



Fecha Aprobación:  
**08/03/2016**

**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:** CICLO MAR/2016 - JUL/2016

**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

#### **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
  - 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 línea para elaboración, 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

<i>Resultado de aprendizaje de la materia</i>	<i>Evidencias</i>
<b>ap. Investigar la realidad económica nacional</b>	
- 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
<b>aq. Encontrar información del mercado</b>	
- 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
<b>ar. Contrastar la información del mercado</b>	
- Identificar los métodos de investigación más comunes y aplicarlos a nivel básico.	- Reactivos

##### Desglose de Evaluación

Evidencia	Descripción Evidencia	Contenidos Sílabo Evaluar	Aporte	Calificación	Fch.Aproximada
Reactivos	Primera Prueba Escrita	Capítulo 1	APORTE I	5,00	Miércoles 13 de abril de 2016
Visitas técnicas	Comportamiento del consumidor verificado en Empresa reconocida de la localidad a ser visitada	Capitulo 2	APORTE II	3,00	Primera semana de mayo de 2016
Investigaciones	Investigación Cualitativa realizada con proyectos propios	Capitulo 2	APORTE II	7,00	Miércoles 18 de mayo de 2016
Investigaciones	Investigación Cuantitativa, encuestas realizada con proyectos propios	Capítulos 3, 4 y 5	APORTE III	7,00	Miércoles 22 de junio de 2016
Evaluación escrita	Segunda prueba escrita	Capítulos 3, 4, 5	APORTE III	8,00	Miércoles 15 de junio de 2016
Informes	Informe final de Investigación de Mercados sobre ideas propias	Todo el sílabo	EXAMEN FINAL	10,00	Ultima semana de junio de 2016
Reactivos	Examen final escrito	Todo el sílabo	EXAMEN FINAL	10,00	Primera semana de Julio de 2016

## Metodología

Clase magistral Aprendizaje cooperativo, Aprendizaje por proyectos, Trabajos en grupo, Clases apoyadas con TIC'S, Grupos Focales, Visitas técnicas, Herramientas multimedia.

## Criterios de Evaluación

Se tomarán en consideración los siguientes criterios de evaluación: dominio e integración de conocimientos en la elaboración y desarrollo de trabajos, actitud motivacional y de conocimiento en la sustentación, relación praxis – conocimientos adquiridos, todo esto complementado con la puntualidad en la entrega y sustentación de los trabajos. A su vez se procederá a tomar pruebas escritas de acuerdo con el avance de la materia.

## 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

- Javier Alonso Rivas / Idelfonso Grande Esteban.(2012). Comportamiento del Consumidor Decisiones y Estrategias de Marketing. MÉXICO: Alfaomega. A través de la profesora. N/A.
- KINNEAR / TAYLOR.(2003). Investigación de Mercados. México: Mc. Graw Hill. Biblioteca de la UDA. .. 64273.
- Prieto Herrera, Jorge Eliécer.(2009). Investigación de Mercados. COLOMBIA: Ecoe Ediciones. Internet. N/A.

### 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>.

#### BIBLIOGRAFÍA APOYO

- Fernández, María Elena Olabarriver; Benito, Sergio Monge. Obtenido de PRO QUEST:  
<http://search.proquest.com/docview/1492874120/30BDE8A21407480CPQ/4?accountid=36552>.
- Ufre, Erick Jassir. Pensamiento & Gestión 26 (Jan 2009).. Obtenido de PRO QUEST:  
<http://search.proquest.com/docview/1435585018/E452504448DD4DDBPQ/1?accountid=36552>.
- Ríos, María del Carmen Domínguez; Ortega, Maricela ResendizVer perfil; Domínguez, Michele Alexandra. Obtenido de PRO QUEST:  
<http://search.proquest.com/docview/1323548162/A57ED88F884F4D10PQ/9?accountid=36552>.

### Software

#### BIBLIOGRAFÍA

---

Docente

---

Director Junta

Fecha Aprobación: **08/03/2016**

**APROBADO**