

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Arquitectura y Diseño
Licenciatura en Diseño Industrial



Guía pedagógica:
Mercado y Consumo

Elaboró: MAD. Claudia Araceli Bernal Silva
M en D. E. Elizabeth Ramírez Pérez Fecha: 30 Junio
L.D.I. Martha Susana Andrade Mayer 2017

Fecha de
aprobación

H. Consejo académico

H. Consejo de Gobierno



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación	2
II. Presentación de la guía pedagógica	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular	4
IV. Objetivos de la formación profesional	5
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje	6
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización	6
VII. Acervo bibliográfico	14
VIII. Mapa curricular	15



I. Datos de identificación

Espacio educativo donde se imparte

Facultad de Arquitectura y Diseño

Licenciatura

Licenciatura en Diseño Industrial

Unidad de aprendizaje

Mercado y Consumo

Clave

Carga académica

2

2

4

6

Horas teóricas

Horas prácticas

Total de horas

Créditos

Período escolar en que se ubica

1	2	3	4	5	6	7	8	9
---	---	---	---	----------	---	---	---	---

Seriación

Ninguna

Ninguna

UA Antecedente

UA Consecuente

Tipo de Unidad de Aprendizaje

Curso

Curso taller

Seminario

Taller

Laboratorio

Práctica profesional



Otro tipo (especificar)

Modalidad educativa

Escolarizada. Sistema rígido

No escolarizada. Sistema virtual

Escolarizada. Sistema flexible

No escolarizada. Sistema a distancia

No escolarizada. Sistema abierto

Mixta (especificar)

Formación común

Formación equivalente

Unidad de Aprendizaje



II. Presentación de la guía pedagógica

Con base al Art. 87 del Reglamento de Estudios Profesionales la siguiente guía pedagógica es un documento que complementa al programa de estudios y que no tiene carácter normativo. Proporcionará recomendaciones para la conducción del proceso de enseñanza aprendizaje, y su carácter indicativo otorgará autonomía al personal académico para la selección y empleo de los métodos, estrategias y recursos educativos que considere más apropiados para el logro de los objetivos.

La unidad de aprendizaje: Estructuración de proyectos de diseño industrial tiene como propósito comprender el proceso de planeación, organización, control y dirección implícitos en proyectos de diseño para el adecuado manejo de recursos financieros, humanos y tecnológicos.

Para la construcción del conocimiento en esta unidad de aprendizaje, se debe propiciar el aprendizaje significativo, aprender a aprender, aprender a ser, aprender a hacer, aprender a convivir y desarrollar el pensamiento crítico, a través de la guía personalizada del docente, con un máximo de 10 alumnos, atendiendo el proceso creativo proyectual de acuerdo al andamiaje de cada estudiante.

Para dar cumplimiento a este propósito, a través del método hipotético deductivo, dialéctico y del uso Pintarrón, computadora, cañón, libro de texto o casos de estudio e internet, el docente imparte clases magistrales con el fin de que el discente a través debates, discusiones argumentada, procesamiento de la información y asesorías individuales o grupales *comprenda, aplique y estructure un proyecto de diseño industrial* con base al contenido temático de la unidad de aprendizaje.

III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular

Núcleo de formación: Sustantivo

Área Curricular: Económica Administrativa

Carácter de la UA: Obligatoria



IV. Objetivos de la formación profesional.

Objetivos del programa educativo:

Formar profesionales con un alto sentido humanista, ético y estético, para diseñar objetos, procesos, servicios y sistemas; en forma multidisciplinaria, innovadora y eficiente, modificando los diversos entornos natural, social, cultural, político, económico, tecnológico y productivo, a fin de ofrecer satisfactores para mejorar la calidad de vida de la sociedad a partir de un enfoque local, regional y global.

El Licenciado en Diseño Industrial contará con las competencias y aprendizajes para:

- Analizar los aspectos socioculturales de los diferentes contextos.
- Definir los lineamientos que fundamentaran las propuestas de diseño.
- Aplicar principios multidisciplinarios en la formulación y desarrollo de propuestas de diseño.
- Adquirir habilidades que permitan el desarrollo creativo.
- Eficientar la materialización de las propuestas de diseño.
- Gestionar los recursos físicos, materiales, humanos, técnicos, financieros y mercadológicos para la inserción de la propuesta en la sociedad.
- Fomentar los valores morales, éticos, humanos y estéticos
- Impulsar los principios de justicia social, humanismo y democracia
- Considerar las metodologías de investigación social para el análisis del objeto de estudio
- Aplicar los métodos de diseño en la elaboración de proyectos.

Objetivos del núcleo de formación: Sustantivo

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión.

Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional

Objetivos del área curricular o disciplinaria: Económica Administrativa

Fundamentar las propuestas de diseño industrial desde la perspectiva de la gestión estratégica empresarial mediante el análisis de los factores económicos, de mercado y de negociación que impacta los ámbitos local, regional y global; de forma libre, reflexiva, responsable y solidaria, promoviendo el humanismo como una forma de vida



V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Analizar los factores económicos y de mercado que influyen en la competitividad del Diseño Industrial en el contexto.

VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

<p>Unidad 1. Estructura del sistema económico en México</p>
<p>Objetivo: Conocer los factores que propician el ciclo básico, la micro - macro economía, su entorno y sectores de México con el fin de relacionarla con el diseño industrial</p>
<p>Contenidos:</p> <p>1. Ciclo económico básico</p> <p>2. Conceptos de micro y macro economía</p> <p>2.1. Conceptos de oferta y demanda</p> <p>2.2.. Concepto de valor</p> <p> 2.2.1. Valor de uso</p> <p> 2.2.2. Valor de cambio</p> <p>3. Entorno de la situación política, tecnológica, cultural, social y económico en México</p> <p>4. El sector económico.</p> <p> 4.1. Composición del sector primario y sus actividades.</p> <p> 4.2. Composición del sector secundario y sus actividades</p> <p> 4.2.1. La relación del diseño industrial con el subsector de los servicios y las áreas de oportunidad existentes.</p> <p> 4.3. Composición del sector terciario y sus actividades</p> <p> 4.3.1 Análisis Comportamiento del subsector de la manufactura</p> <p> 4.3.2. La relación del diseño industrial con el subsector de la transformación y las áreas de oportunidad existentes.</p>
<p>Métodos, estrategias y recursos educativos</p>
<p>Métodos: Hipotético deductivo, dialéctico.</p> <p>Estrategias: Clase Magistral, debate o discusión argumentada, casos de estudio, Adquisición de información, estrategias de elaboración, de nemotecnización, de elaboración y de apoyo al procesamiento</p> <p>Recursos: Pintarrón, computadora, cañón, libro de texto, casos de estudio, internet.</p>



Actividades de enseñanza y de aprendizaje		
Inicio	Desarrollo	Cierre
Exposición Ciclo económico básico y sus elementos	<p>Se le da un mapeo de la estructura del ciclo económico básico mediante definiciones, autores, sus antecedentes y sus partes.</p> <p>Se inicia con investigación de micro y macro economía se elaboran mapas mentales o cuadros sinópticos que apoyen a los alumnos a comprender los conceptos</p>	<p>Conclusiones. Exposición de dudas</p>
Exposición, discusión y análisis de casos de estudio para que el alumno comprenda los ambientes macroeconómicos y microeconómicos	<p>Mediante la demostración de casos de estudio el docente realizará ejercicios individuales y grupales con el fin de reconocer la importancia de los factores macro y micro económicos.</p> <p>Investigación de los conceptos relación con casos reales de empresas</p>	<p>Presentación de resumen de los estudios de caso. Elaboración mapas conceptuales o reportes de los alumnos y entregas de trabajos individuales.</p> <p>Conclusiones del trabajo Exposición de dudas</p>
Comprensión de conceptos relacionados a la oferta, demanda y valor (uso y cambio)	<p>Investigación por parte del alumno de los conceptos dados por el docente discusión de grupo.</p> <p>Investigación de los conceptos relacionados con empresas mexicanas</p>	<p>Presentación de un cuadro sinóptico o mapa mental</p> <p>Conclusiones del trabajo Exposición de dudas</p>
Análisis del entorno en México de acuerdo a su situación política, tecnológica, cultural, social y económico en México	A través de estrategias de organización por equipos, los alumnos investigarán el contenido y realizaran una investigación en los diarios acerca de los aspectos política, tecnológica, cultural, social y económico que sufren las empresas en	<p>Elaboración de bitácora de noticias de empresas Conclusiones del trabajo Exposición de dudas</p>



	México	
Exposición de la Composición del sector primario y sus actividades.	Exposición magistral de la composición del sector primario y sus actividades El alumno realiza su resumen e investigara cuál es el porcentaje de empresas que pertenecen a este sector	Resumen escrito Presentación digital Conclusiones de trabajo Exposición de dudas
Exposición de la Composición del sector secundario y sus actividades.	Exposición magistral de la composición del sector secundario y sus actividades Por equipos, los alumnos investigaran tres empresas que pertenezca a dicho sector y las actividades que llevan a cabo, como análisis de caso Terminada la exposición de la investigación como conclusión los equipos de trabajo, determinaran la relación del diseño industrial con el subsector de los servicios y escribirán al menos tres áreas de oportunidad existentes en estos	Resumen escrito Presentación digital Conclusiones de trabajo Exposición de dudas Conclusiones del trabajo Exposición de dudas
Exposición de la Composición del sector terciario y sus actividades.	Exposición magistral de la composición del sector terciario (manufacturero) y sus actividades Por equipos, los alumnos investigaran tres empresas que pertenezca a dicho sector y las actividades que llevan a cabo, como análisis de caso	Exposición de la investigación Conclusiones del trabajo Exposición de dudas



	Terminada la exposición de la investigación como conclusión los equipos de trabajo, determinaran la relación del diseño industrial con el subsector de los servicios y escribirán al menos tres áreas de oportunidad existentes en estos	
6 (Hrs)	3 (Hrs)	3 (Hrs)
Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)		
Escenarios		Recursos
Salón de clases		Cañón, pintarrón, TICs

Unidad 2. La profesión del diseño Industrial en el desarrollo económico.
Objetivo: Distinguir la importancia del diseño industrial como parte del desarrollo económico local y nacional a partir del estudio de los sectores económicos y en análisis de la intervención del diseño en el desarrollo económico, social y cultural para identificar el papel y la trascendencia del profesionista del diseño.
<p>Contenidos:</p> <p>1. Concepto de empresa y organización</p> <p>1.1. Diferencia entre empresa y organización.</p> <p>1.2. Estructura de las organizaciones.</p> <p>1.3. Organizaciones rígidas y flexibles.</p> <p>2. Clasificación de las empresas.</p> <p>2.1. Características de las pequeñas, medianas y grandes empresas</p> <p>2.2. Concepto del ciclo de vida de las empresas</p> <p>2.2.1. Características de las empresas en nacimiento</p> <p>2.2.2. Características de las empresas en crecimiento</p> <p>2.2.3. Características de las empresas en expansión</p> <p>2.2.4. Características de las empresas maduras</p> <p>2.2.5. Características de las empresas en decadencia</p> <p>3. Intervención del diseño industrial en el ciclo de vida y tamaño de las</p>



empresas

3.1. Determinantes de las empresas de acuerdo a su tamaño y ciclos de vida para la estructuración de proyectos de diseño industrial.

3.2. Tipos de proyectos de diseño de acuerdo a los determinantes estudiados; en su concepción como servicios, sistemas, productos y experiencias.

4. Cadena de valor en las empresas y la intervención del diseño

4.1. Estudio del concepto de cadena de valor.

4.2. Análisis de la intervención del diseño industrial en la cadena de valor.

5. El valor del diseño

El valor del capital intelectual

El valor social del diseño

El valor del diseño industrial en el ámbito económico, social y cultural

Métodos, estrategias y recursos educativos

Métodos:

Hipotético deductivo, dialéctico.

Estrategias:

Clase Magistral, debate o discusión argumentada, casos de estudio, Adquisición de información, estrategias de elaboración, de nemotecnización, de elaboración y de apoyo al procesamiento

Recursos:

Pintarrón, computadora, cañón, libro de texto, casos de estudio, internet.

Actividades de enseñanza y de aprendizaje

Inicio	Desarrollo	Cierre
Exposición del docente para explicar el concepto de organización.	Mediante definiciones, citas de autores y estudios de caso y análisis de información especializada el alumno comprende y aprende de manera significativa el concepto de empresa y organización.	Dinámica para exposición de conclusiones
Exposición del docente para explicar la clasificación de las empresas.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en el análisis sobre	Dinámica para exposición de conclusiones



	la clasificación de las empresas.	
Exposición del docente para explicar la clasificación de las empresas.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en la reflexión de la intervención del diseño industrial en el ciclo de vida y tamaño de las empresa.	Dinámica para exposición de conclusiones
Exposición del docente para explicar la clasificación de las empresas.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en la reflexión sobre el valor del diseño.	Dinámica para exposición de conclusiones y entrega de un análisis escrito por parte del alumno.
3 (Hrs)	9 (Hrs)	3 (Hrs)
Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)		
Escenarios		Recursos
Salón de clases		Cañón, pintarrón, TICs

Unidad 3. Factores de mercado consumo que influyen en el Diseño Industrial
Objetivo: Determinar los factores de mercado, que desde la disciplina del diseño industrial aportan elementos para fortalecer a las empresas, a través del estudio del comportamiento del consumidor, segmentación de mercados, competitividad, mezcla de mercadotecnia y canales de distribución.
Contenidos: 1. Concepto de mercado y su clasificación 2. Concepto de investigación de mercado 3. Métodos de segmentación de mercado 4. Hábitos de consumo y nuevos nichos de mercado 5. Las mezcla de mercadotecnia como herrmienta de apoyo a un proyecto de diseño Industrial 5.1 Producto 5.2. Precio



<p>5.3 Plaza (o distribución) 5.4. Promoción 6.- Concepto de producto total 6.1. Producto genérico 6.2. Producto esperado 6.3. Productop aumentado 6.4 Producto potencial 7.- La ventaja competitiva a través de los diferentes aspectos que se consideran en un proyecto de Diseño Industrial.</p>
--

Métodos, estrategias y recursos educativos

Métodos:
Hipotético deductivo, dialéctico.
Estrategias:
Clase Magistral, debate o discusión argumentada, casos de estudio, Adquisición de información, estrategias de elaboración, de nemotecnización, de elaboración y de apoyo al procesamiento
Recursos:
Pintarrón, computadora, cañón, libro de texto, casos de estudio, internet.

Actividades de enseñanza y de aprendizaje

Inicio	Desarrollo	Cierre
Clase magistral para explicar información estructurada y discusión del concepto del mercado y su clasificación.	Mediante definiciones, citas de autores y estudios de caso y análisis de información especializada el alumno comprende y aprende de manera significativa los factores de mercado que influyen en el diseño industrial, como el comportamiento de mercado, segmentación y la competencia.	Determinación de los factores de mercado que intervienen en el proyecto de diseño seleccionado.
Exposición y discusión personalizada o por equipo sobre los elementos de la mezcla de mercadotecnia y los canales de distribución aplicados al proyecto de diseño asignado.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en el desarrollo del proyecto de diseño.	La asignación de la tarea, elaboración del documento donde se concentra la información resumida.



Exposición y discusión personalizada o por equipo sobre los elementos para el lanzamiento del nuevo producto en función al ciclo de vida de la empresa.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en el desarrollo del proyecto de diseño.	La asignación de la tarea, elaboración del documento donde se concentra la información resumida.
4 (Hrs)	12 (Hrs)	4 (Hrs)

Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)	
Escenarios	Recursos
Salón de clases	Cañón, pintarrón, TICs

Unidad 4. E Oportunidades del diseño en la nueva Economía		
Objetivo: Integrar un proyecto de diseño en su fase de detección de oportunidades a partir del conocimiento de nuevas teorías económicas afines al diseño industrial para proponer estrategias de inserción innovadora de la disciplina en la economía a través de su aplicación.		
Contenidos:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Economía Creativa para el enfoque de proyectos de diseño 2. Economía social como enfoque para proyectos de emprendimiento social 3. Economía de la experiencia como enfoque para proyectos de diseño 4. Economía cultural como enfoque para proyectos de diseño de emprendimiento cultural. 		
Métodos, estrategias y recursos educativos		
<p>Métodos: Hipotético deductivo, dialéctico.</p> <p>Estrategias: Clase Magistral, debate o discusión argumentada, casos de estudio, Adquisición de información, estrategias de elaboración, de nemotecnización, de elaboración y de apoyo al procesamiento</p> <p>Recursos: Pintarrón, computadora, cañón, libro de texto, casos de estudio, internet.</p>		
Actividades de enseñanza y de aprendizaje		
Inicio	Desarrollo	Cierre



Clase magistral para explicar información estructurada y discusión de las nuevas economías y la implicación del diseño Industrial	Mediante definiciones, citas de autores y estudios de caso y análisis de información especializada el alumno comprende y aprende y análisis de un proyecto de diseño industrial.	Redacción y finalización del proyecto de diseño.
Exposición y discusión personalizada o por equipo sobre las economías creativas.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en la determinación de un área de oportunidad.	Realización de reporte por escrito.
Exposición y discusión personalizada o por equipo sobre la economía social.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en la determinación de un área de oportunidad.	Realización de reporte por escrito.
Exposición y discusión personalizada o por equipo sobre la economía de la experiencia.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en la determinación de un área de oportunidad.	Realización de reporte por escrito.
Exposición y discusión personalizada o por equipo sobre la economía cultural.	El docente a través del método de proyectos y método de casos y asesoría especializada, guiará al alumno en la determinación de un área de oportunidad.	Realización de reporte por escrito.
8 (Hrs)	18 (Hrs)	8 (Hrs)
Escenarios y recursos para el aprendizaje (uso del alumno)		
Escenarios	Recursos	
Salón de clases	Cañón, pintarrón, TICs	



VII. Acervo bibliográfico

Básico:

- Gómez M. C. y Hernández S- Introducción a la Economía. Un enfoque aplicado. Ed. Mc. Graw Hill, México 1997.
- Fisher Stanley, et. all. Economía. Mc. Graw Hill, ISBN 9701008189
- Kotler Philip, Armstrong Gary (2007). Marketing versión para Latinoamérica 10a edición. México, Editorial Prentice Hall. ISBN 9702607701, 9789702607700
- Méndez J. Fundamentos de Economía, Ed. Mc Graw Hill, México 2002 ISBN 9684222947, 9789684222946
- Stanton William, Etzel Michael J. Walker Bruce J (2004). Fundamentos Marketing, Ed. McGraw Hill. ISBN 9701008944, 9789701008942

Complementario:

- Porter Michael. Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia. Ed CECSA.
- Canfield, Bernard R. Administración de Ventas, México, Diana
- Frye, Robert W, Estrategias Básicas de Mercadotecnia, México, Trillas 1992
- Luther, William M. El Plan de Mercadeo; como prepararlo y ponerlo en marcha. México, Norma, 1985
- Taylor, Weldon J. y Shaw, Roy T. Mercadotecnia: un enfoque integrador. México. Trillas, 1990.



VIII. Mapa curricular

DISEÑO INDUSTRIAL	BASES PARA EL DISEÑO	3 6 9 12	DISEÑO DE OBJETOS SIMPLES	3 6 9 12	DISEÑO DE OBJETOS COMPLEJOS	3 6 9 12	DISEÑO DE PRODUCTOS	3 6 9 12	DISEÑO DE PRODUCTOS ESPECIALIZADOS	3 6 9 12	DISEÑO DE FAMILIA DE PRODUCTOS	3 6 9 12	DISEÑO DE PRODUCTOS SISTEMICOS	3 6 9 12	PROYECTOS DE DISEÑO INDUSTRIAL (BIJUTERÍA)	3 6 9 12
			LENGUAJES PARA PROYECTOS DE DISEÑO INDUSTRIAL	0 4 4 4			HISTORIA Y TEORIA DEL DISEÑO	4 0 4			INTEGRATIVA PROFESIONAL	0 8 8			INVESTIGACIÓN PARA EL DISEÑO INDUSTRIAL	0 4 4 4
FILOSOFÍA Y SOCIOLOGÍA	PENSAMIENTO LÓGICO MATEMÁTICO	2 2 4 6	SOCIEDAD Y CULTURA	2 2 4 6	EVOLUCIÓN DE LOS OBJETOS	2 2 4 6							ESTÉTICA	4 0 4 8		
													SEMIÓTICA	4 0 4 8		
ERGONOMÍA								ERGONOMÍA I	2 4 6 8		ERGONOMÍA II	0 6 6 6				
ECOLOGÍA							RECURSOS NATURALES	2 2 4 6	IMPACTO AMBIENTAL	2 2 4 6					SUSTENTABILIDAD DEL DISEÑO INDUSTRIAL	2 2 4 6
ECONOMÍA ADMINISTRATIVA	INGLES 5	2 2 4 6	INGLES 6	2 2 4 6	INGLES 7	2 2 4 6	INGLES 8	2 2 4 6	MERCADO Y CONSUMO	0 6 6 6	ESTRUCTURACION DE PROYECTOS DE DI	2 2 4 6			GESTIÓN DEL DISEÑO INDUSTRIAL	0 6 6 6
							PRODUCCION ARTESANAL	2 2 4 6	PRODUCCION INDUSTRIAL	2 2 4 6						
CENCIA DE MATERIALES	MATERIALES Y PROCESOS PARA EL DISEÑO	0 4 4 4	TEORIA Y PRACTICA DE ENVASE Y EMBALAJE	2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE MADERAS	2 4 6 8										
	TEORIA Y PRACTICA DE TEXTILES	2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE CUERO Y PIELS	2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE PLASTICOS	2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE CERÁMICA Y VIDRIO	2 4 6 8	TEORIA Y PRACTICA DE METALES	2 4 6 8						
COMUNICACIÓN	REPRESENTACIÓN BIDIMENSIONAL DE CONCEPTOS	0 4 4 4	REPRESENTACIÓN BIDIMENSIONAL DE OBJETOS	0 4 4 4	REPRESENTACION TRIDIMENSIONAL DE PRODUCTOS	0 4 4 4	REPRESENTACIÓN INTEGRAL DE PRODUCTOS	0 4 4 4			FOTOGRAFÍA	0 6 6 6				
	GEOMETRÍA	0 4 4 4	DIBUJO TÉCNICO	0 4 4 4	DIBUJO TÉCNICO ASISTIDO	0 4 4 4	MODELADO ASISTIDO BENDORIZADO	0 4 4 4	FÍSICA Y SISTEMAS APLICADOS AL DISEÑO INDUSTRIAL	2 2 4 6	ANIMACIÓN ASISTIDA	0 4 4 4	MÁTRICES DE SIMULACIÓN	0 4 4 4	PROTOTIPEO ASISTIDO	0 4 4 4
ÁREAS DISCIPLINARIAS	PERIODO 1		PERIODO 2		PERIODO 3		PERIODO 4		PERIODO 5		PERIODO 6		PERIODO 7		PERIODO 8	