

portada con datos de identificación



Investigación Cuantitativa y Diseño Gráfico



Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Arquitectura y Diseño

Área de Metodología

Lic. en Diseño Gráfico

7º Semestre

Introducción

Investigación Cuantitativa

Lo que la investigación cuantitativa aporta al Diseño Gráfico es la orientación y la selección de grupos a

Investigación cuantitativa y diseño gráfico



Para los procesos de diseño lo cuantitativo se convierte en un recurso que permite fundamentar la propuesta de diseño a partir de la objetividad obtenida a partir del uso de instrumentos para la obtención información tales como cuestionarios y encuestas

Investigación de campo Merchandising (target)



presentación

Presentación

En relación a los objetivos del curso una de las características de la investigación cuantitativa es comprender su aplicación para la elaboración de proyectos de diseño. A partir de esto es posible hacer una reflexión acerca del uso de enfoques cuantitativos en el diseño gráfico



Guión de la presentación

La proyección se estructura a partir de un guión explicativo donde se presentan contenidos de investigación cuantitativa bajo un orden de secuencia que presenta textos breves, claros y originales, concisos y expresivos en un lenguaje sencillo



 en relación a los

portada con datos de identificación

Investigación Cuantitativa y Diseño Gráfico
Universidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Arquitectura y Diseño
Área de Metodología Lic. en Diseño Gráfico 7º Semestre

presentación

Presentación
Es referente a la afijación del contenido de los contenidos de la investigación cuantitativa en un lenguaje que sea entendible para el público en general.

objetivos

Objetivos
El objetivo de esta investigación es analizar los datos de la investigación cuantitativa en un lenguaje que sea entendible para el público en general.

Guía de la presentación
La presentación es un medio a través del cual se puede explicar, describir y mostrar información importante. Para ser más entendible se recomienda tener un lenguaje claro, conciso y atractivo, que sea fácil de leer y que sea atractivo para el público en general.

en relación a los objetivos del curso

aprendizaje significativo

¡GRACIAS!

conclusiones

Bibliografía

Introducción
Investigación Cuantitativa
Lo que la investigación cuantitativa aporta al Diseño Gráfico es la orientación y la selección de grupos a los que va dirigido la elaboración de un producto y la forma en cómo esta se puede adaptar a un lenguaje que comunique de una manera adecuada.
El diseño gráfico busca captar la atención de un público objetivo, vendiendo un grupo pequeño a uno general, por lo que el enfoque cuantitativo ayuda a conocer el perfil de los productos desde procesos creativos de diseño gráfico.

Investigación Cuantitativa y Diseño Gráfico
Diseño Cuantitativo 1
Investigación de campo
Mercadotecnia (target)

Relación con el diseño gráfico
Aplicación de la investigación cuantitativa
Ventajas vs desventajas

Aprendizaje significativo
Las técnicas de investigación cuantitativa desde la particularidad de la disciplina del diseño gráfico son las estrategias más utilizadas para realizar investigaciones objetivas y sustentadas en datos duros.

Concepción de la idea hasta la investigación de mercados
Metodología de diseño
Conclusiones
Autor
Bibliografía
Recomendaciones

contenidos

contenidos

autor

Bibliografía complementaria

recomendaciones



Objetivos

Objetivos

Exponer contenidos referentes de investigación cuantitativa aplicada a la disciplina del diseño gráfico con la intención de establecer un cambio en la percepción de que en el proceso de diseño no se realiza ninguna investigación de tipo cuantitativo.



rtada con datos de identificac



Investigación Cuantitativa y Diseño Gráfico



iversidad Autónoma del Estado de México. Facultad de Arquitectura y Dis

de Metodología

Lic. en Diseño Gráfico

7º Se

roducción

Investigación
cuantitativa y diseño gra



Investigación Cuantitativa y Diseño Gráfico

del Estado de México. Facultad de Arquitectura

Lic. en Diseño Gráfico

Acción



Invest

cuantitativa y



proyecto de diseño a realizar.

Autor

Mtro. en Diseño Marco A. Carbajal

e-mail: marco6919845@gmail.com

móvil: 722 2522935





e-mail: marco6919845@gmail.com

móvil: 722 2522935

Material didáctico proyectable

**Recursos necesarios
para la proyección**

Hardware: portatil y cañon

Software; Prezi / SWF / PDF

Septiembre de 2016



Introducción



Investigación Cuantitativa

Lo que la **investigación cuantitativa** aporta al Diseño Gráfico es la orientación y la selección de grupos a los que va ir dirigido la elaboración de un producto y la forma en cómo esta se puede adaptar a un lenguaje que comunique de una manera adecuada.

El diseño gráfico busca cautivar la atención de un publico objetivo, yendo de un grupo pequeño a uno general, por lo que el enfoque cuantitativo ayuda a conocer os perfiles de los productos desde procesos creativos de diseño gráfico.

Cuantitativa

Lo que la **investigación cuantitativa** aporta al Diseño Gráfico es la orientación y la selección de grupos a los que va ir dirigido la elaboración de un producto y la forma en cómo esta se puede adaptar a un lenguaje que comunique de una manera adecuada.

El diseño gráfico busca cautivar la atención de un público objetivo, yendo de un grupo pequeño a uno general, por lo que el enfoque cuantitativo ayuda a conocer los perfiles de los productos desde procesos creativos de diseño gráfico.



Investigación

cuantitativa y diseño gráfico



Para los procesos de diseño lo cuantitativo se convierte en un recurso que permite fundamentar la propuesta de diseño a partir de la objetividad obtenida a partir del uso de instrumentos para la obtención información tales como cuestionarios y encuestas

Relación *con el diseño gráfico*

En el caso de relación del diseño gráfico con la investigación de tipo cuantitativo es que sirve como un plan eficiente de estrategia planeada y desarrollada para el fin de tener información que se requiere.

La importancia de saber datos o información de tipo significativo es lo que permitira que el diseño gráfico cumpla su función comunicativa





Metodología de diseño



En relación a la investigación cuantitativa

La expresión metodología del diseño, como el diseño mismo abarca la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa en las que lo fundamental es la obtención de datos duros que permitan proveer como tendrán que ser las cosas e idear los instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos en el proyecto de diseño a realizar.

La expresión metodología del diseño, como el diseño mismo abarca la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa en las que lo fundamental es la obtención de datos duros que permitan proveer como tendrán que ser las cosas e idear los instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos en el proyecto de diseño a realizar.

DISEÑO CUANTITATIVO 1

Para los procesos de diseño lo cuantitativo se convierte en un recurso que permite fundamentar la propuesta de diseño a partir de la objetividad obtenida a partir del uso de instrumentos para la obtención información tales como cuestionarios y encuestas

Investigación de campo

Mercadotecnia (target)



DISEÑO
GRAFICO

Recabar información acerca de un tema en específico, ayuda a la interpretación de las ideas ya que la obtención de datos se resume en resultados con respecto a cantidades contables, las cuales se pueden graficar y acceder mayormente a una respuesta, ya sea por ejemplo: bueno o malo, los gustos de y disgustos de las personas lo que

Investigación de campo

Mercadotecnia (target)



Recabar información acerca de un tema en específico, ayuda a la interpretación de las ideas ya que la obtención de datos se resume en resultados con respecto a cantidades contables, las cuales se pueden graficar y acceder mayormente a una respuesta, ya sea por ejemplo: bueno o malo, los gustos de y disgustos de las personas, lo que les llama más la atención y lo que no. La investigación cuantitativa puede obtener respuestas concretas por parte del usuario al que se le plantean ciertas preguntas

Recabar información acerca de un tema en específico, ayuda a la interpretación de las ideas ya que la obtención de datos se resume en resultados con respecto a cantidades contables, las cuales se pueden graficar y acceder mayormente a una respuesta, ya sea por ejemplo: bueno o malo, los gustos de y disgustos de las personas, lo que les llama más la atención y lo que no. La investigación cuantitativa puede obtener respuestas concretas por parte del usuario al que se le plantean ciertas preguntas

Aplicación

de la investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa esta totalmente aplicada en todas las disciplinas que cubre el diseño grafico, apoyado a esta misma, desde su metodología a la hora de llevar a cabo un producto lo que lo puede orientar hacia un resultado mayormente funcional para cumplir las necesidades del cliente.

Aunque realmente el resultado no esta 100% confirmado, ya que el resultado sigue dependiendo de la interpretación misma que le da el publico meta.

Concepción de la idea *hasta la investigación de mercados*



**Creatividad
y Estrategia Publicitaria**

*Sabemos que destacar entre tantas opciones es complicado
Nosotros tenemos las ideas verdaderamente creativas
y las otras agencias sólo sus apellidos...*

Haz crecer tu marca desde hoy!

importancia de la investigación cuantitativa para el dg



MARKETING

de y disgustos de las personas, lo que les llama más la atención y lo que no. La investigación cuantitativa puede obtener respuestas concretas por parte del usuario al que se le plantean ciertas preguntas

“ La investigación cuantitativa puede ser planteada bajo un análisis orientado a una investigación experimental o no experimental en relación a los propósitos del proyecto de diseño y de los usuarios al que va dirigido ”

Ventajas vs *desventajas*

Ventajas vs *desventajas*

VENTAJAS

Orienta el proceso creativo del diseño hacia un resultado más específico.

Administra los recursos con los que un diseñador puede trabajar

Inspira la parte creativa

Apega más el producto a la necesidad del cliente

Amplifica la visión general de los posibles resultados contemplados

DESVENTAJAS

Limitación de creatividad

El **resultado** no siempre es adecuado a la necesidad del cliente

El **proceso** puede tomar más tiempo del debido

Amplia las respuestas obtenidas a ideas o necesidades no contempladas lo que puede retrasar el proyecto

planteada bajo un análisis orientado a una investigación experimental o no experimental en relación a los propósitos del proyecto de diseño y de los usuarios al que va dirigido

Relación con el diseño gráfico

En el caso de relación del diseño gráfico con la investigación de tipo cuantitativo es que sirve como un plan eficiente de estrategia planeada y desarrollada para el fin de tener información que se requiere.

La importancia de saber datos o información de tipo significativo es lo que permitirá que el diseño gráfico cumpla su función comunicativa.



Aplicación de la investigación cuantitativa

La investigación cuantitativa esta totalmente aplicada en todas las disciplinas que cubre el diseño grafico, apoyado a esta misma, desde su metodología a la hora de llevar a cabo un producto lo que lo puede orientar hacia un resultado mayormente funcional para cumplir las necesidades del cliente.

Aunque realmente el resultado no esta 100% confirmado, ya que el resultado sigue dependiendo de la interpretación misma que le da el publico meta.

Ventajas vs desventajas

VENTAJAS

Orienta el proceso creativo del diseño hacia un resultado más específico.

Administra los recursos con los que un diseñador puede trabajar

Inspira la parte creativa

Apega más el producto a la necesidad del cliente

Amplifica la visión general de los posibles resultados contemplados

DESVENTAJAS

Limitación de creatividad

El **resultado** no siempre es adecuado a la necesidad del cliente

El **proceso** puede tomar más tiempo del debido

Amplia las respuestas obtenidas a ideas o necesidades no contempladas lo que puede retrasar el proyecto

Aprendizaje significativo

Las técnicas de investigación cuantitativa desde la particularidad de la disciplina del diseño gráfico son las estrategias más utilizadas para realizar investigaciones objetivas y sustentadas en datos duros.

Concepción de la idea hasta la investigación de mercados

Creatividad y Estrategia Publicitaria

Sabemos que destacar entre tantas opciones es complicado. Nosotros tenemos las ideas verdaderamente creativas y las otras agencias sólo sus apellidos...

Haz crecer tu marca desde hoy!

Importancia de la investigación cuantitativa para el dg

Metodología de diseño



La expresión metodología del diseño, como el diseño mismo abarca la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa en las que lo fundamental es la obtención de datos duros que permitan proveer como tendrán que ser las cosas e idear los instrumentos adecuados a los objetivos preestablecidos en el proyecto de diseño a realizar.

Creatividad y Estrategia Publicitaria

Sabemos que destacar entre tantas opciones es complicado
Nosotros tenemos las ideas verdaderamente creativas
y las otras agencias sólo sus apellidos...

Haz crecer tu marca desde hoy!



importancia de la investigación cuantitativa para el dg

Conclusiones

Los métodos y técnicas de investigación cuantitativa permiten examinar los datos a partir del uso de instrumentos y estrategias de obtención de información, buscando siempre la objetividad de un grupo de individuos o de sujetos al que va dirigida la investigación y el proyecto de diseño

Bibliografía





Conclusiones

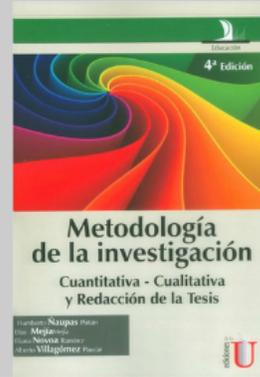
Los métodos y técnicas de investigación cuantitativa permiten examinar los datos a partir del uso de instrumentos y estrategias de obtención de información, buscando siempre la objetividad de un grupo de individuos o de sujetos al que va dirigida la investigación y el proyecto de diseño

Bibliografía

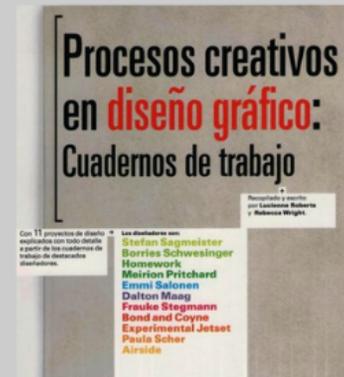
Metodología de la Investigación



Metodología de la Investigación Cualitativa -Cuantitativa



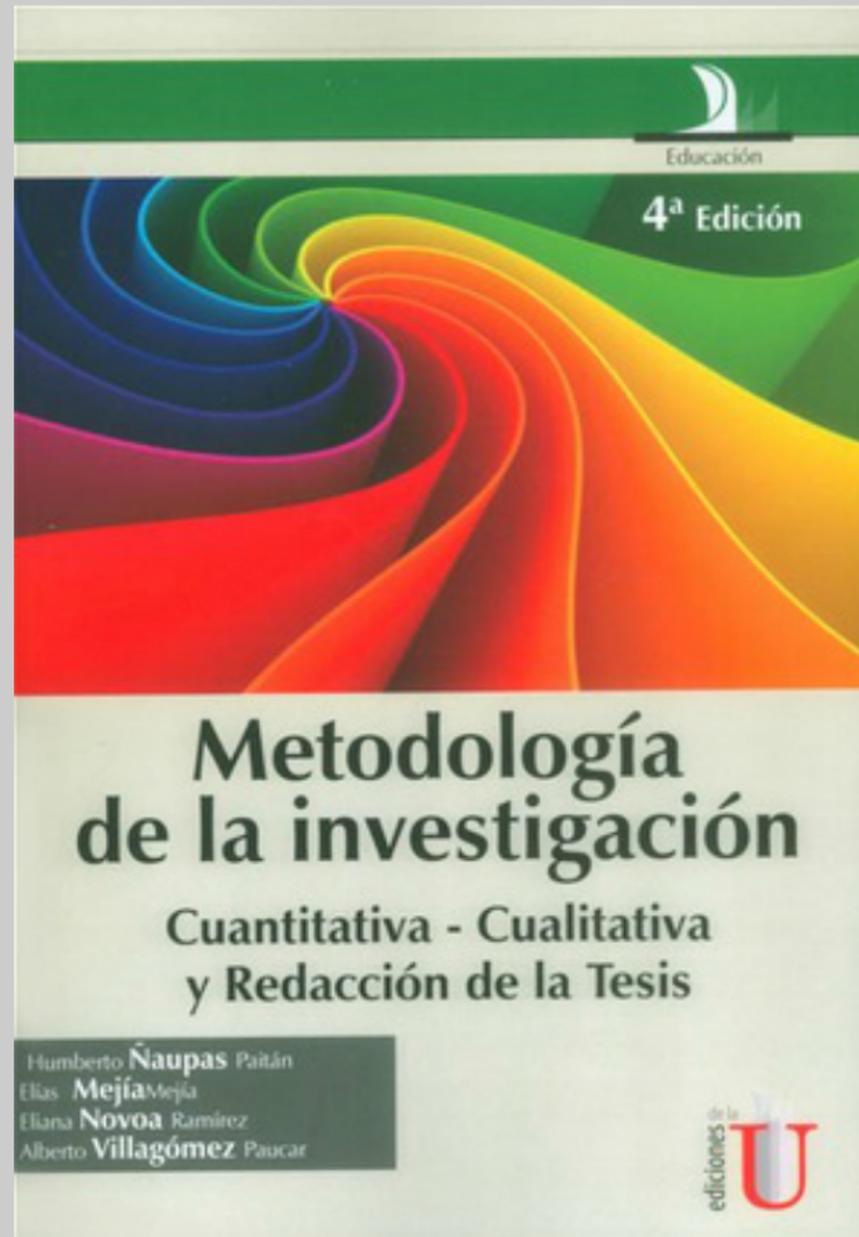
Procesos creativos de diseño gráfico



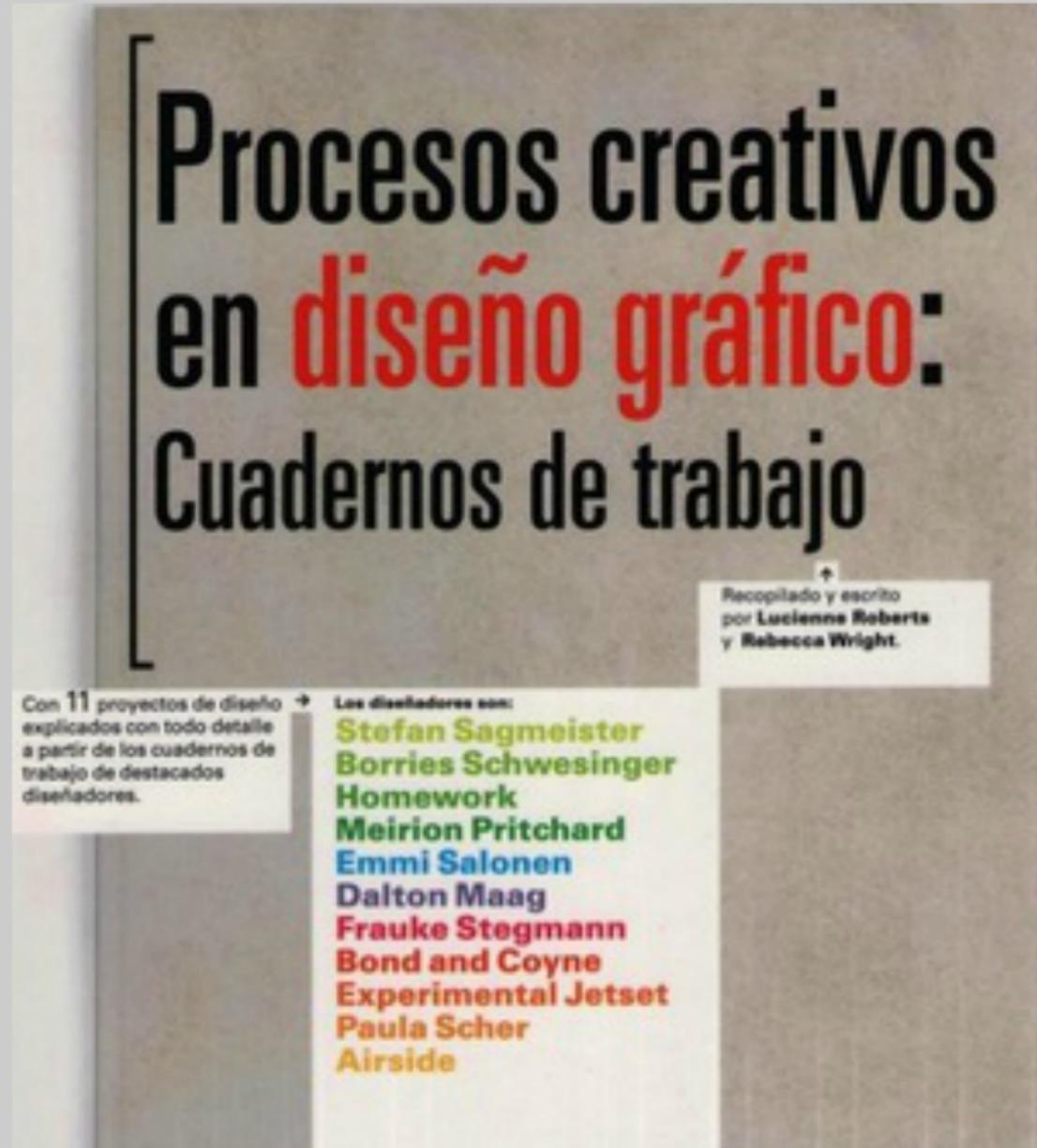
Recomendaciones

Es común que en proyectos de diseño gráfico el abordaje de datos cuantitativos sean estadísticos, ya que este tipo de investigaciones busca identificar aspectos separados de un todo. Para que el diseño sea objetivo se requiere de conocer la percepción de las personas al que va dirigido teniendo en cuenta siempre que se diseño para un usuario.

Metodología de la Investigación Cualitativa -Cuantitativa



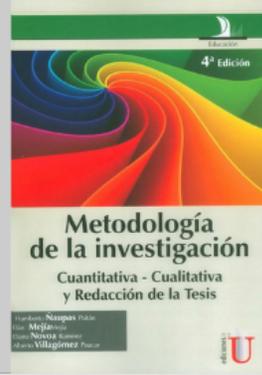
Procesos creativos de diseño gráfico



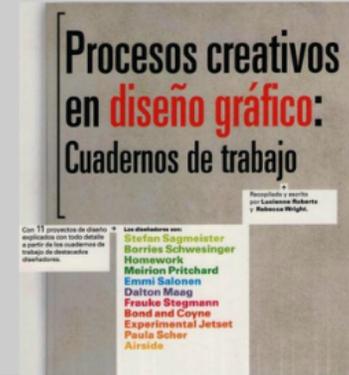
Metodología de la Investigación



Metodología de la Investigación Cualitativa -Cuantitativa



Procesos creativos de diseño gráfico



Recomendaciones



Es común que en proyectos de diseño gráfico el abordaje de datos cuantitativos sean estadísticos, ya que este tipo de investigaciones busca identificar aspectos separados de un todo. Para que el diseño sea objetivo se requiere de conocer la percepción de las personas al que va dirigido teniendo en cuenta siempre que se diseño para un usuario.

! G R A C I A S ;

portada con datos de identificación

Investigación Cuantitativa y Diseño Gráfico
Universidad Autónoma del Estado de México, Facultad de Arquitectura y Diseño
Área de Metodología Lic. en Diseño Gráfico 7º Semestre

presentación

Presentación
Es referente a la afijación del contenido de los contenidos de la investigación cuantitativa en un lenguaje que sea entendible para el público en general.

objetivos

Objetivos
El objetivo de esta investigación es analizar los datos de la investigación cuantitativa en un lenguaje que sea entendible para el público en general.

Guía de la presentación
La presentación en sí misma es un tipo de presentación. Debe ser atractiva y fácil de entender. Debe ser un resumen de la investigación cuantitativa. Debe ser un resumen de la investigación cuantitativa. Debe ser un resumen de la investigación cuantitativa.

en relación a los objetivos del curso

aprendizaje significativo

¡GRACIAS!

conclusiones

Bibliografía

Introducción
Investigación Cuantitativa
Lo que la investigación cuantitativa aporta al Diseño Gráfico es la orientación y la selección de grupos a los que va dirigido la elaboración de un producto y la forma en cómo esta se puede adaptar a un lenguaje que comunique de una manera adecuada.
El diseño gráfico busca captar la atención de un público objetivo, vendiendo un grupo pequeño a uno general, por lo que el enfoque cuantitativo ayuda a conocer el perfil de los productos desde procesos creativos de diseño gráfico.

Investigación Cuantitativa y Diseño Gráfico
Diseño Cuantitativo 1
Investigación de campo
Mercadotecnia (target)

Relación con el diseño gráfico
Aplicación de la investigación cuantitativa
Ventajas vs desventajas

Aprendizaje significativo
Las técnicas de investigación cuantitativa desde la particularidad de la disciplina del diseño gráfico son las estrategias más utilizadas para realizar investigaciones objetivas y sustentadas en datos duros.

Concepción de la idea hasta la investigación de mercados
Creatividad y Estrategia Publicitaria
Importancia de la investigación cuantitativa para el dg

Metodología de diseño
En relación a la investigación cuantitativa
La expresión metodológica del diseño gráfico es el diseño mismo, objeto de la aplicación de técnicas de investigación cuantitativa en los que se fundamenta la obtención de datos duros que permitan tener claro cuál es el perfil de los usuarios, además de los objetivos presentados en el proceso de diseño gráfico.

Conclusiones
Los métodos y técnicas de investigación cuantitativa permiten examinar los datos a partir del uso de instrumentos y estrategias de obtención de información, buscando siempre la objetividad de un grupo de individuos o de sujetos al que va dirigida la investigación y el proyecto de diseño.

Autor
Mtro. en Diseño Mario A. Carbajal

Bibliografía
Metodología de la Investigación
Metodología de la Investigación Cualitativa - Cuantitativa
Procesos creativos de diseño gráfico
Procesos creativos en diseño gráfico: Cuestiones en trabajo

Recomendaciones
Es común que en proyectos de diseño gráfico el abastecimiento de datos cuantitativos sean estadísticos, ya que este tipo de investigaciones busca identificar aspectos separados de un todo. Para que el diseño sea objetivo se requiere de conocer la percepción de las personas al que va dirigido teniendo en cuenta siempre que se diseñó para un usuario.

contenidos

contenidos

autor

Bibliografía complementaria

recomendaciones