



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

#### Prerrequisitos:

Ninguno

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

### 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 de Mercado</b>
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)
<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 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)
<b>05.</b>	<b>Muestreo: diseño y procedimientos</b>
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)
<b>06.</b>	<b>Preparación y presentación del informe</b>
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
<b>ap. Investigar la realidad económica nacional</b>	
-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		APORTE 1	5	Semana: 3 (26/09/16 al 01/10/16)
Investigaciones	Definición del perfil de usuario en función de los dos tipos de investigación cualitativa y cuantitativa		APORTE 2	10	Semana: 8 (31/10/16 al 01/11/16)
Investigaciones	DESARROLLO DEL PROYECTO QUE ALINEA LA INVESTIGACION PREVIA Y LA PRESENTACION DEL MISMO		APORTE 3	10	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
5					
Informes	Informe cuantitativo y cualitativo escrito		APORTE 3	5	Semana: 16 ( al )
Proyectos	Proyecto alineado a la investigación con materia de diseño		EXAMEN	15	Semana: 17-18 (18-01-2017 al 31-01-2017)
Reactivos	examen escrito		EXAMEN	5	Semana: 17-18 (18-01-2017 al 31-01-2017)
Reactivos	examen escrito		SUPLETORIO	20	Semana: 20 (23/01/17 al 28/01/17)

#### 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	

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
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

---

Web

---

Software

---

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **02/03/2018**

Estado: **Aprobado**