



## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

#### 1. Datos generales

**Materia:** GESTIÓN 1  
**Código:** FDI0108  
**Paralelo:**  
**Periodo :** Septiembre-2018 a Febrero-2019  
**Profesor:** DELGADO BANEGAS CÉSAR GIOVANNY  
**Correo electrónico:** gdelgado@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 estudiantes 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 -Reactivos

#### Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Generalidades de la Investigación de Mercados	Generalidades de la investigación de Mercados:	APORTE 1	5	Semana: 4 (09/10/18 al 13/10/18)
Investigaciones	Análisis de la información:	Análisis de la información:	APORTE 2	5	Semana: 8 (05/11/18 al 10/11/18)
Foros, debates, chats y otros	Análisis de la información	Análisis de la información; Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE 2	5	Semana: 10 (19/11/18 al 24/11/18)
Investigaciones	Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercado.	Aplicaciones específicas de la investigación de Mercados:	APORTE 3	5	Semana: 14 (17/12/18 al 22/12/18)
Proyectos	Proyecto de investigación en donde se recopila los temas analizados en la asignatura	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados; Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE 3	10	Semana: 16 (02/01/19 al 05/01/19)
Reactivos	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados. Generalidades de la Investigación de Mercados	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados; Generalidades de la Investigación de Mercados:	EXAMEN	20	Semana: 19 ( al )
Reactivos	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados; Generalidades de la Investigación de Mercados:	Análisis de la información; Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados; Generalidades de la Investigación de Mercados:	SUPLETORIO	20	Semana: 21 ( al )

#### 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 de interiores y cómo esta disciplina ayuda a la realización de los mismos. Los casos que se estudien serán lo más apegados al quehacer profesional del diseño de interiores. 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 aplicación de la investigación propuesta, exámenes teóricos en base a reactivos, la presentación y eventual defensa de cada una de las prácticas planificada, además de la resolución de casos prácticos. Se desarrollará un proyecto final que engloba el conocimiento de la materia.

#### 5. Referencias

##### Bibliografía base

## Libros

---

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: **13/09/2018**

Estado: **Aprobado**