



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACION DE MERCADOS

Código: CJU0091

Paralelo:

Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018

Profesor: PINOS LUZURIAGA LUIS GABRIEL

Correo electrónico lpinos@uazuay.edu.ec

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

Prerrequisitos:

Código: CJU0102 Materia: MARKETING INTERNACIONAL

2. Descripción y objetivos de la materia

La Investigación de Mercados nos permite obtener información para descubrir los problemas y levantar datos que lleven a conclusiones del entorno del mercado nacional e internacional. El mundo está tecnológicamente unido por internet en tiempo real, las empresas y sus productos llegan a cualquier rincón del mundo en pocas horas, lo que nos permite tener un universo de clientes muy grande. Conocer cada necesidad y las oportunidades de los clientes nos permitirá producir y ofrecer un producto que nos lleve a satisfacer dichas necesidades y al éxito empresarial u organizacional.

La Investigación de Mercados permite identificar problemas, plantear modelos de investigación, enseña cómo obtener información relevante, analizar e interpretar dichos datos y tomar decisiones acertadas para el mercado.

La Investigación de Mercados es la base de iniciar un negocio, permitiendo que el Emprendimiento pueda tener éxito y perdurar en el tiempo, a la vez que permite manejar información relevante para un buen manejo de las negociaciones internacionales generando beneficios y respetando la propiedad intelectual.

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)
02.	Investigación Cualitativa
02.01.	Definición e importancia (2 horas)
02.02.	Técnicas de Investigación Cualitativa (8 horas)
03.	Investigación Cuantitativa
03.01.	Definición e importancia (2 horas)
03.02.	Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación (8 horas)
04.	Diseño de cuestionarios y formatos
04.01.	Definición de cuestionario (2 horas)
04.02.	Objetivos del cuestionario (2 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 (8 horas)
05.02.	El error muestral (2 horas)
05.03.	Sistema Informático para manejo de información y resultados R STUDIO (2 horas)
06.	Preparación y presentación del informe
06.01.	Importancia del Informe y la presentación (4 horas)
06.02.	El proceso, presentación y formato (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
am. Promocionar la oferta exportable del Ecuador a través de los centros de información comercial ubicados en el exterior	
-Identificar los problemas y necesidades, levantar información, analizar y diseñar diferentes tipos de investigación.	-Foros, debates, chats y otros -Informes -Proyectos -Reactivos -Trabajos prácticos - productos
av. Identificar las responsabilidad de importadores, exportadores y demás operadores de comercio exterior en base a los términos de comercio internacional	
-Generar toma de decisiones basado en los resultados de la investigación interpretando de manera adecuada los datos para el mercado nacional e internacional.	-Evaluación oral -Informes -Proyectos -Reactivos -Resolución de ejercicios, casos y otros -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis y desarrollo de casos	Generalidades de la investigación de Mercado, investigación Cualitativa	APORTE 1	5	Semana: 3 (26/03/18 al 29/03/18)
Reactivos	Prueba escrita	Generalidades de la investigación de Mercado, investigación Cualitativa	APORTE 1	5	Semana: 4 (02/04/18 al 07/04/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis y desarrollo de casos	Diseño de cuestionarios y formatos , Investigación Cuantitativa	APORTE 2	5	Semana: 8 (01/05/18 al 05/05/18)
Trabajos prácticos - productos	Presentación de trabajo	Diseño de cuestionarios y formatos , Investigación Cuantitativa	APORTE 2	5	Semana: 9 (07/05/18 al 09/05/18)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Análisis y desarrollo de casos	Muestreo: diseño y procedimientos , Preparación y presentación del informe	APORTE 3	5	Semana: 13 (04/06/18 al 09/06/18)
Proyectos	Presentación e proyectos de investigac	Muestreo: diseño y procedimientos , Preparación y presentación del informe	APORTE 3	5	Semana: 14 (11/06/18 al 16/06/18)
Proyectos	Presentación de proyecto de investigación de mercados	Diseño de cuestionarios y formatos , Generalidades de la investigación de Mercado, investigación Cualitativa , Investigación Cuantitativa , Muestreo: diseño y procedimientos , Preparación y presentación del informe	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Proyectos	Presentación de proyecto de investigación de mercados	Diseño de cuestionarios y formatos , Generalidades de la investigación de Mercado, investigación Cualitativa , Investigación Cuantitativa , Muestreo: diseño y procedimientos , Preparación y presentación del informe	SUPLETORIO	20	Semana: 19 (al)

1. Se desarrollará la clase por el profesor
2. El estudiante analizará un caso de estudio y se discutirá en clases.
3. El estudiante aplicará lo aprendido en una investigación de Mercado propuesta por el mismo.
4. Se realizará una retroalimentación del tema.

Criterios de Evaluación

1. Se calificará la capacidad de análisis y síntesis del estudiante en cada uno de los casos.
2. Se tomará en cuenta la calidad de presentación del cada informe de investigación de mercados: estructura, ideas concatenadas, ortografía.
3. La nota de la presentación de los informes es individual
4. Cualquier acto de copia o plagio será sancionado de acuerdo a la normativa de la universidad.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Naresh K. Malhotra	PEARSON EDUCACIÓN	Investigación de Mercados	2008	
Naresh K. Malhotra	PEARSON EDUCACIÓN	Investigación de Mercados	2008	
Philip Kotler; Gary Armstrong	Pearson Educación	Marketing: versión para latinoamérica	2007	

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	URL
Inec	Ecuador en cifras	Ww12.ecuadorencifras.com
Julio alonso	Técnicas de investigación cualitativa de Mercado aplicadas al consumidor de fruta en fresco	Www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S123-

Software

Autor	Título	URL	Versión
Microsoft	Excel		2013 o sup
Ibm spss stadistics	Spss		23

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **05/03/2018**

Estado: **Aprobado**