTOR DE ESTUDIO		375	Diseño	
ORIENTACIÓN		30G	Diseño	
MODALIDAD		-	Presencial	
AÑO		2	Segundo	
TRAYECTO		-	-	
SEMESTRE		-	-	
MÓDULO		-	-	
ÁREA DE ASIGNATURA		3365	EST Gestión de Emprendimientos	
ASIGNATURA		17743	Gestión para emprender	
ESPACIO o COMPONENTE CURRICULAR		Tecnológico		
MODALIDAD DE APROBACIÓN		Exoneración		
DURACIÓN DEL CURSO		Horas totales: 64	Horas semanales: 2	Cantidad de semanas: 32
Fecha de Presentación : 29/08/2018	Nº Resolución del CETP	Exp. Nº	Res. Nº	Acta Nº
				Fecha __/__/__

ANTECEDENTES

En el marco de las formaciones de educación media superior y particularmente del plan de estudio de educación media tecnológica en diseño, se desarrolla este programa, considerando al Diseño como disciplina específica de aplicación en el sector productivo y social, como actividad constructora de cultura material e inmaterial, y como herramienta metodológica para el proceso de aprendizaje y facilitador del desarrollo de una cultura creativa entre instituciones, docentes y estudiantes.

FUNDAMENTACIÓN

La incorporación del diseño en formaciones técnico-tecnológicas es estratégico, siendo el Diseño una actividad técnico-creativa que tiene como fin lograr una unidad tecnológica, estética y funcional sustentable desde el momento en que el producto es concebido.

Vincular el diseño y sus metodologías con los ámbitos tecnológicos colabora con el aumento de la percepción y generación de valor y la optimización de procesos de producción, tanto como habilita a la reflexión sobre la construcción de cultura y modos de vida, al integrar los conocimientos de carácter técnico-analíticos con los creativos, favoreciendo a su vez espacios participativos, innovadores y profesionales.

En tal sentido resulta de gran importancia que en este segundo año del curso los estudiantes adquieran conceptos vinculados a las habilidades y herramientas para emprender y gestionar recursos hacia la concreción de un objetivo propuesto. La asignatura Gestión para emprender I, propone estimular el desarrollo de habilidades y competencias personales como la iniciativa, la organización, la distribución de roles, la capacidad de trabajar en equipo y lograr acuerdos.

A su vez, acerca herramientas específicas para la organización del trabajo por proyectos, visualizar y minimizar riesgos en ellos y transformar posibles “fracasos” en oportunidades de crecimiento y aprendizaje. ¿Qué puede salir mal en lo planeado?

¿Cuál es su impacto? ¿Cómo puedo prevenirlo? ¿Qué puedo aprender de lo que no pude prever? ¿Cómo lo transformo en mi fortaleza?

Por otra parte, aproxima a la noción de usuario y presenta herramientas básicas para la generación de una propuesta de valor que considere central al usuario, sus necesidades, costumbres, intereses y posibilidades.

Además, busca desarrollar en los estudiantes la habilidad de vincular conceptos teóricos de la realidad socioeconómica y cultural a casos reales de proyectos de diseño e introduce de esta manera a la noción de tipos de innovación.

OBJETIVOS GENERALES

Fomentar la actitud emprendedora del estudiante poniendo a su disposición herramientas para la práctica colaborativa, gestión de recursos, planificación e introducción a la formulación de proyectos y su expresión escrita y visual.

Que apoyado en su planificación, el estudiante logre sostener, individualmente, en equipo, el desarrollo de las tareas necesarias para lograr un objetivo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Que el estudiante logre:

- Conocer, aprehender y poner en práctica herramientas de gestión de proyectos.
- Identificar y desarrollar sus capacidades hacia la concreción de un objetivo.
- Comunicar las cualidades de su propuesta a través de técnicas de presentaciones efectivas.
- Identificar y valorar las instancias del trabajo en equipo así como el intercambio de conocimientos entre sus compañeros.

CONTENIDOS

Unidad I: Proyectos de Diseño - Casos reales

Objetivos de la unidad:

Brindar al estudiante un panorama general de posibilidades de acción del Diseño en diferentes campos o sectores, haciendo énfasis en proyectos innovadores.

Que el estudiante:

- Se aproxime a los diferentes campos de acción del Diseño.
- Se introduzca a la noción de innovación y tipos de innovación.
- Se aproxime a casos reales de Proyectos de Diseño (nacionales, regionales, internacionales)

Temas:

- > Campos de acción del Diseño (gráfico/industrial/textil/servicio/social)
- > Distintas concepciones de desarrollo social.
- > Aproximación al concepto de innovación.
- > Motivación - casos de innovación.
- > Acercamiento a un caso particular.

Carga horaria sugerida:

12 horas, 6 semanas

Unidad II: El/Los usuario/s

Objetivos de la unidad:

Brindar al estudiante herramientas de acercamiento a usuarios para lograr comprender sus intereses y motivaciones. Brindar herramientas y apoyar al estudiante en la sistematización del análisis del usuario a realizar en Taller de Diseño II.

Temas:

- > Usuario y sus posibles entornos.
- > Distintas percepciones de “valor”.
- > Propuesta valor (a través de un Canvas).
- > Usuario, consumidor y prosumidor.
- > Apoyo a Taller de Diseño II en la sistematización del análisis del usuario.

Carga horaria sugerida:

12 horas, 6 semanas

Unidad III: Capacidades y herramientas para emprender

Objetivos de la unidad:

Que el estudiante se aproxime al conocimiento y desarrollo de sus capacidades emprendedoras poniendo en práctica las herramientas.

Temas:

- > Aptitudes y competencias emprendedoras.
- > FODA personal.
- > Cómo trabajar lo que me falta desarrollar.
- > Trabajo en equipo. Trabajo colaborativo.
- > Asociaciones.
- > Entender el fracaso. Evaluación y gestión de riesgos.
- > Acercamiento a un caso particular.

Carga horaria sugerida:

16 horas, 8 semanas

Unidad IV: Planificación para la gestión. Apoyo al trabajo final de Taller de Diseño II y Laboratorio II en coordinación con Representación II.

Objetivos de la unidad:

Brindar al estudiante un espacio para la planificación de la gestión y presentación del Trabajo Final a desarrollar en Taller de Diseño II y Laboratorio II, en base a los temas trabajados en el año y en coordinación con Taller de Diseño II, Laboratorio II y Representación II. Que el estudiante desarrolle sus habilidades personales como la iniciativa, la organización y la capacidad de trabajar de forma colaborativa.

Temas:

- > Aproximación a la noción de proyecto.
- > Componente comercial: mix de marketing.
- > Introducción al concepto de costo y factibilidad.

- > Aproximación a la noción de Resumen ejecutivo.
- > Planificación del trabajo final en coordinación con Taller de Diseño II y Laboratorio II.
- > Sistematización de información en coordinación con Taller de Diseño II y Laboratorio II.
- > Presentación del trabajo final.

Herramientas sugeridas:

. Diagrama de Gantt

Carga horaria sugerida:

24 horas, 12 semanas

METODOLOGÍA

Como metodología de trabajo en el aula, se propone el abordaje de las Unidades Temáticas a través de instancias de indagación de los saberes del grupo como punto de partida hacia la construcción colectiva de los saberes concernientes a las unidades. Puestos en común los saberes del grupo, se propone el planteo de ejercicios que involucren el acercamiento a distintas fuentes de información que el docente proponga. Se recomienda poner en práctica las temáticas a través de ejercicios en equipo o individuales con fuerte carácter experimental previendo consultas que contemplen el proceso y favorecer el trabajo colaborativo así como también la indagación y análisis.

Se propone la realización de trabajos que impliquen un material de entrega, audiovisual, impreso u oral y la posterior devolución por parte del docente a los estudiantes, durante la cual destacar los aspectos positivos de los resultados logrados, mencionar crítica y objetivamente los aspectos a mejorar, haciendo hincapié en la evolución de los procesos.

El planteo de los ejercicios se hará mediante el uso de “premisas”, documento escrito que funcionará de referencia común para estudiantes y docentes sobre los objetivos, herramientas a utilizar, tiempos, criterios de evaluación y material a entregar, entre otros aspectos.

A.N.E.P.
Consejo de Educación Técnico Profesional

Se considera que en la última unidad del curso la asignatura trabajará apoyando la realización del proyecto de diseño.

Se sugiere integrar las inquietudes temáticas de los estudiantes a los contenidos del curso, adecuando los mismos para lograr los objetivos planteados.

EVALUACIÓN

La evaluación se hará a través del desarrollo de ejercicios, individuales y/o grupales realizados en aula y domiciliariamente, por lo que se atenderán tanto el proceso como los resultados.

El proyecto a realizar al final de la asignatura debería reunir todos los conocimientos y habilidades adquiridas durante el curso y desarrollar en el estudiante la capacidad de organización para la concreción del proyecto, por lo que este proyecto será de especial importancia para la valoración del proceso de aprendizaje del estudiante y la visualización de la aplicación de esos conocimientos, habilidades y capacidades desarrolladas. En esta instancia se sugiere tener espacios de consulta específicos pautados con los estudiantes para el seguimiento de los avances etapa por etapa.

Asimismo, se privilegiará la evaluación formativa en todas las etapas, a través de instancias de autoevaluación y evaluación cruzada, tendiente a retroalimentar al estudiante sobre su proceso de aprendizaje.

La calificación final estará dada por la entrega de los ejercicios realizados en el año. En caso de no lograr la calificación de exoneración, se deberá rendir examen con tribunal. El examen será la re-entrega del trabajo final del año para lo que se sugiere tener espacios de consulta específicos pautados con los estudiantes para el seguimiento de los avances etapa por etapa.

BIBLIOGRAFÍA

- Kotler, P. (2013). Fundamentos del Marketing. 11a edición. Pearson.
- Peters, T. (2005). Re-imagina. Alhambra Editorial.
- Carmona, L. and Jáuregui, F. (2014). 1001 consejos para emprender. Córdoba. Editorial Almuzara.
- Skotnicka, I., López, J., López, M., Muñoz, N. (2013). Emprendedores Innovadores. Recuperado de http://www.emotools.com/media/upload/2013/02/05/eBook_Emprendedores_Innovadores_eMOTools.pdf