

**Curso 2020-2021**

ESCUELA DE DISEÑO  
CENTRO ESPAÑOL DE NUEVAS  
PROFESIONES

Centro privado autorizado

Dirección General de Universidades  
e Investigación  
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN,  
JUVENTUD Y DEPORTE



**Comunidad de Madrid**



## **GUÍA DOCENTE DE Gestión de la Creatividad y Retail**

**Título Superior de Diseño**

**FECHA DE ACTUALIZACIÓN: SEPTIEMBRE 2020**



Dirección General de Universidades  
e Investigación  
CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN,  
JUVENTUD Y DEPORTE



**Comunidad de Madrid**



**TITULACIÓN:** Título Superior de Diseño  
**ASIGNATURA:** Gestión de la Creatividad y Retail

### 1. IDENTIFICADORES DE LA ASIGNATURA

Tipo <sup>1</sup>	Optativa
Carácter <sup>2</sup>	Clases teórico - prácticas
Especialidad/itinerario/estilo/instrumento	Diseño de Interiores y Diseño Gráfico
Materia	Gestión del Diseño
Periodo de impartición <sup>3</sup>	4º Curso / Semestre 1º
Número de créditos	4
Departamento	
Prelación/ requisitos previos	Ninguna
Idioma/s en los que se imparte	Español

### 2. PROFESOR RESPONSABLE DE LA ASIGNATURA

Apellidos y nombre	Correo electrónico
Carreño Vicente, Teresa	<teresa.carreno@nuevasprofesiones.com>

### 3. RELACIÓN DE PROFESORES Y GRUPOS A LOS QUE IMPARTEN DOCENCIA

Apellidos y nombre	Correo electrónico	Grupos
López García, Juan	<juan.lopez@nuevasprofesiones.com>	4DI/DG
Pascual Figueroa, Íñigo	<inigo.pascual@nuevasprofesiones.com>	4DI/DG

### 4. COMPETENCIAS

- Formación básica, obligatoria u optativa.
- Carácter de la asignaturas en función de las enseñanzas:
  - Enseñanzas Superiores de Música**
    - Clases de enseñanza no instrumental
    - Clases de enseñanza colectiva
    - Clases de enseñanza instrumental individual.
  - Enseñanzas Superiores de Danza**
    - Clases de enseñanza teórica
    - Clases de enseñanza práctica
    - Clases de enseñanza teórico - práctica
    - Clases de técnicas
  - Enseñanzas Superiores de Arte Dramático**
    - Clases de enseñanza teórica
    - Clases de enseñanza práctica
    - Clases de enseñanza teórico - práctica
    - Clases de técnicas
  - Enseñanzas Superiores de Diseño**
    - Clases de enseñanza teórica
    - Clases teórico- prácticas
    - Talleres
  - Enseñanzas Superiores de Conservación y Restauración de Bienes Culturales**
    - Clases de enseñanza teórica
    - Clases teórico- prácticas
    - Talleres
- Indicar el curso y el semestre, en su caso.

Para cumplimentar este apartado, seleccionar entre las competencias transversales, generales y específicas de especialidad establecidas en los correspondientes Reales Decretos de Título, aquellas a cuyo logro contribuye esta asignatura

Competencias transversales
<i>Analizar la influencia de la variedad de documentos</i>
<i>Evaluar información</i>
<i>Exponer la información analizada y valorada</i>
Competencias generales
Analizar, evaluar y verificar la viabilidad de proyectos desde criterios de innovación, gestión empresarial y demandas de mercado
Organizar, dirigir y/o coordinar equipos de trabajo y saber adaptarse a grupos de trabajo multidisciplinares
Competencias específicas
Conocer el contexto económico, social, cultural e histórico en el que se desarrolla el diseño gráfico y el diseño de interiores. Reflexionar sobre la influencia positiva del diseño y valorar su incidencia en la mejora de la calidad de vida y del medio ambiente y su capacidad para generar identidad, inversión y calidad en la producción.

## 5 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**El alumno al final de curso habrá asimilado la relación entre conceptos esenciales de las estrategias de marketing y su aplicación práctica al retail.**

**Asimismo será capaz de desarrollarlos y evaluarlos en función de criterios técnicos aplicados al diseño de proyectos concretos.**

## 6. CONTENIDOS

Bloque temático ( en su caso)	Tema/repertorio
I.- Marketing y estrategias creativas	Tema 1. Orientación del marketing
	Tema 3. Marketing y estrategia
	Tema 5 Segmentación
	Tema 7 Productos y mercados

	Tema 9 Precio y distribución Tema 11 Comunicación y promoción Tema 13 Planificación de marketing Tema 15 Conclusiones teóricas y aplicaciones prácticas
II.- Diseños del punto de venta	Tema 2 La experiencia de compra Tema 4 El layout de la tienda Tema 6 Concepto store
	Tema 8 Tiendas y tendencias Tema 10 Visual thinking y visual merchandising
	Tema 14 Iluminación

## 7. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DEL TRABAJO DEL ESTUDIANTE

Tipo de actividad	Total horas
Actividades teóricas	a: 32 horas
Actividades prácticas	a: 44 horas
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	a:10 horas
Realización de pruebas	a: 4 horas
Horas de trabajo del estudiante	b:13 horas
Preparación prácticas	b:13 horas
Realización de pruebas	b: 4 horas
<b>Total de horas de trabajo del estudiante</b>	<b>a +b = 120 horas</b>

## 8. METODOLOGÍA

Breve descripción de la metodología a aplicar en cada una de las actividades.

Actividades teóricas	Exposición de los temas del programa de la asignatura
Actividades prácticas	Planteamiento de casos prácticos en clase presencial
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	Jornadas y seminarios desde el punto de vista del Marketing y la Comunicación aplicados al diseño. Visitas a puntos de venta.
Actividades teóricas	Análisis de Contenido de las jornadas o conferencias en función de conceptos teóricos claves en el programa

## 9. CRITERIOS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN

### 9.1. INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Cuestionarios no estructurados acerca de temas teóricos
Actividades prácticas	Desarrollo de casos prácticos y proyectos
Otras actividades formativas de carácter	Síntesis y análisis de jornadas, conferencias o seminarios

obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	
Actividades teóricas	Test de conceptos teóricos relativos jornadas, seminarios o conferencias

## 9.2 CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Actividades teóricas	Exactitud de los conceptos teóricos y relaciones entre ellos mismos.
Actividades prácticas	Aplicación coherente de conceptos teóricos.
Otras actividades formativas de carácter obligatorio (jornadas, seminarios, etc.)	Participación en el comentario en grupo de las actividades y empleo de conceptos propios de la asignatura.
Actividades teóricas	Coherencia y precisión en el empleo de conceptos y modelos propios de la asignatura.

## 9.3. CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

### 9.3.1 Ponderación de los instrumentos de evaluación para la evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Prueba escrita u oral	20 %
Prácticas y trabajos de curso	45 %
Presentación de prácticas y Asistencia y participación en clase (15% + 15 % )	35%
Total	100%

### 9.3.2. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación con pérdida de evaluación continua

Instrumentos	Ponderación
Prueba escrita u oral	50%
Trabajos prácticos	50%
Total	100%

### 9.3.3. Ponderación de instrumentos de evaluación para la evaluación extraordinaria

Instrumentos	Ponderación
Examen escrito ( teórico – práctico ) u oral	100%
Entrega de trabajos del curso antes del examen	

Total	100%

### 9.3.4. Ponderación para la evaluación de estudiantes con discapacidad

Las adaptaciones de los instrumentos de evaluación deberán tener en cuenta los diferentes tipos de discapacidad

Instrumentos	Ponderación
Examen escrito u oral en función de la discapacidad	40%
Prácticas si es posible o adaptación a la discapacidad	45%
Asistencia a clase	15%
Total	100%

## 10. PLANIFICACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE Y EVALUACIONES

Los responsables de las asignaturas deberán ofrecer a los estudiantes una planificación temporal de los contenidos de las asignaturas, asociándoles el tipo de metodología docente que será aplicada, así como las evaluaciones previstas.

A continuación se ofrece un modelo que podrá ser adaptado por el profesor, siendo imprescindible que se contemplen los elementos señalados en el párrafo anterior.





Semana	CONTENIDOS, METODOLOGÍA DOCENTE ASOCIADA E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN	Total horas presenciales	Total horas no presenciales	
Semana 1	<b>TEMA 1:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa de la asignatura / Contenidos teóricos</i>	2 horas	
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto I</i>	4 horas	
	Otras actividades formativas :	Visita a un punto de venta		2 horas
	Evaluación :			
Semana 2	<b>TEMA 2:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa / Contenidos teóricos</i>	2 horas	
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto I</i>	4 horas	
	Otras actividades formativas :	<i>Vista a un punto de venta</i>		2 horas
	Evaluación :			
Semana 3	<b>TEMA 3:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa / Contenidos</i>	2 horas	
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto I</i>	4 horas	
	Otras actividades formativas :	<i>Visita a un punto de venta</i>		2 horas
	Evaluación :			
Semana 4	<b>TEMA 4:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario teórico</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto I</i>	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
Semana 5	<b>TEMA 5:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto I</i>	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			

<b>Semana 6</b>	<b>TEMA 6:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto II</i>	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
<b>Semana 7</b>	<b>TEMA 7:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto II</i>	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
<b>Semana 8</b>	<b>TEMA 8:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto II</i>	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
<b>Semana 9</b>	<b>TEMA 9:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto II</i>	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :	<i>Vista a un punto de venta</i>		2 horas
	Evaluación :			
<b>Semana 10</b>	<b>TEMA 10:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto II</i>	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :	<i>Breve descripción del contenido específico, si procede</i>		
	Evaluación :	<i>Breve descripción del instrumento de evaluación y contenido</i>		
<b>Semana 11</b>	<b>TEMA 11:</b>			
	Actividades teóricas:	<i>Programa y Cuestionario</i>	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	<i>Proyecto III</i>	4 horas	1 hora

	Otras actividades formativas :	Breve descripción del contenido específico, si procede		
	Evaluación :			
<b>Semana 12</b>	<b>TEMA X:</b>			
	Actividades teóricas:	Programa Cuestionario	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	Proyecto III	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :	Vista a un punto de venta		2 horas
	Evaluación :			
<b>Semana 13</b>	<b>TEMA X:</b>			
	Actividades teóricas:	Programa y Cuestionario	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	Proyecto III	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
<b>Semana 14</b>	<b>TEMA X:</b>			
	Actividades teóricas:	Programa y Cuestionario	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	Proyecto III	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
<b>Semana 15</b>	<b>TEMA X:</b>			
	Actividades teóricas:	Programa y Cuestionario	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	Proyecto III	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
<b>Semana 16</b>	<b>TEMA X:</b>			
	Actividades teóricas:	Repaso de conceptos teóricos en función del proyecto final de curso	2 horas	1 hora
	Actividades prácticas:	Proyecto III	4 horas	1 hora
	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :			
<b>Semana 17</b>	<b>TEMA X:</b>			
	Actividades teóricas:			
	Actividades prácticas:			

	Otras actividades formativas :			
	Evaluación :	<i>Examen escrito teórico / práctico para evaluación final "ordinaria"</i>	4 horas	

**CRONOGRAMA**

## 11. RECURSOS Y MATERIALES DIDÁCTICOS<sup>2</sup>

--

### 11.1. Bibliografía general

<b>Título</b>	Dinamización del punto de venta
<b>Autor</b>	Alicia Calvo Castro
<b>Editorial</b>	Síntesis

<b>Título</b>	Merchandising y retail
<b>Autor</b>	Gloría Jiménez Marín
<b>Editorial</b>	Advock

<b>Título</b>	Merchandising
<b>Autor</b>	Ricardo Palomares Borja
<b>Editorial</b>	ESIC

### 11.2. Bibliografía complementaria

<b>Título</b>	El camino hacia el Lean Start up
<b>Autor</b>	Eric Ries
<b>Editorial</b>	Deusto

<b>Título</b>	Tu mundo en una servilleta
<b>Autor</b>	Dan Roam
<b>Editorial</b>	Gestión 2000

<b>Título</b>	La clave del éxito
<b>Autor</b>	Malcom Gladwell
<b>Editorial</b>	Santillana

### 11.3. Direcciones web de interés

<b>Dirección 1</b>	< puromarketing.com >
<b>Dirección 2</b>	< merca20.com >
<b>Dirección 3</b>	< muycanal.com >

### 11.4 Otros materiales y recursos didácticos

Documentos	Off y online
Audiovisuales	Online

<sup>2</sup> Se recomienda que el número total de referencias bibliográficas no exceda de veinte títulos.