



FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos

Materia: INVESTIGACION DE MERCADOS
Código: CJU0091
Paralelo: B
Periodo : Marzo-2021 a Julio-2021
Profesor: ABAD MERCHAN MATIAS JERONIMO
Correo electrónico: matabad@uazuay.edu.ec
Prerrequisitos:

Código: CJU0102 Materia: MARKETING INTERNACIONAL

Nivel: 8

Distribución de horas.

| Docencia | Práctico | Autónomo:null | | Total horas | Créditos |
|----------|----------|----------------------|----------|-------------|----------|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | | |
| 4 | | | | 4 | 4 |

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.

-Evaluación escrita
-Informes
-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

av. Identificar las responsabilidades 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 escrita
-Informes
-Proyectos
-Resolución de ejercicios, casos y otros
-Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|---|-----------------------------|--|--------------------------|--------------|--|
| Evaluación escrita | Evaluación de conceptos | Generalidades de la Investigación de Mercado | APORTE DESEMPEÑO | 3 | Semana: 3 (29-MAR-21 al 01-ABR-21) |
| Resolución de ejercicios, casos y otros | Ejercicios | Diseño de cuestionarios y formatos, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos | APORTE DESEMPEÑO | 3 | Semana: 10 (17-MAY-21 al 21-MAY-21) |
| Proyectos | Avance del Proyecto Final | Muestreo: diseño y procedimientos, Preparación y presentación del informe | APORTE DESEMPEÑO | 4 | Semana: 19-20 (19-07-2021 al 25-07-2021) |
| Proyectos | Entrega del proyecto | 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 FINAL ASINCRÓNICO | 10 | Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021) |
| Evaluación escrita | Evaluación de conocimientos | 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 FINAL SINCRÓNICO | 10 | Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021) |

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|--------------------|-----------------------------|--|------------------------|--------------|--|
| Proyectos | Entrega del proyecto | 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 ASINCRÓNICO | 10 | Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021) |
| Evaluación escrita | Evaluación de conocimientos | 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 SINCRÓNICO | 10 | Semana: 17-18 (05-07-2021 al 18-07-2021) |

Metodología

- * Conferencias magistrales
- * Problematización individual de textos seleccionados
- * Trabajos grupales
- * Presentaciones
- * Resúmenes individuales

Criterios de Evaluación

Todos los trabajos se llevarán a cabo mediante el análisis, síntesis, trabajo de investigación (de campo o Internet), trabajos individuales y grupales, videos y estudios de casos.

Se evaluará la redacción, ortografía, la coherencia en la presentación de ideas y la ausencia de copia textual.

Es requisito para todos los trabajos que se citen las fuentes bibliográficas y las referencias electrónicas con sus fechas de consulta.

En la exposición oral, se evaluará la fluidez en la exposición y el manejo adecuado de los asistentes, el uso de las tecnologías de información y la exposición o sustentación, formarán parte importante de los criterios de evaluación en los trabajos y proyectos. No se aceptará tareas extemporáneas.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|-------------------------------|-------------------|---------------------------------------|------|------|
| 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

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|-----------------------|-----------|---------------------------|------|------|
| Carl, M., & Roger, G. | Tomson SA | Investigación de mercados | 2005 | |

Web

Software

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 11/03/2021

Estado:

Aprobado