



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Código: FAD0040

Paralelo:

Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017

Profesor: FREIRE PESANTEZ ANDREA ISABEL

Correo electrónico afreire@uazuay.edu.ec

Docencia	Práctico	Autónomo: 0		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

Prerrequisitos:

Código: FAD0010 Materia: ESTADÍSTICA II PARA ADM Y CSU

2. Descripción y objetivos de la materia

La Investigación de Mercados es una herramienta que permite, a quienes están involucrados en la toma de decisiones de la gestión empresarial, obtener la información adecuada para reducir el riesgo de la incertidumbre. La investigación le permitirá participar con mayor objetividad en un mercado competitivo. Esto implica, por una parte, precisar el objetivo de la investigación; y, por otra utilizar los instrumentos idóneos que contribuyan a encontrar hallazgos objetivos y significativos. Esta asignatura se inicia con el análisis del conocimiento y la información en las decisiones de Marketing; las metodologías y procedimientos aplicados en la Investigación de mercados, los métodos cualitativos y cuantitativos, las características de la encuesta, Plan de Muestreo, diseño del cuestionario, trabajo de campo, escalas de medida, técnicas estadísticas en el análisis de la información, e informe final.

El estudiante al finalizar el ciclo estará en capacidad de: ¿ Introducir al alumno en la teoría y la práctica de la Investigación de Mercado como una herramienta científica de manejo de la información en la iniciación de todo proyecto empresarial que oferte productos y servicios (d) ¿ Desarrollar y comprender cada una de las fases de un proceso de investigación desde: Definición del Problema, Objetivos, Tipos de investigación y Técnicas utilizadas (b). ¿ Calcular y seleccionar unidades muestrales para el caso de las técnicas cuantitativas (c). ¿ Codificar, identificar y tabular variables de un cuestionario (d). ¿ Interpretar los datos obtenidos en relación con los objetivos iniciales y elaborar, presentar y defender un Informe de Investigación (d).

Esta materia le proporciona al estudiante herramientas q le permitan iniciar proyectos de Investigación de Mercados como parte de su perfil profesional. Esta asignatura tiene relación con la estadística como proyectos industriales, emprendimiento, investigación y desarrollo de nuevos productos, Marketing, etc¿ Contribuye a la formación profesional, pues toda actividad empresarial culmina con la venta de productos o servicios.

3. Contenidos

01.	Generalidades de la Investigación de Mercado
01.01.	Concepto e importancia de la Investigación de mercados (2 horas)
01.02.	El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones de marketing (2 horas)
01.03.	El papel de la investigación de mercados en el SIM y el SAD (2 horas)
01.04.	Definición del problema en la investigación de mercados (2 horas)
01.05.	Diseño de la investigación: clasificación (0 horas)
01.05.01.	Investigación exploratoria (2 horas)
01.05.02.	Investigación descriptiva (2 horas)
01.05.03.	Investigación causal (2 horas)
01.05.04.	Relaciones entre investigación exploratoria, descriptiva y causal (2 horas)
01.05.05.	Propuesta de Investigación de Mercados (4 horas)
02.	Investigación Cualitativa
02.01.	Definición e importancia (2 horas)
02.02.	Técnicas de Investigación Cualitativa (6 horas)
03.	Investigación Cuantitativa
03.01.	Definición e importancia (2 horas)

03.02.	Medición y Escalamiento (2 horas)
03.02.	Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación (6 horas)
04.	Diseño de cuestionarios y formatos
04.01.	Definición de cuestionario (1 horas)
04.02.	Objetivos del cuestionario (1 horas)
04.03.	Proceso del diseño del cuestionario (2 horas)
04.04.	Prueba piloto (2 horas)
05.	Muestreo: diseño y procedimientos
05.01.	Muestra o censo (4 horas)
05.02.	El error muestral (2 horas)
05.03.	Determinación del tamaño de la Muestra (4 horas)
05.04.	Recolección y procesamiento de datos (2 horas)
06.	Análisis de datos y elaboración de informes
06.01.	Importancia del Informe y la presentación (4 horas)
06.02	El proceso, presentación y formato del informe (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
ak. Organizar estadísticamente la información de la empresa.	
-Elaboración de un proyecto de Investigación Análisis y validación del proyecto Utilización de los resultados	-Evaluación escrita -Evaluación escrita -Informes -Investigaciones -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos -Trabajos prácticos - productos
ar. Identificar las estructuras del mercado	
-Diseño y ejecución de la investigación Análisis y validación del proceso de investigación Utilización de los resultados de la Investigación	-Evaluación escrita -Informes -Investigaciones -Prácticas de laboratorio -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Trabajos prácticos - productos	Brief de investigación y Entrevistas a profundidad	Generalidades de la investigación de Mercado, investigación Cualitativa	APORTE 1	4	Semana: 5 (17/04/17 al 22/04/17)
Evaluación escrita	Evaluación de los contenidos del capítulo 1 y 2	Generalidades de la investigación de Mercado, investigación Cualitativa	APORTE 1	6	Semana: 5 (17/04/17 al 22/04/17)
Trabajos prácticos - productos	Diseño de encuesta y prueba piloto	Diseño de cuestionarios y formatos, Investigación Cuantitativa	APORTE 2	4	Semana: 10 (22/05/17 al 27/05/17)
Evaluación escrita	Evaluación capítulos 3 y 4	Diseño de cuestionarios y formatos, Investigación Cuantitativa	APORTE 2	6	Semana: 10 (22/05/17 al 27/05/17)
Trabajos prácticos - productos	Informe borrador de la investigación	Análisis de datos y elaboración de informes, Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 3	5	Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Análisis de datos y elaboración de informes, Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 3	5	Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17)
Trabajos prácticos - productos	Presentación del informe final	Análisis de datos y elaboración de informes, Diseño de cuestionarios y formatos,	EXAMEN	5	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos			
Evaluación escrita	Evaluación de los contenidos teóricos desde el capítulo 1 hasta el 6	Análisis de datos y elaboración de informes, Diseño de cuestionarios y formatos, Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos	EXAMEN	15	Semana: 17-18 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Evaluación escrita	Evaluación de todos los capítulos.	Análisis de datos y elaboración de informes, Diseño de cuestionarios y formatos, Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Metodología

Se alternarán las clases teóricas y ejercicios prácticos con tareas dirigidas en grupo. La estrategia metodológica se basa en los siguientes pasos:

- Exposición teórica del profesor sobre el tema.
- Ejemplos prácticos desarrollados por el profesor.
- Elaboración y presentación de un estudio de mercado por parte de los estudiantes, este estudio se desarrollará en grupos.
- Revisión bibliográfica fuera del aula.
Refuerzo por parte del profesor

Criterios de Evaluación

Se tomarán en consideración los siguientes criterios de evaluación:

* En la evaluación escrita: el dominio e integración de conocimientos

* En los trabajos de investigación:

- Dominio de conocimientos
- Investigaciones sobre el tema
- Redacción y ortografía
- Puntualidad en la entrega
- Presentación del trabajo: redacción, ortografía, análisis del contenido, conclusiones.
- La calificación de la sustentación del trabajo final de investigación, así como de los avances es grupal.
- Si alguno de los integrantes del grupo no asiste a las sustentaciones de los trabajos o informe final se le asignará una nota de cero.

El plagio y la copia se consideran una falta grave que significará el tener una nota de 0 y la solicitud correspondiente, por parte del profesor, a las autoridades de la Universidad para que sea sancionado el estudiante o los estudiantes de acuerdo a los reglamentos de la Universidad del Azuay.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Naresh K. Malhotra	PEARSON EDUCACIÓN	Investigación de Mercados	2008	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	URL	Versión
INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS	INEC	www.ecuadorencifras.gob.ec	
Argote Francisco, Villada Hector; Argote Hernan		http://web.ebscohost.com/ehost/detail?	
Arango, A., Rodrigues, D., & Delgado, A. (3)		http://web.ebscohost.com/ehost/detail?	

Software			
Autor	Título	URL	Versión
MICROSOFT EXCEL	EXCEL 2010		2010

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **14/03/2017**

Estado: **Aprobado**