UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS II

Código: FAD0145

Paralelo: A, A, A

Periodo : Septiembre-2016 a Febrero-2017

Profesor: FREIRE CRUZ MANUEL R

Correo electrónico mafreire@uazuay.edu.ec

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

Prerrequisitos:

Código: FAD0139 Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I

2. Descripción y objetivos de la materia

La Investigación de Mercados II, esto es el estudio de la fase Concluyente, es una herramienta que permite, a quienes están involucrados en la toma de decisiones de la gestión empresarial, obtener la información que permita ampliar el conocimiento objetivo y comprensión numérica de las investigaciones. Por tanto, la investigación Concluyente le permitirá al futuro Ingeniero en Marketing participar con mayor objetividad en un mercado competitivo. Esto implica, por una parte, obtener evidencias sobre el tema de la investigación; y, por otra utilizar instrumentos cuantitativos idóneos que contribuyan a encontrar hallazgos objetivos y significativos.

Con Investigación de Mercados II, esto es la fase Concluyente y la Presentación del Informe, se espera completar el proceso metodológico-científico que implica la realización de una investigación en el Marketing: esto es la investigación exploratoria Cualitativa y la investigación concluyente Cuantitativa.

El Marketing, esto es la vinculación entre los consumidores y los productores-comercializadores de bienes y servicios requiere, en su planificación de la información que le proporciona la investigación de mercados. Esto hace que la Investigación de Mercados sea, por naturaleza, inherente a toda la formación profesional en Marketing y por lo tanto necesaria en todas las materias de especialización.

3. Contenidos

01.	**La Investigación concluyente / Medición y escalamiento**
01.01.	Introducción a la investigación concluyente/cuantitativa (2 horas)
01.02.	Revisión de la investigación cualitativa (2 horas)
01.03.	Medición y escalamiento / Panorama general (1 horas)
01.04.	Técnicas no comparativas de escalamiento (1 horas)
01.05.	Escalas de clasificación por ítem (2 horas)
01.06.	Aplicaciones (2 horas)
02.	**Diseño de cuestionarios y formatos**
02.01.	Panorama general (1 horas)
02.02.	Definición de cuestionario (0 horas)
02.03.	Objetivos del cuestionario (1 horas)
02.04.	Proceso del diseño del cuestionario (0 horas)
02.05.	Orden lógico (1 horas)
02.06.	Prueba piloto (1 horas)
02.07.	Aplicaciones (2 horas)
03.	**Muestreo: diseño y procedimientos**
03.01.	Panorama general (1 horas)
03.02.	Muestra o censo (1 horas)

03.03.	El proceso de diseño del muestreo (2 horas)
03.04.	Aplicaciones (2 horas)
04.	**Muestreo: determinación del tamaño final e inicial de la muestra (*)**
04.01.	Panorama general (1 horas)
04.02.	Distribución del muestreo (1 horas)
04.03.	Determinación del tamaño de la muestra: medidas (1 horas)
04.04.	Determinación del tamaño de la muestra: proporciones (1 horas)
04.05.	Aplicaciones (2 horas)
05.	**Trabajo de campo**
05.01.	Panorama general (1 horas)
05.02.	La naturaleza del trabajo de campo (0 horas)
05.03.	Procesos del trabajo de campo y de recolección de datos (1 horas)
05.04.	Planteamiento de la preguntas (0 horas)
05.05.	Registro de las respuestas (1 horas)
05.06.	Calidad de datos (1 horas)
05.07.	Aplicaciones (2 horas)
06.	**Preparación de los datos**
06.01.	Panorama general (1 horas)
06.02.	El proceso de preparación de los datos (1 horas)
06.03.	Codificación de las preguntas (0 horas)
06.04.	Elección de una estrategia de análisis de datos (1 horas)
06.05.	Clasificación de las técnicas estadísticas (1 horas)
06.06.	Aplicaciones (2 horas)
07.	**Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis (*)**
07.01.	Panorama general (1 horas)
07.02.	Distribución de frecuencias (1 horas)
07.03.	Estadísticos asociados con la distribución de frecuencias (1 horas)
07.04.	Tabulaciones cruzadas (1 horas)
07.05.	Dos variables (1 horas)
07.06.	Estadísticos asociados con la tabulación cruzada (1 horas)
07.07.	Chi cuadrada (2 horas)
07.08.	Métodos multivariados (Descripción Básica) (4 horas)
07.09.	Aplicaciones (2 horas)
08.	**Preparación y presentación del informe**
08.01.	Panorama general (1 horas)
08.02.	Importancia del Informe y la presentación (1 horas)
08.03.	El proceso y presentación del informe (2 horas)
08.04.	Preparación del Informe (2 horas)
08.05.	Formato del Informe (2 horas)
08.06.	Aplicaciones (2 horas)

4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
an. Desarrollar Planes de Negocio Innovadores.	
-Detectar tendencias empresariales o poblacionales utilizando apropiadamente las técnicas cuantitativas.	-Evaluación escrita -Investigaciones -Trabajos prácticos - productos
ax. Investigar los Mercados para detectar necesidades.	
-Detectar necesidades requeridas por la empresa/población utilizando	-Evaluación escrita

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia	Evidencias
apropiadamente las técnicas cuantitativas.	-Investigaciones -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capítulos 1,2,3,4	Diseño de cuestionarios y formatos, La Investigación concluyente / Medición y escalamiento, Muestreo: determinación del tamaño final e inicial de la muestra (*), Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 1	4	Semana: 4 (03/10/16 al 08/10/16)
Trabajos prácticos - productos	Capitulos 1,2,3,4	Diseño de cuestionarios y formatos, La Investigación concluyente / Medición y escalamiento, Muestreo: determinación del tamaño final e inicial de la muestra (*), Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 1	2	Semana: 4 (03/10/16 al 08/10/16)
Investigaciones	Capitulos 1,2,3,4	Diseño de cuestionarios y formatos, La Investigación concluyente / Medición y escalamiento, Muestreo: determinación del tamaño final e inicial de la muestra (*), Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 1	4	Semana: 4 (03/10/16 al 08/10/16)
Evaluación escrita	Capítulos 5,6	Preparación de los datos, Trabajo de campo	APORTE 2	4	Semana: 9 (07/11/16 al 09/11/16)
Evaluación escrita	Capítulos 5,6	Preparación de los datos, Trabajo de campo	APORTE 2	4	Semana: 9 (07/11/16 al 09/11/16)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos 5,6	Preparación de los datos, Trabajo de campo	APORTE 2	2	Semana: 9 (07/11/16 al 09/11/16)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos 7,8	Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis (*), Preparación y presentación del informe	APORTE 3	2	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
Investigaciones	capítulos 7,8	Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis (*), Preparación y presentación del informe	APORTE 3	4	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
Evaluación escrita	Capítulos 7,8	Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis (*), Preparación y presentación del informe	APORTE 3	4	Semana: 14 (12/12/16 al 17/12/16)
Evaluación escrita	Capítulos 1 a 8	Diseño de cuestionarios y formatos, Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis (*), La Investigación concluyente / Medición y escalamiento, Muestreo: determinación del tamaño final e inicial de la muestra (*), Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación de los datos, Preparación y presentación del informe, Trabajo de campo	EXAMEN	12	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)
Investigaciones	Capítulos 1 a 8	Diseño de cuestionarios y formatos, Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis (*), La Investigación concluyente / Medición y escalamiento, Muestreo: determinación del tamaño final e inicial de la muestra (*), Muestreo: diseño y	EXAMEN	8	Semana: 17-18 (02-01-2017 al 15-01-2017)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
		procedimientos, Preparación de los datos, Preparación y presentación del informe, Trabajo de campo			
Evaluación escrita	Capítulos 1 a 8	Diseño de cuestionarios y formatos, Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y prueba de hipótesis (*), La Investigación concluyente / Medición y escalamiento, Muestreo: determinación del tamaño final e inicial de la muestra (*), Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación de los datos, Preparación y presentación del informe, Trabajo de campo	SUPLETORIO	20	Semana: 19-20 (16-01-2017 al 22-01-2017)

Metodología

La metodología a seguir comprende varias didácticas:
1. Clase magistral
2. Trabajos / Investigación individual / Colectivo
3. Un trabajo/investigación aplicado y colaborativo que se desarrolla durante todo el semestre

Criterios de Evaluación

La evaluación se realizará en forma congruente con las evidencias de aprendizaje:
1. Exámenes escritos para la evaluación de la teoría y conceptos
2. Trabajos de investigaciones específicas y Control de lectura sobre casos para fortalecer los conocimientos y aplicación de la materia
3. Informes escritos del resultado parcial de los trabajos/investigaciones aplicados. La evidencia final es un trabajo completo de una Investigación de Mercados.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
HAIR, JOSEPH F.; BUSH, ROBERT P.; ORTINAU, DAVID J	McGraw Hill	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: UN AMBIENTE DE INFORMACIÓN DIGITAL	2010	978-607-15-0290-2
HERNANDEZ SAMPIERI, ROBERTO; FERNANDEZ COLLADO, CARLOS; BAPTISTA LUCIO, PILAR	Mc. Graw Hill	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	2010	NO INDICA
MALHOTRA, NARESH.	Pearson/Prentice Hall	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2008	978-970-26-1185-1

Web

Software

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Autor	Título	URL
Peralta, Romina (Severin, Florencia Turco, Pamela	Ebrary	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?
Argote Francisco, Villada Hector; Argote Hernan	Ebsco	http://web.ebscohost.com/ehost/detail?
Esqueda, Sofía; Perez Olivia	Ebsco	http://web.ebscohost.com/ehost/detail?
Quijano Ponce De León, Andres	Ebrary	http://site.ebrary.com/lib/uasuaysp/docDetail.action?

Software

Autor	Título	URL	Versión
Office	Excel, Word, Power Point	Computadoras personales	2010

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 08/08/2016

Estado: Aprobado