



Fecha Aprobación:
27/03/2013

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/2013 - JUL/2013

Total de horas: 64

Profesor: CASTRO RIVERA MARIA ELENA

Correo electrónico: mcastror@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 horas)
- 1.2. Importancia (1 horas)
- 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.	- Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.).
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Pruebas escritas
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.).
ap. Investigar la realidad económica nacional	
- Esbozar un plan básico de investigación.	- Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.).
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Pruebas escritas
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Pruebas escritas
aq. Encontrar información del mercado	
- Esbozar un plan básico de investigación.	- Diaporamas (diapositivas, presentaciones, ppt, prezi, etc.).
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	
- Implementar un plan de investigación sencillo, orientado a temas de diseño.	- Exámenes escritos

Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada

Metodología

.

Criterios de Evaluación

En este módulo serán evaluadas las competencias del estudiante para desarrollar un sistema de investigación de mercados, así como su participación en clases, su aporte al desarrollo del aprendizaje, además de los resultados que muestren las estrategias metodológicas para evaluar como por ejemplo el cuestionarios, documentos impresos y en digital, presentaciones en clase, foros, ensayos, etc.

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.
- Ferré Trenzano José María, Ferré Nadal Jordi.(1997). Estudios de mercado: Cómo hacer un estudio de mercado de forma práctica. Todo lo que conviene saber. España: Díaz de Santos.
- Malhotra, Naresh K..(2008). Investigación de mercados. México: Pearson Prentice Hall.
- Pope, Jeffrey L..(2002). Investigación de Mercados. Colombia: Norma.

Web

BIBLIOGRAFÍA BASE

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

Software

BIBLIOGRAFÍA

Docente

Director Junta

Fecha Aprobación: **27/03/2013**

APROBADO