



## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS

### ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

#### 1. Datos

**Materia:** INVESTIGACION DE MERCADOS  
**Código:** CJU0091  
**Paralelo:** B  
**Periodo :** Marzo-2018 a Julio-2018  
**Profesor:** FAJARDO MONROY MARÍA GABRIELA  
**Correo electrónico:** gafajardo@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)   |
| <b>02.</b> | <b>Investigación Cualitativa</b>  |
| 02.01.     | Definición e importancia (2 horas)  |
| 02.02.     | Técnicas de Investigación Cualitativa (8 horas)   |
| <b>03.</b> | <b>Investigación Cuantitativa</b>   |
| 03.01.     | Definición e importancia (2 horas)  |
| 03.02.     | Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación (8 horas) |
| <b>04.</b> | <b>Diseño de cuestionarios y formatos</b>   |
| 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)   |
| <b>05.</b> | <b>Muestreo: diseño y procedimientos</b>  |
| 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)                                      |
| <b>06.</b> | <b>Preparación y presentación del informe</b>   |
| 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  
-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  
-Trabajos prácticos -  
productos

### Desglose de evaluación

| Evidencia                      | Descripción        | Contenidos sílabo a evaluar  | Aporte   | Calificación | Semana                                   |
|--------------------------------|--------------------|--|----------|--------------|--|
| Evaluación escrita             | Evaluación escrita | Generalidades de la Investigación de Mercado   | APORTE 1 | 5            | Semana: 3 (26/03/18 al 29/03/18)         |
| Trabajos prácticos - productos | Trabajo práctico   | Investigación Cualitativa  | APORTE 1 | 5            | Semana: 5 (09/04/18 al 14/04/18)         |
| Evaluación escrita             | Evaluación escrita | Investigación Cuantitativa   | APORTE 2 | 5            | Semana: 7 (23/04/18 al 28/04/18)         |
| Trabajos prácticos - productos | Trabajo práctico   | Diseño de cuestionarios y formatos   | APORTE 2 | 5            | Semana: 9 (07/05/18 al 09/05/18)         |
| Evaluación escrita             | Evaluación escrita | Muestreo: diseño y procedimientos  | APORTE 3 | 5            | Semana: 12 (28/05/18 al 02/06/18)        |
| Informes                       | Informe            | Preparación y presentación del informe   | APORTE 3 | 5            | Semana: 15 (18/06/18 al 23/06/18)        |
| Evaluación escrita             | Examen Final       | 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) |

| Evidencia          | Descripción       | Contenidos sílabo a evaluar  | Aporte     | Calificación | Semana            |
|--------------------|-------------------|--|------------|--------------|-------------------|
| Evaluación escrita | Examen Supletorio | 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 ) |

### Metodología

Las clases se llevarán a cabo mediante la exposición teórica, explicación y aplicación de la metodología que se debe seguir para realizar un estudio de mercado.

### Criterios de Evaluación

En las evaluaciones escritas teóricas se evaluará el conocimiento de los estudiantes a través de preguntas abiertas o reactivos. Los trabajos prácticos deben cumplir con los siguientes requisitos: redacción y ortografía correcta, contenidos suficientes, bibliografía y citas, adecuada presentación.

## 6. 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

#### Software

\_\_\_\_\_  
Docente

\_\_\_\_\_  
Director/Junta

Fecha aprobación: **01/03/2018**

Estado: **Aprobado**