



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE  
ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

### 1. Datos generales

**Materia:** GESTIÓN 1  
**Código:** FDI0108  
**Paralelo:**  
**Periodo :** Septiembre-2017 a Febrero-2018  
**Profesor:** VIVAR CORDERO MARÍA CAROLINA  
**Correo electrónico:** carolinavivar@uazuay.edu.ec

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

### Prerrequisitos:

Ninguno

### 2. Descripción y objetivos de la materia

Su importancia radica en que fomenta en el estudiante el hábito de la búsqueda y análisis de la información pertinente para cada situación de diseño, minimizando la incertidumbre.

Es una asignatura teórica que aborda los diferentes métodos y técnicas de investigación de mercados para dotar al estudiante de metodologías e instrumentos de recopilación de información. Se plantea la aplicación de las diferentes herramientas y métodos de investigación en problemáticas cercanas al diseño de interiores.

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

### 3. Contenidos

1	<b>Generalidades de la Investigación de Mercados:</b>
1.1	Naturaleza de la investigación de mercados. El proceso de investigación de mercados. Tipos de investigaciones. (6 horas)
1.2	Investigación Cualitativa: Estudios Exploratorios y Estudios Orientadores. La entrevista a profundidad. El grupo focal. La observación. (12 horas)
2	<b>Análisis de la información:</b>
2.1	Ingreso de la información. Cruces. (6 horas)
2.2	El muestreo. Cómo se saca la muestra. (6 horas)
3	<b>Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:</b>
3.1	Investigación de imagen. Investigación del estilo de vida. Análisis del comportamiento. Investigación del producto. Prueba de nuevos productos. Prueba del concepto. (9 horas)
3.2	Ejecución de la Investigación: Planificación, aplicación y análisis de resultados (9 horas)

### 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

Evidencias

#### ay. Capacidad para indagar información del contexto para identificar problemas

-Conectar los resultados de la investigación con proyectos puntuales de diseño. Trabajar eficiente y organizadamente en grupo.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Reactivos
-Diseñar e implementar un plan básico de investigación.	-Foros, debates, chats y otros -Proyectos -Reactivos
-Identificar los métodos de investigación más comunes (observación, entrevista, sesiones de grupo y encuesta) y aplicarlos a un nivel básico.	-Investigaciones -Prácticas de campo (externas) -Reactivos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Foros, debates, chats y otros	Se realizarán debates de los diferentes temas tratados dentro de la naturaleza de la investigación.	Generalidades de la investigación de Mercados:	APORTE 1	2	Semana: 4 (16/10/17 al 21/10/17)
Reactivos	Se realizará una evaluación en base a reactivos sobre la investigación cuantitativa.	Generalidades de la investigación de Mercados:	APORTE 1	3	Semana: 6 (30/10/17 al 01/11/17)
Investigaciones	Los estudiantes realizarán una investigación sobre los cruces de la información	Análisis de la información:	APORTE 2	3	Semana: 8 (13/11/17 al 15/11/17)
Prácticas de campo (externas)	Para entender el muestreo los estudiantes realizarán un ejercicio con datos reales.	Análisis de la información:	APORTE 2	3	Semana: 10 (27/11/17 al 02/12/17)
Reactivos	Se realizará una evaluación en base a reactivos sobre los contenidos del capítulo 1 y 2	Análisis de la información; Generalidades de la investigación de Mercados:	APORTE 2	4	Semana: 11 (04/12/17 al 09/12/17)
Investigaciones	Se investigará sobre: los Investigacion de imagen. Investigacion del estilo de vida. Analisis del comportamiento. Investigacion del producto. Prueba de nuevos productos. Prueba del concepto.	Aplicaciones específicas de la investigación de Mercados:	APORTE 3	3	Semana: 13 (18/12/17 al 22/12/17)
Foros, debates, chats y otros	Se realizarán foros sobre la ejecución de la investigación	Aplicaciones específicas de la investigación de Mercados:	APORTE 3	3	Semana: 15 (02/01/18 al 06/01/18)
Proyectos	Los estudiantes realizarán un proyecto con todos los contenidos impartidos durante el ciclo.	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la investigación de Mercados; Generalidades de la investigación de Mercados:	APORTE 3	9	Semana: 16 (08/01/18 al 13/01/18)
Reactivos	El examen final será en base a reactivos sobre todos los contenidos impartidos en el ciclo.	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la investigación de Mercados; Generalidades de la investigación de Mercados:	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Reactivos	El examen final será en base a reactivos sobre todos los contenidos impartidos en el ciclo.	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la investigación de Mercados; Generalidades de la investigación de Mercados:	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

## Metodología

Todas las clases estarán fomentando participación en clase.  
 Exposiciones que ayuden a perder el miedo de exponer ideas.  
 Foros que motiven a solventar dudas  
 Investigación para incitar a la curiosidad  
 Grupos focales, encuestas, entrevistas para poner en práctica todos los contenidos del sílabo

## Criterios de Evaluación

Se evaluará:  
 Dominio de los conocimientos impartidos en el ciclo.  
 Creatividad en búsqueda de alternativas y soluciones  
 Calidad de exposición  
 Participación activa en clase

## 5. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
-------	-----------	--------	-----	------

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
FERRÉ, JOSÉ; FERRÉ, JORDI.	Díaz de Santos S.A	LOS ESTUDIOS DE MERCADO.	1997	84-7978-297-8
LERMA, HÉCTOR	Ecoe Ediciones	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	2004	958-648-372-X
MC DANIEL, CARL; GATES, ROGER.	Thomsom Editores S.A	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	2005	0471-65765-4
BENASSINI, MARCELA.	Pearson Education	INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	2001	970260091X

Web

---

Software

---

Bibliografía de apoyo

Libros

---

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **15/09/2017**

Estado: **Aprobado**