

## Trend Research & Coolhunting

---

### I. Datos Informativos

Código	: 901007
Carrera	: Marketing e Innovación
Semestre	: 2018-2
Ciclo	: 2° ciclo
Categoría	: Formación profesional
Créditos	: 3
Pre-requisito	: Ninguno
Docente	: Gilda Díaz

---

### 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 de 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 a través del Streethunting.
- 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

- En el curso de Coolhunting se abordarán las teorías de forma práctica y experimental, se motivará al estudiante a explorar y juzgar a partir de la información analizada, estimulándolo a debatir.
- Las estrategias metodológicas a utilizarse son:
  - Autoaprendizaje
  - Aprendizaje Interactivo
  - Aprendizaje Colaborativo
  - Aprendizaje basado en necesidades y casos reales
  - La investigación es permanente para los estudiantes y el docente.

#### VI. **Investigación formativa:**

El curso atiende la investigación formativa, a través de la elaboración de un reporte de tendencias, informe escrito y visual.

#### VII. **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 del mismo ante un jurado (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*.