



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 1

Código: FDI0108

Paralelo:

Periodo : Septiembre-2017 a Febrero-2018

Profesor: SERRANO CORDERO JULIA CATALINA

Correo electrónico cserrano@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

Ninguno

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

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

1	La investigación de mercados
1.1	Naturaleza de la investigación de mercados (1 horas)
1.2	El proceso de investigación de mercados (2 horas)
1.3	Las fuentes de información (3 horas)
2	Investigación Cualitativa
2.1	Estudios Exploratorios (3 horas)
2.2	Estudios Orientadores (3 horas)
3	Investigación Cuantitativa
3.1	La Encuesta: generalidades (3 horas)
3.2	Diseño del cuestionario (4 horas)
4	El Muestreo
4.1	El muestreo determinístico (2 horas)
4.2	El muestreo probabilístico (1 horas)
5	Aplicaciones específicas
5.1	Investigación publicitaria (3 horas)
5.2	Investigación de imagen (3 horas)
5.3	Investigación de nombres y logotipos (3 horas)
5.4	Investigación del estilo de vida y posicionamiento (3 horas)
5.5	Prueba del empaque (3 horas)
6	El Plan de Investigación
6.1	Estructura y partes del plan de investigación (3 horas)
6.2	Definición del problema y de los objetivos de investigación (2 horas)
6.3	Desarrollo del plan de investigación (2 horas)

6.4	Implementación del plan de investigación (2 horas)
6.5	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.	-Evaluación escrita -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.	-Evaluación escrita -Evaluación oral -Investigaciones -Proyectos -Prácticas de campo (externas) -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.	-Evaluación escrita -Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Reactivo aplicado en el Aula Virtual		APORTE 1	4	Semana: 3 (10/10/17 al 14/10/17)
Foros, debates, chats y otros	Discusión sobre lectura		APORTE 1	2	Semana: 4 (16/10/17 al 21/10/17)
Reactivos	Reactivo aplicado en el Aula Virtual: Investigación cualitativa		APORTE 1	4	Semana: 6 (30/10/17 al 01/11/17)
Reactivos	Prueba teórica sobre Investigación Cuantitativa		APORTE 2	4	Semana: 9 (20/11/17 al 25/11/17)
Foros, debates, chats y otros	Discusión sobre lectura		APORTE 2	2	Semana: 10 (27/11/17 al 02/12/17)
Reactivos	El Muestreo		APORTE 2	4	Semana: 11 (04/12/17 al 09/12/17)
Reactivos	Prueba sobre Aplicaciones específicas		APORTE 3	5	Semana: 13 (18/12/17 al 22/12/17)
Reactivos	Prueba sobre las partes del El Plan de Investigación		APORTE 3	5	Semana: 15 (02/01/18 al 06/01/18)
Trabajos prácticos - productos	Aplicaciones prácticas realizadas a lo largo del curso y que serán valoradas como parte del Examen Final Observación: realizar una observación sobre un tema seleccionado por el grupo (2 puntos) Sondeo: realizar un sondeo sobre un tema seleccionado por el grupo (2 puntos) Encuesta: aplicar una encuesta sobre un tema		EXAMEN	12	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
	seleccionado por el grupo (4 puntos) Grupo Focal: realizar un Grupo Focal sobre un tema seleccionado por el grupo (4 puntos)				
Trabajos prácticos - productos	Seleccionar una aplicación específica de la investigación en el Diseño Gráfico, realizar el Plan de Investigación y ejecutarlo.		EXAMEN	8	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Reactivos	Reactivo aplicado en el Aula Virtual		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

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
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G.	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	NO INDICA
ALONSO OROZCO	Norma	ALONSO OROZCO	1999	NO INDICA

Web

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

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 11/09/2017

Estado:

Aprobado