



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Proyectos de Marketing 2
CÓDIGO	:	CM12
CICLO	:	201300
CUERPO ACADÉMICO	:	Lodeiros Zubiria, Manuel Luis
CRÉDITOS	:	4
SEMANAS	:	7
HORAS	:	4 H (Práctica) Semanal /6 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	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

Mediante el trabajo continuo y la orientación de los asesores, el alumno desarrollará y concluirá su Tesis o Proyecto Profesional tomando en cuenta las pautas metodológicas y los objetivos generales trazados por la Carrera de Comunicación y Marketing para la aprobación de estos trabajos.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar el curso, el alumno sustenta el Proyecto Profesional o Tesis, con pensamiento crítico, rigurosidad y responsabilidad.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 REVISIÓN DEL CAPÍTULO 1 Y DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN.

LOGRO

Al finalizar la unidad el alumno, revisa el Marco Teórico y el Plan de Investigación con agudeza, reformulando las variables que sean necesarias.

TEMARIO

- Presentación del curso.
- Revisión del Plan de Tesis y del Marco Teórico (capítulo 1).
- Revisión del Plan de Investigación.
- Presentación del TB1.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semana 1

UNIDAD N°: 2 EJECUCIÓN Y REDACCIÓN DEL PLAN DE INVESTIGACIÓN.**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno analiza los resultados de la investigación con rigurosidad.

TEMARIO

- Elaboración de guías de indagación / cuestionarios, definición de ubicación, reclutamiento, levantamiento de datos, procesamiento de datos, análisis y preparación de resultados.
- Presentación del TB 2.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1-3

UNIDAD N°: 3 CAPÍTULO DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN (PROYECTO) / Y DE COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS (TESIS).**LOGRO**

Al finalizar la unidad, el alumno fundamenta el trabajo, demostrando cuidado y perseverancia en su elaboración.

TEMARIO

- Desarrollo de la estructura del contenido de la estrategia de comunicación o de la comprobación de la hipótesis.
- Presentación del trabajo 3.
- Redacción del capítulo sobre la estrategia de marketing y diseño del plan de marketing o la comprobación de la hipótesis aplicando las observaciones recibidas por parte de los asesores.
- Seguimiento de las pautas establecidas por la Universidad y la Carrera de Marketing para la sustentación de una Tesis.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 3-7

VI. METODOLOGÍA

La metodología a seguir es la de desarrollo y ejecución de una investigación guiada por un asesor de metodología de la investigación académica y uno de la Carrera de Comunicación y Marketing, que hace de coordinador del curso. El alumno debe mostrar sus avances en cada sesión que tiene con los asesores del curso para que ellos puedan transmitir sus observaciones sobre metodología o contenido para el buen desarrollo del trabajo.

VII. EVALUACIÓN**FÓRMULA**

$$15\% (TB1) + 15\% (TB2) + 20\% (TB3) + 20\% (TF1) + 30\% (EX1)$$

TIPO DE NOTA	PESO %
TB - TRABAJO	15
TB - TRABAJO	15
TB - TRABAJO	20
TF - TRABAJO FINAL	20
EX - EXPOSICIÓN	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
TB	TRABAJO	1	Semana 2		NO
TB	TRABAJO	2	Semana 3		NO
TB	TRABAJO	3	Semana 5		NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 7		NO
EX	EXPOSICIÓN	1	Semana 8		NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

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

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

CORTÉS CARCELÉN, Guillermo (2009) Seminario de investigación académica 2 para economía : material de enseñanza. Lima : UPC.
(CUR HU100 CORT 2009-1)

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, Steven J., 1949- (1990) Introducción a los métodos cualitativos de investigación : la búsqueda de significados. Buenos Aires : Paidós.
(001.42 TAYL/F)