



## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO

#### 1. Datos generales

**Materia:** GESTIÓN 1  
**Código:** FDI0108  
**Paralelo:** B  
**Periodo :** Septiembre-2017 a Febrero-2018  
**Profesor:** SERRANO CORDERO JULIA CATALINA  
**Correo electrónico:** cserrano@uazuay.edu.ec

**Nivel:** 5

#### Distribución de horas.

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
3				3

#### Prerrequisitos:

Ninguno

#### 2. Descripción y objetivos de la materia

Es una asignatura teórica que aborda los diferentes métodos y técnicas de investigación de mercados.

Contribuirá para que el estudiante pueda vincular sus diseños con las necesidades del contexto y de los diferentes tipos de consumidores.

Esta asignatura se articula con los Talleres, dando información preliminar y estrategias, para que la toma de decisiones en los proyectos de Diseño, sean acordes a las necesidades del contexto.

#### 3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

#### 4. Contenidos

1.1	Naturaleza de la investigación de mercados
1.1	Conceptos y definiciones. Marketing, Investigación de mercados, Investigación cuantitativa, Investigación cualitativa
1.1	Naturaleza de la investigación de mercados. El proceso de investigación de mercados. Tipos de investigaciones.
1.2	El proceso de investigación de mercados
1.2	Encuesta, Registro estructurado de observación, Recopilación de datos estadísticos.
1.2	Investigación Cualitativa: Estudios Exploratorios y Estudios Orientadores. La entrevista a profundidad. El grupo focal. La observación.
1.3	Las fuentes de información
2.1	Conceptos y definiciones: Investigación Cualitativa.
2.1	Estudios Exploratorios
2.1	Ingreso de la información. Cruces.
2.2	El muestreo. Cómo se saca la muestra.
2.2	Entrevista, Estudio de caso, Observación en profundidad.
2.2	Estudios Orientadores

3.1	La Encuesta: generalidades
3.1	Investigación de imagen. Investigación del estilo de vida. Análisis del comportamiento. Investigación del producto. Prueba de nuevos productos. Prueba del concepto.
3.1	Presentación de resultados de la Investigación Cuantitativa: Tablas, estadísticas, cuadros.
3.2	Diseño del cuestionario
3.2	Ejecución de la Investigación: Planificación, aplicación y análisis de resultados
3.2	Presentación de resultados de la Investigación Cualitativa: Informes, análisis, ensayos.
4.1	El muestreo determinístico
4.2	El muestreo probabilístico
5.1	Investigación publicitaria
5.2	Investigación de imagen
5.3	Investigación de nombres y logotipos
5.4	Investigación del estilo de vida y posicionamiento
5.5	Prueba del empaque
6.1	Estructura y partes del plan de investigación
6.2	Definición del problema y de los objetivos de investigación
6.3	Desarrollo del plan de investigación
6.4	Implementación del plan de investigación
6.5	Interpretación e informe de resultados

## 5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

**Resultado de aprendizaje de la materia**

**Evidencias**

**at. Encontrar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.**

-Identificar los métodos de investigación más comunes para esbozar un plan básico orientado a un proyecto de Diseño Gráfico.

-Foros, debates, chats y otros  
-Reactivos  
-Trabajos prácticos - productos

**au. Contrastar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.**

-Identificar los métodos de investigación más comunes para esbozar un plan básico orientado a un proyecto de Diseño Gráfico.

-Foros, debates, chats y otros  
-Reactivos  
-Trabajos prácticos - productos

**av. Utilizar información del mercado, para generar y gestionar proyectos acordes con las necesidades del contexto.**

-Identificar los métodos de investigación más comunes para esbozar un plan básico orientado a un proyecto de Diseño Gráfico.

-Foros, debates, chats y otros  
-Reactivos  
-Trabajos prácticos - productos

## Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Reactivo aplicado en el Aula Virtual		APORTE 1	4	Semana: 3 (10-OCT-17 al 14-OCT-17)
Foros, debates, chats y otros	Discusión sobre lectura		APORTE 1	2	Semana: 4 (16-OCT-17 al 21-OCT-17)
Reactivos	Reactivo aplicado en el Aula Virtual: Investigación cualitativa		APORTE 1	4	Semana: 6 (30-OCT-17 al 01-NOV-17)
Reactivos	Prueba teórica sobre Investigación Cuantitativa		APORTE 2	4	Semana: 9 (20-NOV-17 al 25-NOV-17)
Foros, debates, chats y otros	Discusión sobre lectura		APORTE 2	2	Semana: 10 (27-NOV-17 al 02-DIC-17)
Reactivos	El Muestreo		APORTE 2	4	Semana: 11 (04-DIC-17 al 09-DIC-17)
Reactivos	Prueba sobre Aplicaciones específicas		APORTE 3	5	Semana: 13 (18-DIC-17 al 22-DIC-17)
Reactivos	Prueba sobre las partes del El Plan de Investigación		APORTE 3	5	Semana: 15 (02-ENE-18 al 06-ENE-18)
Trabajos prácticos - productos	Seleccionar una aplicación específica de la investigación en el Diseño Gráfico, realizar el Plan de Investigación y ejecutarlo.		EXAMEN	8	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Trabajos prácticos - productos	Aplicaciones prácticas realizadas a lo largo del curso y que serán valoradas como parte del Examen Final Observación: realizar una observación sobre un tema seleccionado por el grupo (2 puntos) Sondeo: realizar un sondeo sobre un tema seleccionado por el grupo (2 puntos) Encuesta: aplicar una encuesta sobre un tema seleccionado por el grupo (4 puntos) Grupo Focal: realizar un Grupo Focal sobre un tema seleccionado por el grupo (4 puntos)		EXAMEN	12	Semana: 17-18 (14-01-2018 al 27-01-2018)
Reactivos	Reactivo aplicado en el Aula Virtual		SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (28-01-2018 al 03-02-2018)

## Metodología

## Criterios de evaluación

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KOTLER, P. & ARMSTRONG, G.	Pearson	FUNDAMENTOS DE MARKETING	2008	NO INDICA
ALONSO OROZCO	Norma	ALONSO OROZCO	1999	NO INDICA

## Web

Autor	Título	Url
Gianell Peña	Gestipolis	<a href="http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/inffininvmt.htm">http://www.gestipolis.com/recursos/documentos/fulldocs/mar/inffininvmt.htm</a>
Alejandro Jauregui	Gestipolis	<a href="http://www.gestipolis.com/canales/demarketing/articulos/24/7metinv.htm">http://www.gestipolis.com/canales/demarketing/articulos/24/7metinv.htm</a>
Yuraisis Hernández	Gestipolis	<a href="http://www.gestipolis.com/canales6/mkt/investigacion-de-mercados.htm">http://www.gestipolis.com/canales6/mkt/investigacion-de-mercados.htm</a>

## Software

---

## Revista

---

## Bibliografía de apoyo

### Libros

---

## Web

---

## Software

---

## Revista

---

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **11/09/2017**

Estado: **Aprobado**