



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

<b>01.</b>	<b>Generalidades de la Investigación del Diseño y el Mercado</b>
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)
<b>02.</b>	<b>Investigación Cualitativa</b>
02.01.	Definición e importancia (2 horas)
02.02.	Técnicas de Investigación Cualitativa (8 horas)
<b>03.</b>	<b>Investigación Cuantitativa</b>
03.01.	Definición e importancia (2 horas)
03.02.	Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación (8 horas)
<b>04.</b>	<b>Diseño de cuestionarios y formatos</b>
04.01.	Definición y objetivos de cuestionario (2 horas)
04.02.	Proceso del diseño del cuestionario (2 horas)
<b>05.</b>	<b>Muestreo: diseño y procedimientos</b>
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)
<b>06.</b>	<b>Estudio del perfil de usuario</b>

06.01.	Aprende a observar al cliente como antropólogo (2 horas)
06.02.	Estudio del SIM y SAD (2 horas)
<b>07.</b>	<b>Preparación y presentación del informe</b>
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
<b>ap. Investigar la realidad económica nacional</b>	
-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
<b>aq. Encontrar información del mercado</b>	
-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
<b>ar. Contrastar la información del mercado</b>	
-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	Generalidades de la investigación del Diseño y el Mercado	APORTE 1	5	Semana: 2 (27/03/17 al 01/04/17)
Proyectos	En torno a la problemática anteriormente definida realizar un proyecto que involucre la investigación cuantitativa y cualitativa	Investigación Cualitativa	APORTE 2	5	Semana: 8 (08/05/17 al 13/05/17)
Proyectos	Realizar una investigación en la que involucre la aplicación de encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación	Diseño de cuestionarios y formatos, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 2	5	Semana: 10 (22/05/17 al 27/05/17)
Informes	Estudio de casos, aplicado en un informe - ensayo donde se estudie al usuario	Estudio del perfil de usuario	APORTE 3	5	Semana: 14 (19/06/17 al 24/06/17)
Reactivos	Reactivo con relación a lo visto en clases	Diseño de cuestionarios y formatos, Estudio del perfil de usuario, Generalidades de la investigación del Diseño y el Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 3	5	Semana: 14 (19/06/17 al 24/06/17)
Informes	Presentación de datos en función de lo antes estudiado	Preparación y presentación del informe	APORTE 3	5	Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17)
Proyectos	Proyecto final que involucra toda la investigación del contexto y el usuario en función de la materia de Diseño	Preparación y presentación del informe	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Reactivos	Examen por reactivos	Diseño de cuestionarios y formatos, Estudio del perfil de usuario, Generalidades de la investigación del Diseño y el Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		y presentación del informe			

## 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	Prentice hall	Investigación de mercados	2020	978-607-32-5075-7
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	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=tiV4g5s8IDA&amp;t=817s">https://www.youtube.com/watch?v=tiV4g5s8IDA&amp;t=817s</a>

#### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: 15/03/2017

Estado: Aprobado