UNIVERSIDAD DEL AZUAY

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

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 1 OBJETOS

Código: FDI0109

Paralelo:

Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019

Profesor: CHICA CONTRERAS MARIA GABRIELA

Correo electrónico magaby@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 linea para elaborción, 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.	-Investigaciones
-Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	-Visitas técnicas
-Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	-Reactivos
aq. Encontrar información del mercado	
-Esbozar un plan básico de investigación.	-Evaluación escrita
-Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	-Investigaciones
-Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	-Informes
ar. Contrastar la información del mercado	
-Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	-Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Investigaciones	Trabajos en clases	Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa	APORTE 1	2	Semana: 4 (01/04/19 al 06/04/19)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa	APORTE 1	3	Semana: 5 (08/04/19 al 13/04/19)
Investigaciones	Trabajos en clases	Diseño de cuestionarios y formatos, Investigación Cuantitativa	APORTE 2	3	Semana: 8 (29/04/19 al 02/05/19)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Diseño de cuestionarios y formatos, Investigación Cuantitativa	APORTE 2	7	Semana: 10 (13/05/19 al 18/05/19)
Investigaciones	Trabajos en clases y de investigación	Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación y presentación del informe	APORTE 3	5	Semana: 14 (10/06/19 al 15/06/19)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 3	10	Semana: 15 (17/06/19 al 22/06/19)
Reactivos	Evaluación escrita.	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	20	Semana: 17-18 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Evaluación escrita	Evaluación escrita.	Diseño de cuestionarios y formatos, Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación y presentación del informe	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Se aplicarán conceptos de investigación básica, investigación de mercados para conocer y entender las dinámicas de consumo. 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

Se aplicará conceptos de investigación básica, investigación de mercados para entender las dinámicas de consumo, alineando a la materia de diseño.

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	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: 08/03/2019

Estado: Aprobado