



## CALENDARIZACIÓN DE CONTENIDOS

Modalidad Presencial

Asignatura: Taller de Diseño de la Investigación					Resultado de Aprendizaje de la Asignatura: Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de construir un esquema o estructura básica de la investigación que guíe el proceso en la adecuada obtención de información.					
Unidad	Resultado de Aprendizaje de la unidad	Semana	N° de bloque	Horas	Conocimientos	Actividades	Tipo de sesión de aprendizaje	Lugar		
I	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de identificar los diseños de investigación, y seleccionar el tipo de diseño más adecuado conforme a los propósitos de la investigación en un caso real y local.	Semana 1	1	2	Presentación de sílabo Evaluación diagnóstica		Teórico	Aula		
			2	2	Diseño de la investigación: concepto		Teórico - Práctico	Aula		
		Semana 2	1	2	Tipos de diseño según el objetivo perseguido: exploratorio.		Teórico	Aula		
			2	2		Dinámica: Esboce la etapa exploratoria de su investigación de mercado.	Práctico	Aula		
		Semana 3	1	2	Tipos de diseño según el objetivo perseguido: concluyente.		Teórico	Aula		
			2	2		Dinámica: Esboce la etapa concluyente de su investigación de mercado.	Práctico	Aula		
		Semana 4	1	2	Tipos de diseño según el tipo de información a obtener: cualitativa y cuantitativa	Dinámica: Presentación de caso práctico búsqueda de fuentes de información cualitativa y cuantitativa.	Teórico	Aula		
			2	2	<b>Consolidado 1: Exposición grupal de tipos de investigación</b>			Práctico	Aula	
		II	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar técnicas de investigación cualitativa que le permitan mejorar su comprensión de la naturaleza de la conducta humana, y las motivaciones que generan dicha	Semana 5	1	2	La investigación cualitativa: conceptos y clasificación.		Teórico - Práctico	Aula
					2	2		Dinámica: Conducción de un focus group aplicado a la empresa, caso de estudio.	Práctico	otros
Semana 6	1			2	Las sesiones de grupo: características y ejecución.		Teórico - Práctico	Aula		
	2			2		Dinámica: Elaborando una guía de indagación para un focus group.	Práctico	Aula		



	conducta en el entorno de un problema u oportunidad de investigación en una empresa local.	Semana 7	1	2	Las entrevistas a profundidad		Teórico - Práctico	Aula	
			2	2		Dinámica: Entrevista a experto en el sector de la empresa, caso de estudio.	Práctico	Campo UC	
		Semana 8	1	2	<b>Evaluación parcial: Prueba objetiva.</b>			Teórico - Práctico	Aula
			2	2	Las técnicas proyectivas	Dinámica: Moldeando figuras, asociación de palabras, collage de figuras.	Práctico	Aula	
III	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de utilizar de técnicas de investigación que le permitan describir la totalidad o una parte de los fenómenos que suceden en el mercado objeto de estudio.	Semana 9	1	2	La investigación descriptiva: conceptos y métodos utilizados		Teórico - Práctico	Aula	
			2	2		Dinámica: Perfil del consumidor. Elaboración de Mapa de Empatía.	Práctico	Aula	
		Semana 10	1	2	La Observación: tipos		Teórico - Práctico	Aula	
			2	2		Dinámica: Observando comportamientos en el sector de negocio de la empresa, caso de estudio.	Práctico	Ambiente Externo	
		Semana 11	1	2	La pseudocompra o mystery shopping		Teórico - Práctico	Aula	
			2	2		Dinámica: Observando prácticas de la competencia de la empresa, caso de estudio.	Práctico	Campo Externo	
		Semana 12	1	2	La encuesta: tipos	Dinámica: Presentación y evaluación de cuestionarios.	Teórico - Práctico	Aula	
			2	2	<b>Consolidado 2: Exposición ejercicio de mystery shopper.</b>		Teórico - Práctico	Laboratorio de Computo	
IV	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar el método de investigación causal para evaluar la probabilidad de que	Semana 13	1	2	Diseños experimentales: concepto Tipos de diseños experimentales, validez y limitaciones.		Teórico - Práctico	Aula	
			2	2		Dinámica: Presentación de casos de diseño experimental relacionados al sector de la empresa en estudio.	Teórico - Práctico	Aula	



	existan relaciones de causa y efecto entre dos fenómenos relacionados con la dinámica comercial de una empresa local.	Semana 14	1	2	Diseño de la muestra: tipos, definición, subtipos y usos.		Teórico - Práctico	Aula
			2	2	Presentación de la rúbrica para el trabajo final.	Dinámica: Elaborando la muestra para la investigación exploratoria y concluyente conforme al caso de estudio seleccionado por el equipo.	Teórico - Práctico	Aula
		Semana 15	1	2		Dinámica: Presentación preliminar del diseño de la investigación conforme al caso de estudio seleccionado por el equipo.	Teórico - Práctico	Aula
			2	2		Revisión y retroalimentación de los avances del trabajo final	Teórico	Aula
		Semana 16	1	2	<b>Evaluación final: Presenta informe final grupal del proyecto de investigación de mercado</b>		Teórico - Práctico	Aula
			2	2	Revisión y retroalimentación.		Teórico - Práctico	Aula