UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 1

Código: FDI0108

Paralelo: A, B

Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017

Profesor: ALARCON MORALES JHONN MANUEL

Correo electrónico jalarcon@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Contribuirá para que el estudiante pueda vincular sus diseños con las necesidades del contexto y de los diferentes tipos de consumidores.

Es una asignatura teórica que aborda los diferentes métodos y técnicas de investigación de mercados.

Esta asignatura se articula con los Talleres, dando información preliminar y estrategias, para que la toma de decisiones en los proyectos de Diseño, sean acordes a las necesidades del contexto.

3. Contenidos

01.	**La investigación de mercados**
01.01.	Naturaleza de la investigación de mercados (1 horas)
01.02.	El proceso de investigación de mercados (2 horas)
01.03.	Las fuentes de información (3 horas)
02.	**Investigación Cualitativa**
02.01.	Estudios Exploratorios (3 horas)
02.02.	Estudios Orientadores (3 horas)
03.	**Investigación Cuantitativa**
03.01.	La Encuesta: generalidades (3 horas)
03.02.	Diseño del cuestionario (4 horas)
04.	**El Muestreo**
04.01.	El muestreo determinístico (2 horas)
04.02.	El muestreo probabilístico (1 horas)
05.	**Aplicaciones específicas**
05.01.	Investigación publicitaria (3 horas)
05.02.	Investigación de imagen (3 horas)
05.03.	Investigación de nombres y logotipos (3 horas)
05.04.	Investigación del estilo de vida y posicionamiento (3 horas)
05.05.	Prueba del empaque (3 horas)
06.	**El Plan de Investigación**
06.01.	Estructura y partes del plan de investigación (3 horas)
06.02.	Definición del problema y de los objetivos de investigación (2 horas)
06.03.	Desarrollo del plan de investigación (2 horas)

06.04.	Implementación del plan de investigación (2 horas)
06.05.	Interpretación e informe de resultados (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
at. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Identificar los métodos de investigación más comunes para esbozar un plan básico orientado a un proyecto de Diseño Gráfico.	-Investigaciones -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
au. Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Identificar los métodos de investigación más comunes para esbozar un plan básico orientado a un proyecto de Diseño Gráfico.	-Investigaciones -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.	
-Identificar los métodos de investigación más comunes para esbozar un plan básico orientado a un proyecto de Diseño Gráfico.	-Investigaciones -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Las fuentes de información en la investigación de mercados		APORTE 1	5	Semana: 5 (10/10/16 al 15/10/16)
Investigaciones	Formas de encuestas		APORTE 2	5	Semana: 8 (31/10/16 al 01/11/16)
Trabajos prácticos - productos	Elaboración y aplicación de encuesta y muestreo		APORTE 2	5	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Reactivos	Prueba en base a reactivos		APORTE 3	7	Semana: 13 (05/12/16 al 10/12/16)
Investigaciones	Investigación o Trabajo práctico sobre aplicaciones de la investigación de mercados		APORTE 3	8	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Proyectos	Desarrollo de un plan de investigación de mercados		EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Reactivos	Examen en base a reactivos, todos los capítulos		EXAMEN	10	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Reactivos	Evaluación en base a reactivos toda la materia		SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)
Trabajos prácticos - productos	Queda fija sobre 10 puntos		SUPLETORIO	10	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

Al ser una materia teórica, la investigación de mercados requiere de clases explicativas en donde el docente expone los diferentes tipos de investigación, sus características y herramientas. El enfoque de la materia será hacia los proyectos de diseño gráfico y como esta disciplina ayuda a la realización de los mismos. Los casos que se estudien serán lo más apegados al quehacer profesional del diseño gráfico y publicitario.
A lo largo del ciclo se realizarán ejercicios, lecturas y evaluaciones que pretenden la aplicación de las herramientas de la investigación de mercados, para lo cual se requiere de la participación activa de los estudiantes quienes trabajarán de manera individual y en grupo.

Criterios de Evaluación

Se evaluará el conocimiento de la teoría a través de trabajos de investigación, exámenes teóricos en base a reactivos, la presentación y eventual defensa de cada una de las prácticas planificadas. Se desarrollará un proyecto final que engloba el conocimiento de la materia.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
ALONSO OROZCO	Norma	ALONSO OROZCO	1999	NO INDICA
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G.	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	NO INDICA

Web

Autor	Título	URL
Gianell Peña	Gestipolis	http://www.gestiopolis.
Alejandro Jauregui	Gestipolis	http://www.gestiopolis.
Alejandro Jauregui	Gestipolis	http://www.gestiopolis.
Yuraisis Hernández	Gestipolis	http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/investigacion-de-

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, PHILIP. ARMSTRONG, GARY	Pearson Education	MARKETING VERSIÓN PARA AMÉRICA LATINA	2007	10:970 26-0770-1
HAIR, BUSH,ORTINAU	Mc. Graw Hill	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2010	NO INDICA
Malhotra / Naresh	Pearson	Investigación de Mercados	2016	978-6-07-323560-0

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **07/09/2016**

Estado: **Aprobado**