UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE
ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN
Código: ETI0024
Paralelo: A
Periodo : Agosto-2024 a Diciembre-2024
Profesor: TRELLES MUÑOZ MARIA DEL CARMEN
Correo electrónico: ctrelles@uazuay.edu.ec

Nivel: 7

Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 48		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
32			48	80

Prerrequisitos:

Código: UID0600 Materia: UPPER INTERMEDIATE

2. Descripción y objetivos de la materia

Es una asignatura teórica que aborda los diferentes métodos y técnicas de investigación de mercado, nociones de formulación de proyectos y nociones de gestión de proyectos.

Se articula con el taller de creación y proyectos 6 y con Diseño de proyecto final de carrera, brindando herramientas necesarias para recopilar información y además aportando con conocimientos para el planteamiento de proyectos.

Es importante porque 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, le brinda herramientas para formular y gestionar proyectos.

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.	Metodología de la investigación
1.01.	Generalidades de la investigación
1.02.	Tipos de investigación
1.03.	Investigación Cualitativa (observacion, cuestionario, entrevista, grupo focal, análisis de contenidos escala de actitudes y opiniones)
1.04.	Investigación Cuantitativa (observación directa no participante, cuestionario, entrevista estructurada)
2.	Segmentación de mercados
2.01.	Tipos de segmentación de mercados (geográfica, demográfica, psicográfica, conductual)
2.02.	Criterios para la segmentación de mercados (edad, sexo, estrato social, cultura, etc.)
2.03.	Determinación del universo y la muestra

2.04.	Noción, etapas y tipos de muestreo
2.05.	Procesamiento e interpretación de datos
3.	Proyectos
3.01.	Generalidades en torno a la noción de proyecto
3.02.	Etapas de un proyecto: Diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación
3.03.	Gestión de proyectos
3.04.	Metodologías para la gestión de proyectos: Diagrama de Gant/Pert CPM, Método de la cadena crítica ó Cascada Waterfall, Cadena crítica, Metodología Ágil, Metodología Híbrida
3.05.	Etapas de la gestión de proyectos: Análisis de la viabilidad, planificación del trabajo, ejecución del proyecto, seguimiento y control, cierre del proyecto, validación y valoración

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ea. Identifica las diferentes realidades de su entorno a través de métodos y procesos que le permite obtener de diversas maneras datos para responder a preguntas mediante la sistematización e interpretación de los mismos.	
-Conoce las implicaciones del ejercicio de su profesión en la práctica real, en lo que se refiere a aspectos legales, económicos, financieros, de recursos humanos, entre otros.	-Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
eb. Identifica los diversos tipos de usuarios a través de establecer las diferentes características de los mismos, buscando de esta manera, optimizar las soluciones con una adecuada gestión agregando valores dentro de la cadena productiva.	
-Identifica información del contexto y/o del cliente para generar proyectos creativos acordes con las necesidades planteadas.	-Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
ec. Contrasta la utilización de diferentes herramientas, modelos, protocolos y procesos, para la gestión del proyecto que permiten una mayor eficiencia e impacto.	
-Maneja herramientas de gestión de proyectos que permiten la coordinación tiempo, costo y desempeño.	-Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos
-Vincula el proceso creativo con el administrativo para garantizar la satisfacción de sus clientes y la sostenibilidad de su práctica.	-Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Pruebas de conocimientos	Metodología de la investigación, Segmentación de mercados	APORTE	10	Semana: 5 (23/09/2024 al 28/09/2024)
Trabajos prácticos - productos	Trabajos prácticos.	Metodología de la investigación, Segmentación de mercados	APORTE	10	Semana: 10 (28/10/2024 al 31/10/2024)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Trabajos prácticos y pruebas de conocimientos	Metodología de la investigación, Proyectos, Segmentación de mercados	APORTE	10	Semana: 14 (25/11/2024 al 30/11/2024)
Reactivos	Prueba de conocimientos.	Metodología de la investigación, Proyectos, Segmentación de mercados	EXAMEN	20	Semana: 15 (02/12/2024 al 03/12/2024)
Reactivos	Prueba de conocimientos.	Metodología de la investigación, Proyectos, Segmentación de mercados	SUPLETORIO	20	Semana: 17-18 (15-12-2024 al 21-12-2024)

Metodología

Descripción	Tipo horas
Los criterios metodológicos para el componente autónomo para la cátedra de Gestión son: - Facilitar recursos online y estudios de caso, incentivando investigación autónoma sobre aspectos legales, económicos y de gestión en diseño. - Promover la investigación independiente y el análisis de briefings de clientes, combinados con estudios de mercado. - Fomentar el uso de tutoriales y prácticas independientes con herramientas de gestión de proyectos, combinados con análisis de casos reales. - Incorporar proyectos que requieran planificación creativa y administrativa, y autoevaluaciones que integren aspectos de satisfacción del cliente y sostenibilidad.	Autónomo
Los criterios metodológicos para el componente docente para la cátedra de Gestión son: - Implementar simulaciones de casos reales, combinadas con clases prácticas y análisis de estudios de caso. - Fomentar la investigación contextual y entrevistas con potenciales clientes, integrando análisis de necesidades en proyectos. - Enseñar el uso de herramientas para la gestión de proyectos y técnicas de planificación, combinadas con simulaciones prácticas y estudios de caso. - Integrar proyectos prácticos que combinan creatividad y administración, incluyendo planificación financiera, análisis de mercado y gestión de recursos para satisfacción de necesidades de clientes.	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
Comprensión de temas legales, económicos, y de gestión, calidad y aplicabilidad de la investigación autónoma, relevancia y profundidad de la investigación, análisis de briefings, adaptación a necesidades del cliente, dominio de herramientas de gestión, aplicación efectiva de técnicas, análisis crítico de casos reales, creatividad, viabilidad administrativa, planificación financiera, satisfacción del cliente, sostenibilidad; y autoevaluación reflexiva.	Autónomo
Los criterios de evaluación para la cátedra de Gestión son: Aplicación de conocimientos, resolución de problemas reales, comprensión de aspectos legales y financieros, creatividad y precisión en la gestión, relevancia de soluciones propuestas, profundidad en la investigación, calidad de las herramientas aplicadas, adecuación a las necesidades del cliente planteadas (satisfacción del cliente), creatividad e innovación en la gestión, dominio de las herramientas de gestión, planificación efectiva, integración de técnicas de gestión, precisión en el control de tiempo y costo, viabilidad administrativa, planificación financiera, análisis de mercado y manejo en la gestión de recursos.	Total docencia

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
PARIS, JOSÉ ANTONIO.	Errepar.	MARKETING ESENCIAL: UN ENFOQUE LATINOAMERICANO.	2009	
DVOSKIN, ROBERTO.	Granica.	FUNDAMENTOS DE MARKETING: TEORÍA Y EXPERIENCIA.	2004	

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
María Elizabeth Arteaga García	Centro de investigaciones (UEES)	Casos de enseñanza en gestión de proyectos.	2021	978-9978-251-67-6

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Koumbis Dimitri	Gustavo Gili Barcelona	Moda y retail	2015	978-84-252-2745-5
Schnarch Kirberg Alejandro	Ecoe Ediciones Bogotá	Emprendimiento exitoso: cómo mejorar su proceso y gestión	2014	978-958-7711-55-4
Moore Gwyneth	Gustavo Gili Barcelona	Promoción de moda	2013	978-84-252-2477-5
Gestión Editorial Avanzada , Render Barry, Heizer Jay	Pearson Madrid	Dirección de la producción y de operaciones: decisiones tácticas	2015	978-84-903528-7-8
Frisa Maria Luisa, D'Mesa Pérez María Teresa, Molina-Zavalía Rodrigo	Ampersand Ciudad Autónoma de Buenos Aires	Las formas de la moda. Cultura, industria, mercado.	2020	978-987-416-148-2
Calderín Jay	Trillas México	La industria del diseño de modas: todo lo que los diseñadores de moda deben saber hoy en día	2016	978-6-07-172704-6
Cantenys Félez Eva María, Atkinson Mark	Blume Barcelona	Cómo crear una colección final de moda	2012	978-84-980161-4-7
Udale Jenny, Sorger Richard	Gustavo Gili Barcelona	Principios Básicos del diseño de moda	2008	978-84-252-2131-6
Díaz Soloaga Paloma	Gustavo Gili	Comunicación y gestión de marcas de moda	2014	978-84-252-2686-1
Veneziani Marcia Cora	Nobuko Buenos Aires	Moda, economía y sociedad	2017	978-987-584-466-7
Herrera Belén, Gustavsen Donna, Yates Julia	Gustavo Gili Barcelona	Profesión moda	2013	978-84-252-2647-2

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 19/08/2024

Estado: Aprobado