



FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

ESCUELA DE DISEÑO DE INTERIORES

1. Datos generales

Materia: GESTIÓN 1
Código: FDI0108
Paralelo: B
Periodo : Septiembre-2018 a Febrero-2019
Profesor: DELGADO BANEGAS CÉSAR GIOVANNY
Correo electrónico: gdelgado@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 para dotar al estudiantes de metodologías e instrumentos de recopilación de información. Se plantea la aplicación de las diferentes herramientas y métodos de investigación en problemáticas cercanas al diseño de interiores.

Su importancia radica en que fomenta en el estudiante el hábito de la búsqueda y análisis de la información pertinente para cada situación de diseño, minimizando la incertidumbre.

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

3. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. Contenidos

1.1	Naturaleza de la investigación de mercados. El proceso de investigación de mercados. Tipos de investigaciones.
01.01	Concepto e importancia de la Investigación de mercados
1.1	Conceptos y definiciones. Marketing, Investigación de mercados, Investigación cuantitativa, Investigación cualitativa
01.02	El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones de marketing
1.2	Investigación Cualitativa: Estudios Exploratorios y Estudios Orientadores. La entrevista a profundidad. El grupo focal. La observación.
1.2	Encuesta, Registro estructurado de observación, Recopilación de datos estadísticos.
01.03	El papel de la investigación de mercados en el SIM y el SAD
01.04	Definición del problema en la investigación de mercados
01.05.01	Investigación exploratoria
01.05.02	Investigación descriptiva
01.05.03	Investigación causal
01.05.04	Relaciones entre investigación exploratoria, descriptiva y causal

01.05.05	Propuesta de Investigación de Mercados
2.1	Conceptos y definiciones: Investigación Cualitativa.
2.1	Ingreso de la información. Cruces.
02.01.	Definición e importancia
2.2	Entrevista, Estudio de caso, Observación en profundidad.
2.2	El muestreo. Cómo se saca la muestra.
02.02.	Técnicas de Investigación Cualitativa
3.1	Investigación de imagen. Investigación del estilo de vida. Análisis del comportamiento. Investigación del producto. Prueba de nuevos productos. Prueba del concepto.
03.01	Definición e importancia
3.1	Presentación de resultados de la Investigación Cuantitativa: Tablas, estadísticas, cuadros.
03.02	Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación
03.02	Medición y Escalamiento
3.2	Ejecución de la Investigación: Planificación, aplicación y análisis de resultados
3.2	Presentación de resultados de la Investigación Cualitativa: Informes, análisis, ensayos.
04.01	Definición de cuestionario
04.02	Objetivos del cuestionario
04.03	Proceso del diseño del cuestionario

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

ay. Capacidad para indagar información del contexto para identificar problemas

Evidencias

-Conectar los resultados de la investigación con proyectos puntuales de diseño. Trabajar eficiente y organizadamente en grupo.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Reactivos
-Diseñar e implementar un plan básico de investigación.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Reactivos
-Identificar los métodos de investigación más comunes (observación, entrevista, sesiones de grupo y encuesta) y aplicarlos a un nivel básico.	-Foros, debates, chats y otros -Investigaciones -Proyectos -Reactivos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Reactivos	Generalidades de la Investigación de Mercados	Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE 1	5	Semana: 4 (09-OCT-18 al 13-OCT-18)
Investigaciones	Análisis de la información:	Análisis de la información:	APORTE 2	5	Semana: 8 (05-NOV-18 al 10-NOV-18)
Foros, debates, chats y otros	Análisis de la información	Análisis de la información:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE 2	5	Semana: 10 (19-NOV-18 al 24-NOV-18)
Investigaciones	Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercado.	Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:	APORTE 3	5	Semana: 14 (17-DIC-18 al 22-DIC-18)
Proyectos	Proyecto de investigación en donde se recopila los temas analizados en la asignatura	Análisis de la información:, Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	APORTE 3	10	Semana: 16 (02-ENE-19 al 05-ENE-19)
Reactivos	Análisis de la información: Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados. Generalidades de la Investigación de Mercados	Análisis de la información:, Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	EXAMEN	20	Semana: 19 (al)
Reactivos	Análisis de la información: ,Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados: ,Generalidades de la Investigación de Mercados:	Análisis de la información:, Aplicaciones específicas de la Investigación de Mercados:, Generalidades de la Investigación de Mercados:	SUPLETORIO	20	Semana: 21 (al)

Metodología

Criterios de evaluación

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
FERRÉ, JOSÉ; FERRÉ, JORDI.	Díaz de Santos S.A	LOS ESTUDIOS DE MERCADO.	1997	84-7978-297-8
LERMA, HÉCTOR	Ecoe Ediciones	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	2004	958-648-372-X
MC DANIEL, CARL; GATES, ROGER.	Thomsom Editores S.A	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	2005	0471-65765-4
BENASSINI, MARCELA.	Pearson Education	INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	2001	970260091X

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **13/09/2018**

Estado: **Aprobado**