



Fecha Aprobación:
19/03/2014

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO

ESCUELA DE DISEÑO

CARRERA DE DISEÑO DE OBJETOS

Sílabo

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 1 OBJETOS

Código: FDI0109

Créditos: 4

Nivel: 4

Paralelo: OBJ-4A

Eje de formación: BÁSICO

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2014 - JUL/2014

Total de horas: 64

Profesor: LEON ORDOÑEZ PAOLA ANDREA

Correo electrónico: paleon@uazuay.edu.ec

Prerrequisitos:

NO TIENE

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

1. Generalidades de la Investigación de Mercado

- 1.1. Concepto de la Investigación de mercados (1 hora)
- 1.2. Importancia (1 hora)
- 1.3. Metodologías Existentes (6 horas)

2. Investigación Cualitativa

- 2.1. Definición e importancia (2 horas)
- 2.2. Técnicas: Observación, entrevista, análisis de documentos, estudio de casos, cuestionarios (8 horas)

3. Investigación Cuantitativa

- 3.1. Definición e importancia (2 horas)
- 3.2. Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación (4 horas)

4. Presentación de resultados:

- 4.1. Análisis y síntesis de la información (2 horas)
- 4.2. Tablas, informes, presentaciones (8 horas)

5. Plan básico de investigación de mercados:

- 5.1. Análisis (10 horas)
- 5.2. Síntesis de datos (8 horas)
- 5.3. Presentación de resultados: (8 horas)

6. Sistemas MLA

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
aa. Resolver problemas de diseño en base a la investigación.	
- Esbozar un plan básico de investigación.	- Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Documentos digitalizados - Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.).
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Pruebas en base a Reactivos - Exámenes escritos
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Pruebas escritas - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Documentos digitalizados - Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.).
ap. Investigar la realidad económica nacional	
- Esbozar un plan básico de investigación.	- Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.). - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Documentos digitalizados
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Pruebas en base a Reactivos - Pruebas escritas
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Documentos digitalizados - Ejecución de procedimientos - Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula
aq. Encontrar información del mercado	
- Esbozar un plan básico de investigación.	- Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Documentos digitalizados - Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.).
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Documento de ejercicios y tareas resueltas fuera del aula - Pruebas escritas - Pruebas en base a Reactivos
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Documento de ejercicios y tareas resueltas dentro del aula - Ejecución de procedimientos - Documentos digitalizados
ar. Contrastar la información del mercado	
- 1. Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	
ay. Aprender permanentemente	
- 1. Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

Clase magistral, resolución de ejercicios, trabajo autónomo, trabajo en grupo, trabajo práctico, evaluación diagnóstica, etc.

Criterios de Evaluación

Las calificaciones se obtendrán en base a evaluaciones integrales del proceso. Para ello, se aplicarán diversos mecanismos de evaluación que permitan primeramente tener una visión lo más amplia posible del grado de asimilación de cada estudiante y en segundo lugar generar múltiples oportunidades a los educandos.

Basado en que cada estudiante es diferente y por ende aprende, se comunica y asimila de diversas formas, las evaluaciones serán orales y escritas, objetivas, subjetivas y de opción múltiple. Todo ello, como se explicó, para generar mayores oportunidades al alumno y tener una visión lo más justa y real posible del proceso.

El estudiante realizará ejercicios prácticos en clase en forma individual y en grupos a base de los conocimientos adquiridos y, los mismos que serán evaluados de acuerdo a su avance, procedimiento y presentación.

En las evaluaciones parciales y finales los alumnos demostrarán conocimiento en la integración de las operaciones expresada de una forma clara en la materia, en la cual se valorará su procedimiento, su capacidad de análisis e interpretación.

En caso de trabajos escritos se calificará el uso correcto de la redacción y ortografía, además de la respectiva presentación (carátula, introducción, objetivos, desarrollo, conclusión y bibliografía), la coherencia en la presentación de las ideas y la ausencia de copia textual.

Los trabajos escritos y evaluaciones no serán postergados y se receptorán en la fecha acordada. En caso de inasistencia a una prueba, se deberá presentar autorización del decano y la misma será calificada con la ponderación establecida según reglamento.

5. Textos y otras referencias

Libros

BIBLIOGRAFÍA BASE

- McDaniel Carl, Gates Roger H..(2005). Investigación de Mercados. México: Cengage Learning Editores.
- Zikmund William G., Babin Barry J..(2008). Investigación de Mercados. Cengage Learning Editores.
- Malhotra, Naresh K..(2008). Investigación de mercados. México: Pearson Prentice Hall.
- Pope, Jeffrey L..(2002). Investigación de Mercados. Colombia: Norma.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

- Universidad Antonio Nariño. Obtenido de ProQuest: <http://search.proquest.com/docview/334393550?accountid=36552>.
- Rosa María Cárdenas Lesmes. Obtenido de ProQuest: <http://search.proquest.com/docview/334422840?accountid=36552>.

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **19/03/2014**

APROBADO