

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
 COORDINACIÓN DE FORMACIÓN BÁSICA
 COORDINACIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL Y VINCULACIÓN UNIVERSITARIA
PROGRAMA DE UNIDAD DE APRENDIZAJE POR COMPETENCIAS

I. DATOS DE IDENTIFICACIÓN	
1. Unidad Académica: Facultad de Arquitectura y Diseño	
2. Programa de estudio: Licenciatura en Diseño Gráfico	3. Vigencia del plan: 2006-2
4. Unidad de aprendizaje: Estructura Laboral y Negociación	5. Clave: 17093
6. HC: 2 HL: 0 HT: 2 HPC: 0 HE: 2 CR: 6	
7. Ciclo escolar: 2013-2	8. Etapa de formación a la que pertenece: Disciplinaria
9. Carácter de la unidad de aprendizaje: Optativa	
10. Requisitos para cursar la unidad de aprendizaje:	8278 Diseño IV

Elaboró: LDG. Carlos Alberto Vargas Zúñiga y MMER. Beatriz Adriana Torres Román	Vo.Bo.: Arq. Mario Macalpin Coronado
Fecha: Mayo 2013	Puesto: Subdirector

II. PROPÓSITO GENERAL DEL CURSO.

Esta asignatura pertenece al área de Comunicación es de carácter optativo y pretende que el alumno sea capaz de establecer una negociación con su cliente, y argumente y justifique un proyecto así como el costo del mismo, podrá realizar contratos legales con presupuestos de acuerdo a horas de trabajo y fechas de entrega, al igual que sustentar y evaluar el éxito del proyecto realizado, también será capaz de establecer vinculación empresa-proveedores (y/o ser él, el enlace) como parte fundamental del proceso y logística de sus servicios en la etapa de producción y/o montaje.

III. COMPETENCIA DEL CURSO.

Identificar, analizar y negociar en base a las necesidades del cliente, para determinar costos, tiempos de entrega de producto al cliente, vincular empresa-proveedores o ser intermediario; a través de entrevistas e investigación profunda de casos de estudio con lo que realizaran un brief que resuelva la problemática del cliente; con responsabilidad, actitud de servicio y atención al cliente y con actitudes creativas, proactivas y éticas.

IV. EVIDENCIA DE DESEMPEÑO.

Realización de estudios de casos ficticios y realización de brief. Trabajo en mesa redonda de planteamiento, análisis y resolución de problemas de las empresas. Realización de tabuladores de horas de trabajo y cotizaciones de producción. Realización de estudios de casos reales a empresas locales.

V. DESARROLLO POR UNIDADES**Encuadre del curso.****Duración: 2 horas**

Descripción temática del contenido del curso

Descripción del procedimiento de evaluación

Bibliografía.

Unidad I**Duración: 22 horas****PRINCIPIOS BASICOS DE FREELANCE****Competencia:**

Identificar los principios básicos que debe tener para interactuar con confianza y de manera eficiente al ofrecer sus servicios a futuros clientes, siendo capaces de exponer su trabajo y dar una justificación válida del mismo con responsabilidad y profesionalismo en todos sus proyectos de comunicación visual.

Contenido:

1.1 Mentalidad de éxito

1.2 Desarrollar tu oferta de servicios

1.3 Generalizar ó especializarte ¿qué es mejor?

1.4 Tener un buen portafolio laboral

1.5 Que necesitas y que no en tu portafolio laboral

1.6 Elaboración de portafolio

Unidad II

Duración: 21 horas

COMO MANEJAR TU NEGOCIO

Competencia:

Desarrollar un sistema de trabajo a través de un mejor entendimiento de el mercado y a su vez identificar sus necesidades de manera mas clara para poder plantear soluciones efectivas a nuestro cliente y de esta manera crear vínculos con los clientes a través de un servicio cálido, confiable y profesional.

Contenido:

- 2.1 Como obtener los primeros clientes
- 2.2 Elaboración adecuada de un brief
- 2.3 Mapas de empatía
- 2.4 Precios
- 2.5 En búsqueda de mejores clientes
- 2.6 Negociaciones

Unidad III**Duración: 19 horas****PROMOCIÓN, PUBLICIDAD Y LEGALIDAD****Competencia:**

Estructurar un plan que sirva para proyectar la imagen de su marca personal al igual que conocer los aspectos legales y responsabilidades que esto requiere, para poder crear una imagen solida ante nuestro público generando lazos duraderos que nos brinden un base firme para expandirnos hacia nuevos mercados ofreciendo un servicio de creativo de calidad.

Contenido:

- 3.1 Persuadir al cliente para trabajar con nosotros
- 3.2 Marketing para freelance
- 3.3 Aspectos legales
- 3.4 Como aumentar tus recomendaciones
- 3.5 Como elevar tus tarifas

VI. ESTRUCTURA DE LAS PRACTICAS				
No. de Práctica	Competencia	Descripción	Material de Apoyo	Horas
1	Identificar los principios básicos que debe tener para interactuar con confianza y de manera eficiente al ofrecer sus servicios a futuros clientes, siendo capaces de exponer su trabajo y dar una justificación válida del mismo con responsabilidad y profesionalismo en todos sus proyectos de comunicación visual.	Seleccionar un mínimo de tres ejemplos de portafolios para discusión y análisis en mesa redonda.	Computadora, software de diseño y material de proyección, copias físicas de portafolios	4
2	Identificar los principios básicos que debe tener para interactuar con confianza y de manera eficiente al ofrecer sus servicios a futuros clientes, siendo capaces de exponer su trabajo y dar una justificación válida del mismo con responsabilidad y profesionalismo en todos sus proyectos de comunicación visual.	Lograr una distribución de trabajos dentro de un documento con identidad propia y buena presentación para mostrar las habilidades y destrezas del aspirante al trabajo a un futuro cliente o patrón.	Computadora, software de diseño, papel, pegamento, encuadernados etc.	8
3	Desarrollar un sistema de trabajo a través de un mejor entendimiento de el mercado y a su vez identificar sus necesidades de manera mas clara para poder plantear soluciones efectivas a nuestro cliente y de esta manera crear vínculos con los clientes a través de un servicio cálido, confiable y profesional.	Analizar en equipo casos ficticios de empresas o negocios para poder detectar las necesidades de los clientes y hacer propuestas de posibles soluciones redactando un brief y presentarlo ante los compañeros	Copias de casos preparados para el ejercicio y hojas para redactar posibles soluciones	4
4	Desarrollar un sistema de trabajo a través de un mejor entendimiento de el mercado y a su vez identificar sus necesidades de manera mas clara para poder plantear soluciones efectivas a nuestro cliente y de esta manera crear vínculos con los	En base a costos actuales, análisis de competencia, proveedores y otros gastos diseñar un sistema de precios o paquetes para cobrar el trabajo	Computadora, visitas y entrevistas a proveedores locales	5

	clientes a través de un servicio cálido, confiable y profesional.			
5	Estructurar un plan que sirva para proyectar la imagen de su marca personal al igual que conocer los aspectos legales y responsabilidades que esto requiere, para poder crear una imagen solida ante nuestro público generando lazos duraderos que nos brinden un base firme para expandirnos hacia nuevos mercados ofreciendo un servicio de creativo de calidad.	Presentar un trabajo que responda a la necesidad de un brief y argumentar verbalmente el por qué y para qué de la pieza ante un grupo de personas	Computadora, Proyector y panel de jurado	6
6	Estructurar un plan que sirva para proyectar la imagen de su marca personal al igual que conocer los aspectos legales y responsabilidades que esto requiere, para poder crear una imagen solida ante nuestro público generando lazos duraderos que nos brinden un base firme para expandirnos hacia nuevos mercados ofreciendo un servicio de creativo de calidad.	Preparar una campaña de promoción personal que ayude al diseñador a dar a conocer sus servicios y datos de contacto	Computadora y software de diseño	5

VII. METODOLOGÍA DE TRABAJO.

- Exposición de los temas por parte del profesor; planteamiento del ejercicio a resolver. Demostración de la solución y posibles aplicaciones de cada práctica; análisis de ejemplos y casos similares a los proyectos.
- Asesoría individual para el desarrollo de los proyectos en el planteamiento conceptual.
- Implementación de dinámicas grupales (repentinadas, mesas de discusión, investigaciones).
- Pláticas con expositores, especialistas, profesionales, técnicos y usuarios de la comunicación visual; visitas a empresas e instituciones afines a esta materia.

VIII. CRITERIOS DE EVALUACIÓN.**Criterios y medios de acreditación de acuerdo con el Estatuto Escolar de la UABC:**

- la calificación mínima aprobatoria para esta asignatura es de 60.
- la calificación obtenida se expresará en escala centesimal de 0 a 100.
- si la calificación final obtenida es mayor o igual que las 5 centésimas de cada unidad decimal, ésta no subirá a la unidad decimal superior. Ejemplo: 65 NO SUBIRÁ A 70.
- el alumno deberá cubrir el 80% de asistencias para tener derecho a la calificación final ordinaria.

Medios	Criterios de evaluación	Valor
Participación	Responsabilidad en participar en las clases manteniendo el respeto al tiempo y las opiniones de los compañeros y el maestro.	10%
Prácticas y exposiciones	Compromiso en llevar todos los datos y elementos necesarios para la correcta realización de las prácticas. Deberán entregarse la fecha y hora acordada. Capacidad de síntesis y análisis de los temas, claridad y dominio en el tratamiento del tema.	30%
Tareas	Entrega de los trabajos asignados para realizar extra clase. Deberán entregarse la fecha y hora acordada.	30%
Exámenes y/o entregas de proyectos al finalizar la unidad	Manejo adecuado de los temas del curso evaluado por medio de un examen escrito y/o práctico. Entrega de proyecto al final de cada unidad en donde se ponen en práctica de manera general los conceptos y temas vistos en la unidad.	30%
SUBTOTAL PARCIALES		100%
1er Parcial		20%
2do Parcial		20%
3er Parcial		20%
Trabajo final		40%
TOTAL CALIFICACIÓN FINAL		100%

IX. BIBLIOGRAFÍA.	
Básica.	Complementaria.
<p>Ilise Benun. (2008). <i>The Designer's Guide to Marketing and Pricing</i>. Estados Unidos: HOW Books F+W Publications.</p> <p>Collis, Cyan Ta'eed. (2011). <i>How to Be a Rockstar Freelancer</i>. Estados Unidos: FreelanceSwitch.</p> <p>Miles Burke. (2009). <i>The Principles Of Successful Freelancing</i>. Estados Unidos: SitePoint Pty. Ltd.</p> <p>Cuevas, S., Peypoch, J., y Salinas, D. (1999). <i>Cómo y cuánto cobrar diseño gráfico en México</i>. México: Gustavo Gili.</p>	<p>Kristen Fischer. (2007). <i>Creatively Self-Employed</i>. Estados Unidos: iUnuverse.</p>