



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:		Total horas
		Sistemas de tutorías	Autónomo	
4				4

2. Descripción y objetivos de la materia

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 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 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. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4. 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)

5. 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 (29/03/21 al 01/04/21)
Resolución de ejercicios, casos y otros	Ejercicios	Diseño de cuestionarios y formatos, Investigación Cuantitativa, Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE DESEMPEÑO	3	Semana: 10 (17/05/21 al 21/05/21)
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)

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
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)
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.

6. 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**