

ASIGNATURA: *Seminario de Tesis* - Anual

CURSO: 4º año

EQUIPO DE CATEDRA

**PROFESOR ORDINARIO:
LIC. AQUILES KOBIALKA
Esp. en Docencia Universitaria**

**Auxiliar Docente de Primera Ordinario:
LIC. HECTOR LUNA
Esp. en Docencia Universitaria**

2013

PROPUESTA DE CÁTEDRA

• INTRODUCCIÓN

Este proyecto de Seminario de Tesis de Licenciatura en MKT está dirigido a los alumnos del cuarto año de la carrera e intenta volcar la experiencia adquirida por el postulante en las actividades de dictado de clases y de evaluación de proyectos de tesis de la carrera. En este sentido se propone brindar al alumno un espacio de sistematización para la elaboración del Proyecto de Tesis de Grado y del Informe Final.

Este Seminario se propone llevar adelante una experiencia de investigación que permita al alumno reconocer y dimensionar el saber específico, confrontándolo con una realidad compleja, concebida como una totalidad con múltiples facetas.

Se trata de abrir un espacio de diálogo y reflexión sobre la problemática acerca de la forma de satisfacer mejor las necesidades de un grupo social a través del intercambio con beneficio para la supervivencia de la empresa, en el convencimiento de que la interacción mercado-sociedad debe nutrir la formación integral de los futuros profesionales.

Siendo la Universidad el espacio en el que se construyen conocimientos cada vez más complejos es que se propone, con este Proyecto, trabajar con la mayor contextualización de la problemática de la satisfacción de necesidades y del intercambio con beneficio mediante un trabajo de investigación que permita contrastar la investigación teórica con la realidad, en procura de generar propuestas superadoras.

Desde el punto de vista pedagógico, se pretende que el cursante establezca relaciones significativas, con sus conocimientos previos incorporados durante el cursado mediante vinculaciones verticales con las asignaturas Epistemología de las Ciencias – Trabajo Intelectual – Marketing – Estadística I - Investigación de Mercados – Plan de Marketing – Comportamiento del Consumidor – Creatividad e Innovación – Marketing de Servicios. Así también, deberá lograrlo con las asignaturas vinculadas horizontalmente durante el cuarto año de cursado.

• OBJETIVOS:

1. Investigar teóricamente a partir de la búsqueda y análisis bibliográfico que posibilite contextualizar la problemática.
2. Ejercitar los lineamientos esenciales de la investigación en el campo de MKT así como las pautas para una adecuada comunicación de los resultados.
3. Construir un proyecto de investigación individual, y excepcionalmente, grupal.
4. Contrastar la investigación teórica con la realidad social a partir de la indagación de campo.
5. Redactar un informe final de investigación

- **ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA**

- **PRESENTACIÓN DEL SEMINARIO.** Explicitación de los objetivos y características de la experiencia, estrategias de abordaje de la problemática propuesta, evaluación y promoción.

- Con la mediación del docente se abre la reflexión crítica sobre la temática anual, problematizándola y estableciendo un marco hipotético que ordene la indagación.

- **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN:** los alumnos construyen un Proyecto de Investigación en el cual explicita **título, disciplinas que intervienen, campos de aplicación, situación problemática y su justificación, problema de investigación, hipótesis, objetivos, marco teórico, metodología a utilizar, cronograma de actividades, bibliografía.**

- El equipo docente propondrá a los alumnos para esta instancia algunos problemas de investigación relacionados con temáticas macro que podrán ser tomados o no según sean sus intereses. Para este caso las líneas de investigación ofrecidas serán las siguientes:

- 5- Marketing financiero

- 2- Canales de distribución de productos y servicios de gran consumo
 - 3- Posicionamiento: métodos y estrategias

- 4- Métodos y modelos en marketing

- 5- Estrategias y tácticas en marketing

- **INDAGACIÓN DE CAMPO:** se propondrá al alumno que lo fundamente metodológicamente de forma que le permita, oportunamente, validar las hipótesis lanzadas, dado el caso.

- **INFORME FINAL:** los alumnos redactarán un Informe Final donde darán cuenta del recorrido de la investigación anual y las conclusiones obtenidas.

- **Fecha de presentación: primera semana de noviembre.**

- **DEFENSA ORAL:** noviembre-diciembre o en los turnos de exámenes determinados por la Unidad Académica

- **CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN DEL SEMINARIO**

- En el marco de una evaluación procesual, los alumnos deberán seguir el ordenamiento propuesto por el Reglamento de Tesis considerando aspectos expresados en la normativa vigente¹, relacionándolos con los aspectos metodológicos, lógicos y de contenido de las asignaturas vinculadas horizontal y verticalmente, constituyéndose en objetivo de carácter prioritario del seminario.

- Además se considerarán:

- participación en el trabajo de la comisión con asistencia mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas;
- elaboración, presentación en tiempo y forma y aprobación del proyecto de investigación;
- elaboración, presentación en tiempo y forma y aprobación del informe final.

Es condición indispensable para la defensa final del trabajo de promoción tener corregido y aprobado el informe final por el equipo docente

- **BIBLIOGRAFÍA**

- ANDER-EGG, E. **Técnicas de investigación social** Buenos Aires Lumen, 1995.
- BECHINI, A. – **El diferencial semántico. Teoría y práctica.** Barcelona. Hispano-europea, 1986.
- BERGANZA, M^a R. Y RUIZ, J. A. (coords.) **Investigar en Comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación,** Madrid, Mc Graw –Hill.2005
- CALLEJO, J. **El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación,** Barcelona, Ariel. 2001
- COOK, T. D. – **Métodos cualitativos y cuantitativos.** Madrid. Morata, 1986.

¹ Reglamentación de Tesis de Licenciatura, UADER, Facultad de Ciencias de la Gestión y su Anexo "A".

- DELGADO, J. M. Y GUTIÉRREZ, J. (eds.) **Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales**, Madrid, Editorial Síntesis 1999
- ECO, U. **Cómo se hace una tesis**, España, Gedisa, 1992.
- ETXEBERRIA, J., JOARISTI, L. Y LIZASOAIN, L. – **Programas y análisis estadísticos básicos con SPSS/PC(+)**. Madrid. Paraninfo 1990.
- FEYERABEND, P. K. –**Contra el método-**. Ariel. 1974.
- GARCIA FERRANDO, M. – Jesús Ibáñez y Francisco Alvira. **El análisis de la realidad social. Métodos y Técnicas de investigación**. Madrid: Alianza Univ. Textos, 1986.
- GARCIA HUIDOBRO, J. E. Y OCHOA, Jorge: **Tendencia de la investigación en América Latina** – En: Perspectiva de la Educación en América Latina, centro de Estudios Educativos, A. C., México, 1976.
- GONZÁLEZ RÍO, M. J. 1997: **Metodología de la investigación social**. Técnicas de recolección de datos, Alicante, Editorial Aguaclara.
- GUTIÉRREZ CABRIÁ, S. – **Filosofía de la estadística**. Valencia. Universidad de Valencia, 1994.
- GUTIÉRREZ CABRIÁ, S. – **Filosofía de la probabilidad**. Valencia. Tirant lo Blanc, 1992.
 - HAYMAN, Herbert: **Diseño y análisis de las encuestas sociales** – Amorrortu Editores, Bs. As., 1971.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; Fernández Collado, C. Y Baptista Lucio, P. 2003: **Metodología de la investigación**, México D.F., Mc Graw Hill.
- JENSEN, K. B. Y JANKOWSKI N. W. 1993: **Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas**, Barcelona, Bosch.
- KANIG, R. Y otros.- **Tratado de sociología empírica**. Tecnos. Madrid. 1974.
- LAMSON WITNEY, F. **Elementos de investigación** – Omega, Barcelona, 1986.
- LASSO DE LA VEGA, J. – Técnicas de investigación y documentación. Normas y ejercicios. 2ª ed. Madrid: Paraninfo. 1980. 353pp.
- LOPEZ CANO, J. L. – **Métodos e hipótesis científicas**. México: Trillas, 1978.
- R. SIERRA BRAVO, “**Técnicas de Investigación Social, Teoría y ejercicios**”; Decimocuarta edición Madrid 1997-2005.

- R. SIERRA BRAVO, “**Tesis Doctorales y trabajos de Investigación Científica**”; Cuarta edición, Madrid 1996.
- RODRÍGUEZ OSUNA, J.- **Métodos de muestreo y Métodos de muestreo: casos prácticos**. Madrid. CIS 1991 y 1993.
- RUIZ OLABUÉNAGA, J. I. 2003: **Metodología de la investigación cualitativa**, Bilbao, Universidad de Deusto.
- SABINO, C. A. **Cómo hacer una tesis**, Argentina, Lumen/Hvmanitas, 1999.
- SIERRA BRAVO R. **Técnicas de Investigación Social. Teorías y Ejercicios**. Ed. Thomson.- Madrid. 2005
- SLEY, M. Y ATKINSON, P. **Etnografía: métodos de investigación** – Paidós, Bs. As., 1994.
- WIMMER, R. D. Y DOMINICK, J. R. 1996: **La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos**, Barcelona, Bosch comunicación.

➤

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- BELL, J. 2002: **Cómo hacer tu primer trabajo de investigación**, Barcelona, Gedisa.
- CAMINOS MARCET, J. M^a 1997: **Periodismo de investigación. Teoría y práctica**, Madrid, editorial Síntesis.
- STAKE, R.E. 1998: **Investigación con estudio de casos**, Madrid, Morata.

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

- Brunet Icart, Ignasi., “**Epistemología y práctica de la investigación científico-social**”, Barcelona Librería Universitaria de Barcelona 1998.
- Chalmers, Alan, “**La ciencia y cómo se elabora**”, Madrid Siglo XXI de España 1992.
- González, Wenceslao J. Ed. Lit. / Puellas, Luis, “**Aspectos metodológicos de la investigación científica un enfoque multidisciplinar**”, Murcia Universidad de Murcia, Secretariado de Publicaciones; Madrid Universidad Autónoma de Madrid 1990.
- Primo Yufera, Eduardo, “**Introducción a la investigación científica y tecnológica**”, Madrid Alianza D.L. 1994.

- Tejada Fernández, José, “**El proceso de investigación científica**”, Barcelona Fundación la Caixa E.U.I. Santa Madrona D.L. 1997.

Tesis

- DAVINSON, D.- Thesis & dissertations as information sources. Londres: Clive Buigley, 1977.
- REYNOLDS, M. M.- Guide to thesis and dissertations: an international bibliography of bibliographies. Gale Research Co., 1974.

CRONOGRAMA DE CLASES

Clase	Fecha	Bloque	Tema
Primer Cuatrimestre			
1			Presentación del Seminario: Explicitación de objetivos, características de la experiencia, estrategias de abordaje, evaluación y promoción
2			Reflexión crítica sobre la temática anual con guía docente
3			Problematización de la temática anual con guía docente
4			Construcción grupal del marco hipotético de indagación
5			Elaboración de la producción grupal con guía docente
6			Elaboración de la producción grupal con guía docente
7			Entrega y exposición de la producción grupal
8			Problematización de la indagación de campo
9			Problematización de la indagación de campo
10			Problematización de la indagación de campo
11			Construcción del proyecto de investigación individual con guía docente
12			Construcción del proyecto de investigación individual con guía docente
Segundo Cuatrimestre			
13			Construcción del proyecto de investigación individual con guía docente
14			Construcción del proyecto de investigación individual con guía docente
15			Entrega del proyecto de investigación individual
16			Exposición Proyecto individual
17			Exposición Proyecto individual
18			Exposición Proyecto individual
19			Construcción del Informe Final
20			Construcción del Informe Final
21			Construcción del Informe Final
22			Entrega y exposición del Informe Final