



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO DE OBJETOS

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 1 OBJETOS
Código: FDI0109
Paralelo:
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
Profesor: PAZ Y MIÑO FERRI MARIA BELEN
Correo electrónico bpazymino@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Contribuye a la capacidad del estudiante para vincular sus diseños con las necesidades del entorno y de los diferentes tipos de consumidores que existen en el medio.

Gestión I es una asignatura que aborda los diferentes métodos y técnicas de investigación de mercados.

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

3. Contenidos

01.	Generalidades de la Investigación del Diseño y el Mercado
01.01.	Concepto e importancia de la Investigación (2 horas)
01.02.	Planteando el problema de investigación (2 horas)
01.03.	Diseño de la investigación: clasificación (2 horas)
01.03.01.	Investigación exploratoria y Explicativa (2 horas)
01.03.02.	Investigación descriptiva y Correlacional (0 horas)
01.03.03.	Investigación causal (2 horas)
01.03.04.	Relaciones entre los distintos tipos de investigación (2 horas)
01.04.	Concepto e importancia de la Investigación de los productos y su funcionalidad en el mercado (2 horas)
01.05	Estudio de la incidencia del diseño y el marketing en el desarrollo de los objetos dentro del mercado (2 horas)
02.	Investigación Cualitativa
02.01.	Definición e importancia (2 horas)
02.02.	Técnicas de Investigación Cualitativa (8 horas)
03.	Investigación Cuantitativa
03.01.	Definición e importancia (2 horas)
03.02.	Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación (8 horas)
04.	Diseño de cuestionarios y formatos
04.01.	Definición y objetivos de cuestionario (2 horas)
04.02.	Proceso del diseño del cuestionario (2 horas)
05.	Muestreo: diseño y procedimientos
05.01.	El error muestral (2 horas)
05.02.	Sistema en línea para elaboración, envío, tabulación y presentación de resultados de la encuesta (0 horas)
06.	Estudio del perfil de usuario

06.01.	Aprende a observar al cliente como antropólogo (2 horas)
06.02.	Estudio del SIM y SAD (2 horas)
07.	Preparación y presentación del informe
07.01.	Importancia del Informe y la presentación (4 horas)
07.02.	El proceso, presentación y formato del informe (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ap. Investigar la realidad económica nacional	
-Esbozar un plan básico de investigación.	-Investigaciones
-Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	-Proyectos
-Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	-Investigaciones -Reactivos
aq. Encontrar información del mercado	
-Esbozar un plan básico de investigación.	-Proyectos
-Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	-Investigaciones
-Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	-Proyectos
ar. Contrastar la información del mercado	
-Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	-Informes -Proyectos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Definición del problema e investigación sobre los tipos de investigación		APORTE 1	5	Semana: 2 (19/09/16 al 24/09/16)
Proyectos	En torno a la problemática anteriormente definida realizar un proyecto que involucre la investigación cuantitativa y cualitativa		APORTE 2	5	Semana: 8 (31/10/16 al 01/11/16)
Proyectos	Realizar una investigación en la que involucre la aplicación de encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación		APORTE 2	5	Semana: 10 (14/11/16 al 19/11/16)
Reactivos	Reactivo con relación a lo visto en clases		APORTE 3	5	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
Informes	Estudio de casos, aplicado en un informe - ensayo donde se estudie al usuario		APORTE 3	5	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
Informes	Presentación de datos en función de lo antes estudiado		APORTE 3	5	Semana: 15 (19/12/16 al 23/12/16)
Proyectos	Proyecto final que involucra toda la investigación del contexto y el usuario en función de la materia de Diseño		EXAMEN	20	Semana: 17-18 (18-01-2017 al 31-01-2017)
Reactivos	Examen por reactivos		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (01-02-2017 al 11-02-2017)

Metodología

Se plantea para esta cátedra una metodología teórico práctica en la que el estudiante a través del análisis de casos pueda volcar su aprendizaje teórico en estudios relacionados con el diseño, el contexto y mercado, sin embargo se hará especial énfasis en el estudio del contexto en el que se desenvuelve el diseño a través de la antropología y sus herramientas con el fin de lograr una comprensión integral de las necesidades del usuario.

Es muy importante lograr incentivar a los estudiantes en el ámbito de la investigación, en la que se promueva la reflexión, la correcta citación y la redacción.

Criterios de Evaluación

Se evaluará sobre todo en el alumno la capacidad reflexiva, la misma que será volcada en ensayos que permitan ejercitar un pensamiento crítico, donde además se tomará en cuenta la redacción, citación y ortografía, será también de suma importancia el poder exponer públicamente sus trabajos de investigación y prácticos basados en este pensamiento reflexivo.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Naresh K. Malhotra	PEARSON EDUCACIÓN	Investigación de Mercados	2008	
Naresh K. Malhotra	PEARSON EDUCACIÓN	Investigación de Mercados	2008	
Naresh Malhotra	Prentica hall	Investigación de mercados	2016	978-6-07-323560-0
Naresh K. Malhotra	PEARSON EDUCACIÓN	Investigación de Mercados	2008	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Philip Kotler, Autor ; Kevin Lane Keller, Autor	México : Pearson	Dirección de marketing	2012	978-6-07-321245-8

Web

Autor	Título	URL
OI Escuela de Organización Industrial	aprende a observar a tu cliente como un antropólogo	https://www.youtube.com/watch?v=tiV4g5s8IDA&t=817s

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **15/03/2017**

Estado: **Aprobado**