



## I. INFORMACIÓN GENERAL

<b>CURSO</b>	:	Proyectos de Marketing 1
<b>CÓDIGO</b>	:	CM61
<b>CICLO</b>	:	201602
<b>CUERPO ACADÉMICO</b>	:	<b>Castillo García, Iván</b> <b>Cortés Quiroz, José Luis</b> <b>Mauricio Andia, Martin Alonso</b> <b>Munayco Abanto, Lucia Vanessa</b> <b>Natteri Miguel De Priego, Domingo Luis Alberto</b>
<b>CRÉDITOS</b>	:	4
<b>SEMANAS</b>	:	16
<b>HORAS</b>	:	6 H (Práctica) Semanal /1 H (Teoría) Semanal
<b>ÁREA O CARRERA</b>	:	Comunicacion y Marketing

## II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

## III. INTRODUCCIÓN

Curso de especialidad en la Carrera de Comunicación y Marketing, de carácter teórico-práctico dirigido a los estudiantes del noveno ciclo, que busca desarrollar la competencia general de manejo de la información y la competencia específica de actualización e innovación comercial.

La asignatura Proyectos de Marketing 1 es un espacio abierto y riguroso donde el estudiante elabora la primera mitad de un trabajo de investigación. El curso brinda las herramientas para desarrollar la Introducción, el capítulo I Marco Teórico y la primera mitad del capítulo II Método. El desarrollo del trabajo de investigación incentiva la búsqueda exhaustiva de información sobre un tema particular. El alumno toma conciencia de las diferentes corrientes, enfoques, procesos y autores alrededor del objeto de estudio, lo cual fortalece su especialización profesional en un área específica de marketing.

## IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el estudiante elabora la primera mitad de un trabajo de investigación (Introducción, Marco teórico y primera parte del Método), con pensamiento crítico y responsabilidad.

## V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

<b>UNIDAD N°: 1 REVISIÓN DE LA PROPUESTA DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.</b>
<b>LOGRO</b>

Al finalizar la unidad, el estudiante explica el tema del trabajo de investigación desarrollado en el curso de Seminario Avanzado de Investigación, para recibir feedback del asesor.

**TEMARIO**

- Revisión de la propuesta de tema.
- Feedback y modificaciones proporcionadas por el asesor.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 1 y 2

**UNIDAD N°: 2 DESARROLLO DEL CAPÍTULO I: CONSTRUCCIÓN Y REDACCIÓN DEL MARCO TEÓRICO.**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante sustenta con rigurosidad el marco teórico o primer capítulo del trabajo de investigación.

**TEMARIO**

- Recopilación de la información.
- Organización de la información.
- Redacción y desarrollo del marco teórico al 100%.
- Planteamiento del problema.
- Formulación de hipótesis.
- Formulación de objetivos generales y específicos.

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 3, 4, 5, 6 y 7

**UNIDAD N°: 3 DESARROLLO DEL CAPÍTULO II: ELABORACIÓN Y AMPLIACIÓN DEL MÉTODO.**

**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el estudiante sustenta con rigurosidad el diseño metodológico adecuado y los resultados de su estudio piloto (cualitativo) y la propuesta cuantitativa.

**TEMARIO**

- Elaboración del diseño metodológico.
- Elaboración guía de entrevistas y/o guía de indagación de investigaciones cualitativas.
- Presentación de resultados del estudio piloto (cualitativo).

**HORA(S) / SEMANA(S)**

Semana 9, 10, 11, 12, 13, 14 y 15

**VI. METODOLOGÍA**

La metodología que se seguirá es la de investigación guiada. Esta será realizada por el asesor asignado, quien brindará las pautas y preguntas guía para conducir un estudio viable y la demostración de alguna hipótesis relacionada al campo del mercadeo.

El estudiante debe evidenciar un permanente trabajo de introspección para comprender el tema de marketing que estudiará para su trabajo de investigación.

El asesor guía además al estudiante en la elaboración de un mapa conceptual para representar en forma gráfica los contenidos que abarcará el estudio.

Debe además presentar a sus asesores la selección de sus fuentes y debe indicarla junto con la bibliografía que está trabajando. Debe además cumplir con las fechas de entrega de cada trabajo y presentarse puntualmente a sustentarlo oralmente ante los asesores en la fecha determinada para cada caso. Los asesores evaluarán los trabajos y contribuirán con observaciones pertinentes para el buen desarrollo de los mismos.

Durante el ciclo las evaluaciones serán las siguientes:

- Trabajo 1 (TB1). Primer avance del trabajo de investigación, se evalúa la Introducción en base al feedback señalado por el asesor. Evaluación individual.
- Trabajo 2 (TB2). Segundo avance del trabajo de investigación, se evalúa el avance del marco teórico. Evaluación individual.
- Trabajo 3 (TB3). Tercer avance del trabajo de investigación, se evalúa la Introducción y el Capítulo I completo. Evaluación individual.
- Trabajo 4 (TB4). Cuarto avance del trabajo de investigación, se evalúa la propuesta del Método. Se da inicio al Capítulo II. Evaluación individual.
- Trabajo 5 (TB5). Quinto avance del trabajo de investigación. Se desarrolla el estudio exploratorio. Evaluación individual.
- Trabajo 6 (TB6). Sexto avance del trabajo de investigación. Se presentan los resultados del estudio exploratorio. Evaluación individual.
- Trabajo final (TF). Presentación de la Introducción, Capítulo I y primera parte del Capítulo II Método.
- Exposición (EX). Exposición del trabajo de investigación frente a jurado conformado por profesores que la Carrera designa.

Para el desarrollo del curso se utilizarán las siguientes aplicaciones:

- Cmap Tools: aplicación para crear mapas mentales.
- Cogi, aplicación para realizar entrevistas sin tomar notas.
- Dictation.io, aplicación que transcribe lo que se dice. Ideal para entrevistas.

## VII. EVALUACIÓN

### FÓRMULA

$$10\% (TB1) + 10\% (TB2) + 12.5\% (TB3) + 10\% (TB4) + 10\% (TB5) + 12.5\% (TB6) + 20\% (TF1) + 15\% (EX1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	12.5
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	10
TB - TRABAJO	12.5
TF - TRABAJO FINAL	20
EX - EXPOSICIÓN	15

## VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 2	Trabajo escrito individual. Primer avance del trabajo de investigación. Evalúa la unidad 1.	NO
TB	TRABAJO	2	Semana 4	Trabajo escrito individual. Segundo avance del del trabajo de investigación. Evalúa la unidad 2.	NO
TB	TRABAJO	3	Semana 6	Trabajo escrito individual. Tercer avance del del trabajo de investigación. Evalúa la unidad 2.	NO
TB	TRABAJO	4	Semana 9	Trabajo escrito individual. Cuarto avance del del trabajo de investigación. Evalúa la unidad 3.	NO
TB	TRABAJO	5	Semana 12	Trabajo escrito individual. Quinto avance del del trabajo de investigación. Evalúa la unidad 3.	NO
TB	TRABAJO	6	Semana 14	Trabajo escrito individual, Sexto avance del del trabajo de investigación. Evalúa la unidad	NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16	Trabajo final individual y escrito. Versión final de la mitad del del trabajo de investigación. Evalúa todas las unidades.	NO
EX	EXPOSICIÓN	1	Semana 16	Sustentación ante jurado del trabajo final escrito.	NO

## IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

### BÁSICA

HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto

HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto Fernández Collado, Carlos y BAPTISTA LUCIO, Pilar (2014)

Metodología de la investigación. México, D.F. : McGraw-Hill.

(001.42 HERN 2014)

### RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

ECO, Umberto (2001) Cómo se hace una tesis : técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura. Barcelona : Gedisa.

(001.42 ECO 2001)

GALINDO CÁCERES, Luis Jesús, coord. (1999) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México, D.F : Addison-Wesley.

(001.42 GALI)

JENSEN, K. B (1993) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Barcelona : José María Bosch.  
(001.42 JENS)

PADUA, Jorge (1993) Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. México, D.F : Fondo de Cultura Económica : El Colegio de México.  
(001.42 PADU)

TAYLOR, S. J (1990) Introducción a los métodos cualitativos de investigación : la búsqueda de significados. Buenos Aires : Paidós.  
(001.42 TAYL/F)