Departamento
de Diseño
en Comunicación Visual

FACULTAD
DE ARTES

UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA

SEMINARIO OPTATIVO

ALTERNATIVAS PROFESIONALES

HERRAMIENTAS PARA EJERCER LA PROFESIÓN

DCV Rita García
PROFESORA TITULAR

DCV María Soledad Zecca
PROFESORA ADJUNTA

Carrera en que se inscribe:
Licenciatura en Diseño en Comunicación Visual
Profesorado en Diseño en Comunicación Visual

PROGRAMA DE ESTUDIOS
MODALIDAD DEL SEMINARIO OPTATIVO

Cuatrimestral – A dictarse el 1er. cuatrimestre de 2023

SISTEMA DE PROMOCIÓN

Directa

CARGA HORARIA SEMANAL

Cuatro (4) horas de cursada semanales obligatorias. 64 horas totales.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El seminario pretende ser un espacio de desarrollo intelectual y de contenidos, un espacio abierto al debate y análisis de conceptos que involucren todas las partes: profesores, especialistas y estudiantes; teniendo como principal premisa, despertar el interés de los estudiantes de ser partícipes y protagonistas de su propia búsqueda de objetivos y expectativas de lo que será su futuro profesional.

Esta construcción, será mediante charlas con las docentes y con especialistas, e implementando trabajos prácticos, que les permitan asimilar y unificar los contenidos brindados a lo largo del programa.

Charlas especiales

Como parte del enriquecimiento de los contenidos brindados, se presentarán charlas especiales a desarrollarse dentro del horario de clase, con la participación de diseñadores en comunicación visual con vasta experiencia profesional en el tema. El objetivo de estos encuentros es profundizar los conocimientos sobre algunos contenidos puntuales, a través de los cuales se pretende que los estudiantes tengan un rol activo e intercambien ideas con sus docentes y el invitado/a, promoviendo el análisis y espíritu crítico, siendo además partícipes de forma real de un caso específico.

Trabajos Prácticos

La actividad práctica se lleva a cabo en el aula y en formato de "Trabajos Prácticos" a resolver. Se trabaja desde el "análisis de casos", considerando importante y fundamental todo el desarrollo del proyecto. Están planteados de forma gradual y en base a un eje central, que acerca al estudiante a la problemática real.

MODO DE EVALUACIÓN

Instancias de evaluación:

- Evaluaciones centradas en temas y conceptos desarrollados durante la cursada.
- Trabajo final integrador, de carácter individual.

Condiciones para la aprobación:

- 80 % de asistencia a las clases.
- Cumplimentar el 100 % de los trabajos prácticos y aprobarlos.

DATO DE CONTACTO

Correo electrónico: contacto@alternativasprofesionales.com.ar
Redes: Instagram: @alternativasprofesionales
Facebook: @alternativasprofesionales.dcv
Web: www.alternativasprofesionales.com.ar

FUNDAMENTACIÓN

Ayudar a los estudiantes a tener una mirada concreta sobre lo que desea para su profesión. Formarlos con conocimientos en materia de estrategia profesional, capacitación, negocios y economía, los ayudará a perfilar y buscar las herramientas necesarias para vislumbrar desde temprana edad su futuro profesional.

Poder identificar qué tipo de profesional se quiere ser, que tipo de servicios o desarrollos brindar, y saber qué medios, mercados o nichos le serán estratégicos para tal fin, serán las premisas de este Seminario.

Pensar la profesión como su medio de vida, su fuente de recursos económicos. Pensar la profesión como negocio y sustento, teniendo presente que, una vez recibidos de la carrera, una de las cuestiones más difíciles a la hora de empezar nuestro propio negocio en el mundo de la creatividad es ponerle precio a nuestro trabajo y definir nuestra propia estrategia de negocio. Evaluar también nuestro negocio a nivel financiero para darle los mejores cimientos, lograr que crezca y salga adelante.

Descubrir que los números son nuestros amigos y no un condicionante a la hora de crear. Ponerle precio al trabajo usando conceptos básicos de contabilidad, calculando gastos, plazos, tipos de clientes, tipos de servicios, y de negocio.

Crear una estructura que los presente firmes en el mercado laboral, tanto educativo, corporativo como independiente. Formar profesionales que interactúen eficientemente como parte de equipos multidisciplinarios o bien como emprendedores independientes capaces de ser líderes que identifiquen nichos de negocio, capaces de plantear soluciones a problemas de sus clientes a través del desarrollo de productos y/o de servicios innovadores.

Descubrirse también como profesionales vincularlos con el área educativa como salida laboral. Brindarles información sobre la oferta de capacitaciones disponibles y de especializaciones que se desprenden de la carrera. Vincularlos a los Posgrados, Maestrías y Profesorado de la carrera. La Docencia como salida laboral. Conocer y desplegar el universo educativo profesional.

PROPÓSITOS

- Ayudar a definirse como futuros profesionales.
- Ayudar a vislumbrar su perfil profesional.
- Orientar al estudiante en la realidad profesional que se le aproxima.
- Ayudar a comprender su actividad dentro de un marco de realidad social y económica.
- Ayudar al estudiante a reconocer su capacidad para emprender, empatizar y crear soluciones en materia de comunicación visual.

OBJETIVOS:

- Brindar herramientas útiles, aplicables y de fácil comprensión acerca de la realidad profesional.
- Comprender la diversidad del campo laboral.
- Comprender la profesión como un medio de vida y no como un hobby.
- Detectar cuáles son los puntos débiles y fuertes de brindar servicios.
- Comprender el comportamiento del cliente o del empleador.
- Reconocer quiénes son los actores principales en la estructura empresaria.
- Realizar propuestas acertadas para mejorar la experiencia del cliente usando técnicas de ideación para generar nuevas soluciones.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar las capacidades creativas, comunicacionales, tecnológicas, investigativas, críticas y analíticas del futuro profesional del diseño, que sean capaces de desenvolverse en su trabajo conociendo el contexto de los procesos de investigación, producción y resultados económicos.
- Resolver el proceso de diseño, la gestión de proyectos, junto a la rapidez de los cambios tecnológicos para cumplir con los objetivos y en los plazos contratados.
- Integrar saberes que contribuyan a formar una identidad propia. La capacitación como fuente diferenciadora.
- Desplegar la oferta de posibilidades para la capacitación continua durante la carrera y posterior a ella. Descubrir la posibilidad de continuar los estudios a través de Especializaciones, Maestrías, Posgrados y Profesorado.
- Orientar a los estudiantes en la aplicación de la metodología proyectual para lograr un aprendizaje significativo.
- Desarrollar la metodología de diseño que implica la sistematización del proceso en la producción creativa: definir, investigar, idear, proponer, desarrollar, implementar, evaluar y mejorar.
- Generar ambientes de aprendizaje, presenciales, mediante un proceso pedagógico de participación individual y colectiva, de carácter investigativo y colaborativo.

CONTENIDOS

UNIDAD 1: La profesión como servicio.

Incumbencias profesionales.
La profesión como negocio, medio de vida.
Deseabilidad, viabilidad, factibilidad e integridad.
Desarrollador de productos vs Desarrollador de servicios.
Design Thinking y de la cultura de experiencia.
Análisis de competencia, el funnel de ventas y los modelos financieros.
Mentalidad del negocio centrado en los usuarios y stakeholders, crecimiento, estrategia, optimización de costos, posicionamiento de marca, dinámica organizacional.

UNIDAD 2: Desarrollo personal.

Emprendedor vs Empleado vs Docencia.
Campo laboral. Campo Educativo. Entrevistas.
Estudio unipersonal. Identidad.
Mi CV, mi portfolio.
Responsabilidades y prioridades.
AFIP sistema registral.
Escenarios posibles. Realidad laboral.
Capacitación constante. Opciones post carrera.
Cambio de foco.
Asumir algo nuevo.
Análisis de riesgos pasados.
Convivir con lo inevitable.

UNIDAD 3: Construyendo un equipo.

Establecer objetivos.
Realizar organigrama.
Delimitar la estructura.
Estudio especializado o multitasking. Fortalezas.

Sector interno: Departamento creativo, de medios, producción, tráfico y financiero. Sector externo: Departamento de cuentas.
Generar compromiso y metas en común.

Crear un proceso óptimo para la toma de decisiones en equipo.

Contar con todas las herramientas tecnológicas.

Propiedad intelectual y derecho de autor, copyright, copyleft, licencias Creative Commons.
Registros: DNDA, ISBN, ISSN, DOI.

UNIDAD 4: Presupuestar diseño.

Salir a competir. Opciones de Mercado.
Definir las estrategias de competencias.

Análisis de referencias, tarifarios, calculadora freelance.

Estableciendo un método de cálculos.

Tiempo de gestión, tiempo creativo, tiempo analítico, tiempo operativo, tiempo de seguimiento.

Tiempos obligatorios, tiempos de urgencias.

Costos: fijos, variables, ganancia.

Buscando una unidad de medición.

Etapas del trabajo: entrevista con el cliente, brief, cotización pre aprobación, bocetado, post aprobación, presupuesto final, bocetado final aprobado, entrega de originales.

Contratos. Licitaciones. Legales.
Organización. Plazos.

BIBLIOGRAFÍA

AVELLO Carlos, (2012): ***Medir para emprender, emprender para medir***
Journal Executive excellence: la revista de liderazgo, la gestión y la toma de decisiones
ISSN 1139-7276

LALLANA Fernando: ***Emprender o no emprender: Shakespeare, modelo de emprendimiento para toda la humanidad***
Dialnet Plus

CÁMARA ESTRELLA, África María: ***Los valores de emprender***
Journal Cultura emprendedora y educación / coord. por Luis Núñez Cubero. Cultura emprendedora y educación
ISBN 978-84-472-1606-2

BARREDO AVELLÁN, Francisco (2010): ***Educar para emprender***
Journal Revista Padres y Maestros / Journal of Parents and Teachers
ISSN 0210-4679

SMOLJE, Alejandro R. (2017): ***El Presupuesto Hoy: Investigación y Propuestas***
ISBN: 9789877410754

BUSSO, Gabriel (2019) ***Ser La Mejor Versión***

BORJA VILASECA, (2021), ***Las casualidades no existen***
ISBN: 978-950-15-3191-6

PIAZZA Jorge, (2004) ***Cómo presupuestar diseño,***
Revista: CommTOOLS ISBN 987-21632-3-5

PIAZZA Jorge, ***El diseño como negocio***
Revista: CommTOOLS ISBN: 9789871262052

PIAZZA Jorge, (2008) ***El diseño es una mentira***
Redargenta ISBN 987-987-23751-4-0