



## FACULTAD DE DISEÑO, ARQUITECTURA Y ARTE

### ESCUELA DE DISEÑO TEXTIL E INDUMENTARIA

#### 1. Datos generales

Materia: GESTIÓN  
 Código: ETI0024  
 Paralelo: A  
 Periodo: Septiembre-2023 a Febrero-2024  
 Profesor: NARVAEZ TORRES SILVIA CATALINA  
 Correo electrónico: snarvaez@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

1.01.	Generalidades de la investigación que es? Para que sirve?
1.02.	Tipos de investigaciones
1.02.01	Investigación Cualitativa (observacion, cuestionario, entrevista, grupo focal, análisis de contenidos escala de actitudes y opiniones)
1.02.02	Investigación Cuantitativa (observación directa no participante, cuestionario, entrevista estructurada)
2.01.	Tipos de segmentación de mercados (geográfica, demográfica, psicográfica, conductual)
2.02.	Criterios de segmentación de mercados: ejemplo: edad, sexo, estrato social, cultura., etc.
2.03.	Determinación del universo y la muestra
2.04.	Noción de muestreo
2.05.	Etapas del muestreo

2.06.	Tipos de muestreo
3.01.	Interpretación de datos
4.01.	Que es un proyecto?
4.02.	Etapas de un proyecto
4.02.01.	Diagnóstico
4.02.03.	Planificación
4.02.04.	Ejecución
4.02.05.	Evaluación
5.01.	Que es la Gestión de proyectos
5.02.	Metodología para la gestión de proyectos (Diagrama de Gant/Perf CPM, Mpetodo de la cadena crítica ó Cascada Waterfall, Cadena crítica, Metodología Ágil, Metodología Híbrida).
5.03.	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)
5.04.	Importancia de la gestión de proyectos

## 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  
-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  
-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  
-Trabajos prácticos -  
productos

-Vincula el proceso creativo con el administrativo para garantizar la satisfacción de sus clientes y la sostenibilidad de su práctica.

-Reactivos  
-Trabajos prácticos -  
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Segmentación de mercados	APORTE	5	Semana: 4 (10-OCT-23 al 14-OCT-23)
Reactivos	Reactivos	PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	APORTE	5	Semana: 8 (06-NOV-23 al 11-NOV-23)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	APORTE	5	Semana: 8 (06-NOV-23 al 11-NOV-23)
Reactivos	Reactivos	Noción de formulación de proyectos, PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	APORTE	5	Semana: 12 (04-DIC-23 al 09-DIC-23)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	Noción de formulación de proyectos, PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	APORTE	10	Semana: 12 (04-DIC-23 al 09-DIC-23)
Reactivos	Reactivos	Nociones de Gestión de Proyectos, Noción de formulación de proyectos, PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	EXAMEN	10	Semana: 19 ( al )
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	Nociones de Gestión de Proyectos, Noción de formulación de proyectos, PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	EXAMEN	10	Semana: 19 ( al )
Reactivos	Reactivos	Nociones de Gestión de Proyectos, Noción de formulación de proyectos, PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	SUPLETORIO	10	Semana: 20 ( al )
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	Nociones de Gestión de Proyectos, Noción de formulación de proyectos, PROCESOS DE INVESTIGACIÓN DEL CONTEXTO, Procesamiento de datos, Segmentación de mercados	SUPLETORIO	10	Semana: 20 ( al )

## Metodología

Descripción	Tipo horas
<p>La metodología autónoma será:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Actividades de aprendizaje activo: Se utiliza una variedad de actividades de aprendizaje, como discusiones en clase, estudios de caso, ejercicios prácticos y proyectos de investigación simulados, para fomentar la participación activa de los estudiantes.</li><li>-Lecturas y recursos: Investigar en libros de texto y recursos en línea que respalden el contenido del curso. Investigar y explorar más allá de las lecturas obligatorias.</li><li>-Evaluación Continua: A través de tareas, exámenes, trabajos en grupo y presentaciones para medir El progreso del estudiante.</li><li>-Proyectos de investigación: Para aplicar lo aprendido, con el fin de brindar experiencia práctica en la investigación y la gestión.</li></ul>	Autónomo
<p>La metodología empleada en esta cátedra requiere un enfoque integral, combinando teoría y práctica. Para ello es importante tener claros los objetivos de aprendizaje con el fin de mantener el enfoque en el contenido esencial.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Clases magistrales: Para presentar conceptos clave y teorías. Complementas con sesiones donde los estudiantes pueden hacer preguntas y discutir dudas.</li><li>-Uso de tecnología: Para enseñar a los estudiantes cómo utilizar herramientas modernas en sus investigaciones.</li><li>-Colaboración y debate: Sobre temas relevantes en el campo de la gestión y la investigación. Esto promoverá la discusión y el intercambio de ideas.</li><li>-Retroalimentación constructiva: Sobre el trabajo de los estudiantes para ayudarles a mejorar y crecer académicamente.</li><li>-Evaluación y mejora continua: Con el fin de corregir errores y mejorar de forma constante.</li></ul>	Total docencia

## Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
<p>Se evalúa:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Comprensión de los conceptos fundamentales: Capacidad para explicar y comprender los conceptos clave de la gestión y la metodología de la investigación.</li><li>-Habilidades de investigación: Habilidad para diseñar y llevar a cabo investigaciones académicas, incluyendo la formulación de preguntas de investigación, la recopilación de datos y el análisis de resultados.</li><li>-Capacidad de análisis crítico: Capacidad para evaluar y analizar de manera crítica investigaciones existentes en el campo de la gestión.</li><li>-Comunicación escrita y oral: Habilidad para comunicar efectivamente ideas y resultados de investigación, tanto de manera escrita como oral.</li><li>-Trabajo en equipo: Capacidad para colaborar de manera efectiva en proyectos de investigación en grupo y contribuir de manera significativa al equipo.</li><li>-Uso de tecnología y herramientas de investigación: Competencia en el uso de software y herramientas relevantes para la investigación y el análisis de datos.</li><li>-Ética de la investigación: Cumplimiento de estándares éticos en la investigación, incluyendo la integridad académica y la citación adecuada de fuentes.</li><li>-Creatividad e innovación: Habilidad para abordar problemas de investigación con enfoques creativos e innovadores.</li><li>-Capacidad de síntesis: Habilidad para resumir y sintetizar información compleja en informes de investigación claros y concisos.</li><li>-Participación y compromiso: Grado de participación activa en clases, discusiones y actividades relacionadas con la investigación.</li><li>-Resolución de problemas: Habilidad para identificar y abordar problemas en proyectos de investigación y proponer soluciones efectivas.</li><li>-Presentación de resultados: Habilidad para presentar resultados de investigación de manera efectiva, utilizando gráficos, tablas u otros medios visuales cuando sea necesario.</li></ul>	Autónomo
<p>Los criterios de evaluación para la cátedra están en la capacidad del estudiante para relacionar la teoría con la práctica. Se evalúa con informes escritos, trabajos prácticos y reactivos.</p>	Total docencia

## 6. Referencias

### Bibliografía base

#### Libros

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

Web

---

Software

---

Revista

---

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Naresh K. Malhotra	Pearson Educación	Investigación de mercados	2008	978-970-26-1185-1

---

Web

---

Software

---

Revista

---

\_\_\_\_\_  
Docente

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

Fecha aprobación: **13/09/2023**

Estado: **Aprobado**