UNIVERSIDAD DEL AZUAY

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

1. Datos

Materia: GESTIÓN 1
Código: FDI0108
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2019 a Febrero-2020
Profesor: VIVAR CORDERO MARÍA CAROLINA
Correo electrónico: carolinavivar@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

Prerrequisitos:

Ninguno

2. Descripción y objetivos de la materia

Es una asignatura teórica que aborda los diferentes métodos y técnicas de investigación de mercados para dotar al estudiantes de metodologías e instrumentos de recopilación de información. Se plantea la aplicación de las diferentes herramientas y métodos de investigación en problemáticas cercanas al diseño de interiores.
Su importancia radica en que fomenta en el estudiante el hábito de la búsqueda y análisis de la información pertinente para cada situación de diseño, minimizando la incertidumbre.
Esta asignatura se articula con los Talleres, dando información preliminar y estrategias, para que la toma de decisiones en los proyectos de Diseño, sea acorde a las necesidades del contexto.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1	**Generalidades de la Investigación de Mercados:**
1.1	Naturaleza de la investigación de mercados. El proceso de investigación de mercados. Tipos de investigaciones. (6 horas)
1.2	Investigación Cualitativa: Estudios Exploratorios y Estudios Orientadores. La entrevista a profundidad. El grupo focal. La observación. (12 horas)
2	**Análisis de la información:**
2.1	Ingreso de la información. Cruces. (6 horas)
2.2	El muestreo. Cómo se saca la muestra. (6 horas)
3	**Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:**
3.1	Investigación de imagen.Investigación del estilo de vida. Análisis del comportamiento. Investigación del producto.Prueba de nuevos productos. Prueba del concepto. (9 horas)
3.2	Ejecución de la Investigación: Planificación, aplicación y análisis de resultados (9 horas)

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ay. Capacidad para indagar información del contexto para identificar problemas	
-Conectar los resultados de la investigación con proyectos puntuales de diseño. Trabajar eficiente y organizadamente en grupo.	-Investigaciones -Proyectos -Reactivos
-Diseñar e implementar un plan básico de investigación.	-Investigaciones -Proyectos -Reactivos
-Identificar los métodos de investigación más comunes (observación, entrevista, sesiones de grupo y encuesta) y aplicarlos a un nivel básico.	-Investigaciones -Proyectos -Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Proyectos	Evaluación sobre generalidades de la investigación de mercados	Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE	5	Semana: 4 (30/09/19 al 05/10/19)
Reactivos	Evaluación en base a reactivos sobre análisis de la información	Análisis de la información:	APORTE	5	Semana: 7 (21/10/19 al 26/10/19)
Proyectos	Aplicación de conceptos sobre investigación de mercados	Análisis de la información:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE	5	Semana: 8 (28/10/19 al 31/10/19)
Proyectos	Proyecto aplicado a investigaciones de mercados en diseño interior	Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:	APORTE	5	Semana: 12 (25/11/19 al 30/11/19)
Investigaciones	investigación aplicada a diseño interior	Análisis de la información:, Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE	10	Semana: 13 (02/12/19 al 07/12/19)
Reactivos	Examen final sobre todos los contenidos de la materia	Análisis de la información:, Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	EXAMEN	20	Semana: 19 (13/01/20 al 18/01/20)
Reactivos	Examen supletorio sobre todos los contenidos de la materia	Análisis de la información:, Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

La metodología empleada en esta materia se basa en la presentación de la problemática por parte del profesor (clase magistral) y la discusión de diversos enfoques, miradas y caminos para comprender la temática que relaciona a la investigación con el Diseño. Así, la clase propone actividad por parte del estudiante que a través de trabajos de investigación y ensayos que demuestren la utilidad de los contenidos de la materia.

Criterios de Evaluación

Los aspectos que se considerarán en la evaluación son la calidad de las investigaciones en cuanto a su contenido, relación con la especialidad, los datos recogidos, la forma de presentar y la capacidad de relacionar con hechos concretos. Los informes serán evaluados considerando los fundamentos teóricos expuestos, la calidad de los gráficos utilizados, la pertinencia de los mismos y la consistencia en los resultados.

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
FERRÉ, JOSÉ; FERRÉ, JORDI.	Díaz de Santos S.A	LOS ESTUDIOS DE MERCADO.	1997	84-7978-297-8
LERMA, HÉCTOR	Ecoe Ediciones	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	2004	958-648-372-X
MC DANIEL, CARL; GATES, ROGER.	Thomsom Editores S.A	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	2005	0471-65765-4

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
BENASSINI, MARCELA.	Pearson Education	INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	2001	970260091X

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Naresh Malhotra	Prentica hall	Investigación de mercados	2020	978-607-32-5075-7

Web

Autor	Título	Url
Aguilar, A L Sapién 1 ;	Método para elaborar un plan de mercadotecnia: Una herramienta de gestión del conocimiento para emprendedores	https://search.proquest.com/docview/2281950042?accountid=36552
Jiménez-Marín, Gloria 1 ;	MODA, PUBLICIDAD Y ARTE. RELACIÓN DISCIPLINAR A TRAVÉS DE LAS CAMPAÑAS DE MOSCHINO Y VERSACE	https://search.proquest.com/docview/2190927443?accountid=36552

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/09/2019

Estado: Aprobado