UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ECONOMÍA EMPRESARIAL

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Código: FAD0040

Paralelo:

Periodo : Marzo-2018 a Julio-2018

Profesor: RIOS PONCE MARCO ANTONIO

Correo electrónico mrios@uazuay.edu.ec

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

Prerrequisitos:

Código: FAD0093 Materia: ESTADÍSTICA III PARA ECE

2. Descripción y objetivos de la materia

Investigación de Mercados es una asignatura fundamental en el área de Economía ya que sin ella, no podríamos conocer a nuestros clientes y peor aún sus gustos y preferencias. Por lo que este curso inicia con el aprendizaje de los métodos cualitativos para identificar de forma clara los problemas de investigación y para continuar con la investigación cuantitativa.

La materia es útil para poder identificar las necesidades de mercado y poder crear o dar un valor agregado a un producto o servicio que satisfaga dicha necesidad. Además conociendo métodos nuevos de investigación y todos los sistemas utilizados para poder levantar información confiable, relevante y práctica para la toma de las mejores decisiones empresariales.

La investigación de mercados se articula con el perfil profesional por que permitirá a los estudiantes desarrollar y motivar la investigación en todos los ámbitos, teniendo en cuenta que las decisiones se toman con información primaria y las nuevas estrategias globales y efectivas son las que poseen más información.

3. Contenidos

1.	**INTRODUCCION Y FASE INICIAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS**
1.1.	Introducción a la investigación de Mercados (2 horas)
1.2.	Definición del problema de investigación (8 horas)
2.	**PREPARACION DEL DISEÑO DE INVESTGACION**
2.1.	Diseño de la investigación (4 horas)
2.2.	Diseño de la investigación exploratoria (8 horas)
2.3.	Diseño de la investigación descriptiva (4 horas)
2.4.	Diseño de la investigación causal (6 horas)
2.5.	Medición y Evaluación (4 horas)
2.6.	Diseño de Cuestionario y formatos (4 horas)
2.7.	Muestreo (4 horas)
3.	**RECOLECCIÓN, PREPARACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS**
3.1.	Trabajo de Campo (8 horas)
3.2.	Preparación de los datos (4 horas)
3.3.	Tabulación cruzada (4 horas)
3.4.	Preparación de datos e Informe Final (4 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
at. Distinguir los elementos críticos del mercado y la empresa.	
-Analiza las principales variables de los mercados, para poder tener	-Evaluación escrita

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
información asimétrica y reducir el riesgo en la toma de decisiones.	-Trabajos prácticos - productos
-Define el diseño de investigación, clasifica varios diseños de la investigación y explica las diferencias entre diseños exploratorios y concluyentes l.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Ejecuta un Proyecto de Investigación de Mercado a través de técnicas cualitativas que le permitirán administrar los sistemas de información de mercadotecnia para generar toma de decisiones inteligentes en las organizaciones.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Entende la naturaleza y el alcance de la investigación de mercados, así como su papel en el diseño e implementación de los programas de marketing exitosos	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos
-Entiende el proceso utilizado para definir el problema en la investigación de mercados y los diferentes factores ambientales que influyen en la definición del problema.	-Evaluación escrita -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Individual	INTRODUCCION Y FASE INICIAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS, PREPARACION DEL DISEÑO DE INVESTGACION	APORTE 1	10	Semana: 5 (09/04/18 al 14/04/18)
Evaluación escrita	Individual	INTRODUCCION Y FASE INICIAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS, PREPARACION DEL DISEÑO DE INVESTGACION, RECOLECCIÓN, PREPARACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS	APORTE 2	10	Semana: 9 (07/05/18 al 09/05/18)
Trabajos prácticos - productos	Grupal e individual	INTRODUCCION Y FASE INICIAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS, PREPARACION DEL DISEÑO DE INVESTGACION, RECOLECCIÓN, PREPARACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS	APORTE 3	10	Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)
Evaluación escrita	individual	INTRODUCCION Y FASE INICIAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS, PREPARACION DEL DISEÑO DE INVESTGACION, RECOLECCIÓN, PREPARACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS	EXAMEN	20	Semana: 17-18 (01-07-2018 al 14-07-2018)
Evaluación escrita	Individual	INTRODUCCION Y FASE INICIAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS, PREPARACION DEL DISEÑO DE INVESTGACION, RECOLECCIÓN, PREPARACIÓN, ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS DATOS	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Comprende dos didácticas:
1. Clase magistral / Evaluación de casos
2. Trabajos / Investigación individual o colectiva

La metodología se basará en un proceso inductivo de conceptos mediante clases preparadas con el apoyo de medios audiovisuales, junto a un proceso deductivo apoyado en la preparación de casos de estudio y talleres de trabajo en el que los estudiantes generan sus propios procesos de aprendizaje.

Criterios de Evaluación

Se considerará el trabajo individual y discusión de casos, desarrollo de trabajo de investigación y aporte en los mismos. Redacción y ortografía. Trabajo integrador final existirá dos partes una grupal y otra individual.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Philip Kotler		Marketing Versión para Latinoamerica		
Naresh K. Malhotra	PEARSON EDUCACIÓN	Investigación de Mercados	2008	
Naresh Malhotra	Prentica hall	Investigación de mercados	2020	978-607-32-5075-7

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	URL
Jorge Eliécer Prieto Herrera	Investigación de mercados	https://ebookcentral.proquest.com/lib/uasuaysp/detail.

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **26/02/2018**

Estado: **Aprobado**