



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

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 1 OBJETOS
Código: FDI0109
Paralelo:
Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018
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 de Mercado
01.01.	Concepto e importancia de la Investigación de mercados (2 horas)
01.02.	El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones de marketing (2 horas)
01.03.	El papel de la investigación de mercados en el SIM y el SAD (2 horas)
01.04.	Definición del problema en la investigación de mercados (2 horas)
01.05.	Diseño de la investigación: clasificación (0 horas)
01.05.01.	Investigación exploratoria (2 horas)
01.05.02.	Investigación descriptiva (2 horas)
01.05.03.	Investigación causal (2 horas)
01.05.04.	Relaciones entre investigación exploratoria, descriptiva y causal (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 de cuestionario (2 horas)
04.02.	Objetivos del cuestionario (2 horas)
04.03.	Proceso del diseño del cuestionario (2 horas)
04.04.	Prueba piloto (2 horas)
05.	Muestreo: diseño y procedimientos
05.01.	Muestra o censo (8 horas)

05.02.	El error muestral (2 horas)
05.03.	Sistema en línea para elaboración, envío, tabulación y presentación de resultados de la encuesta (2 horas)
06.	Preparación y presentación del informe
06.01.	Importancia del Informe y la presentación (4 horas)
06.02.	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.	-Proyectos
-Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	-Informes
-Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	-Investigaciones -Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Investigación de problemáticas a través de entrevistas, con la entrega de informe detallado entorno al árbol de diagnóstico	Generalidades de la investigación de Mercado, Investigación Cualitativa	APORTE 1	5	Semana: 3 (26/03/18 al 29/03/18)
Investigaciones	Definición del perfil de usuario en función de los dos tipos de investigación cualitativa y cuantitativa	Generalidades de la investigación de Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa	APORTE 2	10	Semana: 8 (01/05/18 al 05/05/18)
Investigaciones	DESARROLLO DEL PROYECTO QUE ALINEA LA INVESTIGACION PREVIA Y LA PRESENTACION DEL MISMO	Diseño de cuestionarios y formatos, Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 3	10	Semana: 14 (11/06/18 al 16/06/18)
Informes	Informe cuantitativo y cualitativo escrito	Diseño de cuestionarios y formatos, Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 3	5	Semana: 16 (25/06/18 al 28/06/18)
Proyectos	Proyecto alineado a la investigación con materia de diseño	Diseño de cuestionarios y formatos, Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación y presentación del informe	EXAMEN	15	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Reactivos	examen escrito	Diseño de cuestionarios y formatos, Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación y presentación del informe	EXAMEN	5	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Reactivos	examen escrito	Diseño de cuestionarios y formatos, Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación y presentación del informe	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Se aplicarán conceptos de investigación básica, investigación de mercados y la etnografía para entender las dinámicas de consumo. Esto alineado a la materia de diseño, nos permitirá definir un perfil de usuario que nos acercará a problemáticas a resolver en productos.

Criterios de Evaluación

EL criterio de evaluaciones estará siempre guiado por las problemáticas y el encuentro con el diseño, el mercado, y el usuario, para ello se evaluará el proceso de análisis y profundización en este aspecto.

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

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **02/03/2018**

Estado: **Aprobado**