



Fecha Aprobación:
11/03/2015

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: 4A-OBJ

Eje de formación: BÁSICO

Periodo lectivo: PERIODO MAR/2015 - JUL/2015

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 de citación MLA y APA

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.	- Trabajos prácticos - productos
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Trabajos prácticos - productos - Reactivos
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Investigaciones - Prácticas de campo (externas)
ap. Investigar la realidad económica nacional	
- Esbozar un plan básico de investigación.	- Trabajos prácticos - productos
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Prácticas de campo (externas) - Reactivos
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Trabajos prácticos - productos
aq. Encontrar información del mercado	
- Esbozar un plan básico de investigación.	- Prácticas de campo (externas)
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Reactivos - Trabajos prácticos - productos
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Prácticas de campo (externas)
ar. Contrastar la información del mercado	
- 1. Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Trabajos prácticos - productos
ay. Aprender permanentemente	
- 1. Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Evaluación oral

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Investigaciones	TRABAJO SOBRE LA INVESTIGACION CUALITATIVA	CAPITULO 2	APORTE I	2,00	30 DE MARZO 2015
Prácticas de campo (externas)	APLICACION DE INVESTIGACION CUALITATIVA	CAPITULO 1 Y 2	APORTE I	4,00	13 DE ABRIL 2015
Reactivos	EVALUACION EN BASE A REACTIVOS	CAPITULO 1 Y 2	APORTE I	4,00	13 DE ABRIL 2015
Trabajos prácticos - productos	TRABAJOS DEARROLLADOS FUERA Y DENTRO DEL AULA	CAPITULO 3	APORTE II	4,00	18 DE MAYO 2015
Reactivos	EVALUACION EN BASE A REACTIVOS	CAPITULO 2 Y 3	APORTE II	6,00	18 DE MAYO 2015
Trabajos prácticos - productos	PRESENTACION ESCRITA DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA Y CUANTITATIVA	TODOS LOS CAPITULOS DEL SILABO	APORTE III	5,00	22 DE JUNIO 2015
Reactivos	EVALUACION EN BASE A REACTIVOS	CAPITULO 3, 4 Y 5	APORTE III	5,00	22 DE JUNIO 2015
Reactivos	EXAMEN EN BASE A REACTIVOS	TODOS LOS CAPITULOS DEL SILABO	EXAMEN FINAL	15,00	DE ACUERDO A CRONOGRAMA DE LA FACULTAD
Evaluación oral	EXPOSICION DEL TRABAJO DE INVESTIGACION	TODOS LOS CAPITULOS DEL SILABO	EXAMEN FINAL	5,00	DE ACUERDO A CRONOGRAMA DE LA FACULTAD

Metodología

Las clases se desarrollarán mediante la exposición teórica y práctica por parte del profesor sobre los distintos temas, utilizando siempre cuadros sinópticos, diapositivas y casos prácticos para un mejor entendimiento. El docente desarrollará un ejemplo tipo, para que luego los estudiantes desarrollen la investigación de manera grupal, y finalmente se puede realizar un refuerzo por parte del profesor de los problemas encontrados.

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 la investigación en clase y otras fuera de ella y será grupal 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 los conocimientos expresados de una forma clara en la investigación, 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 recibirán 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.

BIBLIOGRAFÍA APOYO

- ARAGON, BONELLY, CASTAÑEDA, CAVALLAZZI.(2011). INNOVACION EN LA INVESTIGACION DE MERCADOS. COLOMBIA: ALPHA Y OMEGA. A TRAVES DEL PROFESOR.

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>.

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **11/03/2015**

APROBADO