

sílabo

Trend Research & Coolhunting

I. Datos Informativos

Código	: 902007
Carrera	: Marketing e Innovación
Semestre	: 2020-2
Ciclo	: 2° ciclo
Categoría	: Formación profesional
Créditos	: 3
Pre-requisito	: Ninguno
Docente	: Alan Suarez

II. Sumilla

El presente curso de formación profesional es de naturaleza teórica y práctica. El propósito del mismo es brindar al estudiante un panorama amplio del Coolhunting (internacional y su validación en nuestra ciudad) y su importancia dentro del contexto actual, para que puedan accionar esta herramienta dentro de una organización.

El contenido a tratar está referido a los conceptos del Coolhunting a partir del reconocimiento de las tendencias, sus patrones y señales. La utilización de las distintas herramientas para lograrlo, como lo son, el nethunting y el streethunting; y la etnografía como complemento a éstas. La validación de estas tendencias extranjeras en nuestra ciudad, reconociendo el nivel de adopción de los peruanos frente a éstas. Para tener una visión clara del futuro, a través de las tendencias.

III. Competencias

- **General:**

Evalúa la adopción de las tendencias de comportamiento internacionales por parte de la población limeña, analizando factores socio culturales y demográficos, de manera objetiva.

- **Específicas:**

- Comprende los conceptos fundamentales del Coolhunting, así como los cambios en la sociedad a través de las mega, macro y micro tendencias; y su implicancia en la evolución cultural, social, política y económica, con interés.
- Configura el enfoque del Coolhunting y sus diferentes herramientas, a través de un reporte de tendencias, con coherencia.
- Analiza el enfoque de las tendencias de comportamiento, descifrando sus componentes dentro de una estructura, con precisión.
- Concluye el enfoque del reporte de tendencias, como un medio para lograr generar estrategias a futuro y nuevos proyectos dentro de una organización empresarial, de manera objetiva.

IV. **Contenidos**

1ª Semana

- Introducción al Coolhunting. Conceptos básicos y keywords. Mega, macro y micro tendencias.

2ª Semana

- Team building.
- Selección de equipos de trabajo.
- Elección del tema a trabajar (proyecto).

3ª Semana - Evaluación Continua 1

- Investigación inicial del tema a trabajar.
- Definición de Coolhunting.
- Utilización de herramienta Nethunting.

4ª Semana

- Exposición de las señales encontradas a partir del Nethunting.
- Explicación de los componentes tendencia, patrones y señales.

5ª Semana

- Categorización de las señales encontradas.
- Creación de tendencias y patrones a partir de las señales encontradas.

6ª Semana - Evaluación Continua 2

- Introducción a la Etnografía.
- Explicación herramienta entrevista a profundidad (friends and family).
- Realización de entrevistas a profundidad.

7ª Semana - Examen Parcial

- Debrief y análisis de la información obtenida.
- Cruce de tendencias encontradas con los resultados de las entrevistas a profundidad.
- Explicación herramienta observación no participativa.

8ª Semana

- Realización de observación no participativa.
- Validación de las tendencias encontradas, en nuestra ciudad.

9ª Semana

- Análisis de toda la información obtenida.

10ª Semana

- Creación de un mapa de tendencias.

11ª Semana - Evaluación Continua 3

- Workshop de Aplicación de Tendencias.

12ª Semana

- Creación de escenarios.
- Futuros posibles.

13ª Semana

- Preparación de reporte de tendencias.
- Preparación de exposición trabajo final.

14ª Semana - Evaluación Continua 4

- Revisión de trabajo final escrito (reporte de tendencias).

15ª Semana - Examen Final

- Exposición de trabajo final.

16ª Semana - Entrega de Notas

V. Metodología

- La plataforma virtual empleada es el Classroom de Google Suite for education donde se compartirá los recursos didácticos de cada una de las sesiones, empleando el Meet como medio de comunicación sincrónica para la ejecución de las sesiones de aprendizaje. Las técnicas didácticas en la modalidad remota son análisis, descripción, diálogo, ejemplificación, ejercitación, trabajos en equipos, conversación, exposición, aprendizaje basado en problemas y casos reales, investigación y lectura de fuentes utilizando los recursos consignados en la plataforma Classroom, diapositivas con estrategias del docente, videos, etc. Además se podrán utilizar los aplicativos como Kahoot, Mentimeter, Facebook entre otras conforme a las necesidades y requerimientos. La investigación es permanente para los estudiantes y el docente.

VI. Investigación Formativa:

El curso atiende el proceso de investigación a través de la elaboración de una presentación final.

VI. Evaluación

La evaluación es permanente durante el desarrollo de las sesiones de clase.

El promedio final del curso es resultado de un ponderado, compuesto por lo siguiente:

- Examen parcial (30%)
- Evaluación Continua (40%). Se registra en cuatro momentos (10%, 10%, 10% y 10%= 40%), se compone de actividades académicas desarrolladas en el aula, y los avances de trabajos de investigación.
- Evaluación Final (30%), se compone de la nota grupal de presentación del trabajo final mediante un informe escrito y sus evidencias (50%), y de un organizador visual y la sustentación (50%). La sustentación se realizará de forma grupal, sin embargo la nota es individual.

VIII. Fuentes

Bibliográficas:

- Els Dragt (2017). How to Research Trends: Use trend watching to boost innovation.
- Henrik Vejlgaard (2007). *Anatomy of a trend*.
- Robert Kozinets, Avi Shankar, Bernard Cova (2007). Consumer Tribes.
- Malcolm Gladwell (2000). El punto clave.
- Steven Levitt, Stephen J. Dubner (2005). *Freakonomics*.