UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

## 1. Datos generales

**Materia:** INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
**Código:** AEM0006
**Paralelo:**
**Periodo :** Septiembre-2022 a Febrero-2023
**Profesor:** FREIRE PESANTEZ ANDREA ISABEL
**Correo electrónico** afreire@uazuay.edu.ec

| Docencia | Práctico | Autónomo: 80 | | Total horas |
|---|---|---|---|---|
| | | Sistemas de tutorías | Autónomo | |
| 64 | 16 | 0 | 80 | 160 |

**Prerrequisitos:**

Código: FAM0008 Materia: ESTADÍSTICA II

## 2. Descripción y objetivos de la materia

Esta materia le proporciona al estudiante herramientas que le permitan iniciar proyectos de Investigación de Mercados como parte de su perfil profesional. Esta asignatura tiene relación con la Estadística, Evaluación de Proyectos, Emprendimiento e Innovación, Marketing Estratégico, etc.

La Investigación de Mercados es una herramienta que permite, a quienes están involucrados en la toma de decisiones de la gestión empresarial, obtener la información adecuada para reducir el riesgo de la incertidumbre. La investigación le permitirá participar con mayor objetividad en un mercado competitivo.

Esta asignatura es fundamental en el área de Economía y Administración de Empresas ya que, sin ella, no podríamos conocer a nuestros clientes y menos 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 para poder levantar información confiable, relevante y práctica para la toma de las mejores decisiones empresariales y económicas.

## 3. Contenidos

| | |
|---|---|
| **1** | **Generalidades de la Investigación de Mercados** |
| 1.1 | El proceso de toma de decisiones (4 horas) |
| 1.2 | Sistema de información mercadológica (4 horas) |
| 1.3 | Investigación de Mercados (0 horas) |
| 1.3.1 | Antecedentes de la investigación de mercados (4 horas) |
| 1.3.2 | Objetivos de la investigación de mercados (4 horas) |
| 1.3.3 | Importancia de la investigación de mercados (2 horas) |
| 1.3.4 | La investigación de mercados y el proceso administrativo (2 horas) |
| 1.3.5 | Factores que se consideran para realizar una investigación de mercados (2 horas) |
| 1.3.6 | Importancia de la investigación de mercados (2 horas) |
| **2** | **Metodología de la investigación** |
| 2.1 | Detección de la necesidad de información (2 horas) |
| 2.2 | Investigación exploratoria (2 horas) |
| 2.3 | Investigación descriptiva (2 horas) |
| 2.4 | Investigación causal (2 horas) |
| 2.5 | Fuentes de error (2 horas) |
| 2.6 | Necesidad de Investigación (2 horas) |
| **3** | **Métodos cualitativos de recolección de datos** |
| 3.1 | Identificación del target group (4 horas) |
| 3.2 | Técnicas de investigación cualitativa: sesiones de grupo, entrevista de profundidad, técnicas proyectivas. (5 horas) |

| | |
|---|---|
| **4** | **Métodos cuantitativos de recolección de datos** |
| 4.1 | Encuestas: correo, correo electrónico, telefónica y personal (5 horas) |
| 4.2 | Determinación del método de muestreo: muestra, métodos de muestreo (4 horas) |
| **5** | **Diseño del cuestionario** |
| 5.1 | Diseño del cuestionario: Tipo de preguntas, escalas de medición, prueba piloto (5 horas) |
| 5.2 | Trabajo de campo : Los encuestadores, planeación organización y control del trabajo de campo. (5 horas) |
| 5.3 | Tabulación: Planeación de la tabulación. (6 horas) |
| 5.4 | Análisis e interpretaciones (5 horas) |
| **6** | **Informe** |
| 6.1 | Pasos para preparar un informe, formato del informe . (5 horas) |

## 4. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

| Resultado de aprendizaje de la materia | Evidencias |
|---|---|
| **CC2. Construye modelos cuantitativos para la toma de decisiones empresariales o de negocios.** | |
| -Obtener información para reducir el riesgo o incertidumbre | -Evaluación escrita<br>-Trabajos prácticos - productos |

### Desglose de evaluación

| Evidencia | Descripción | Contenidos sílabo a evaluar | Aporte | Calificación | Semana |
|---|---|---|---|---|---|
| Evaluación escrita | Capítulos 1 y 2 | | APORTE | 6 | Semana: 5 (17/10/22 al 22/10/22) |
| Trabajos prácticos - productos | Entrega y presentación del Brief de investigación | | APORTE | 4 | Semana: 5 (17/10/22 al 22/10/22) |
| Trabajos prácticos - productos | Informe entrevistas en profundidad y Diseño del cuestionario. | | APORTE | 4 | Semana: 10 (21/11/22 al 26/11/22) |
| Evaluación escrita | Capítulos 3 y 4 | | APORTE | 6 | Semana: 10 (21/11/22 al 26/11/22) |
| Evaluación escrita | Capítulos 5 y 6 | | APORTE | 6 | Semana: 15 ( al ) |
| Trabajos prácticos - productos | Recopilación de datos, elaboración de archivo de datos y presentación de principales resultados | | APORTE | 4 | Semana: 15 ( al ) |
| Trabajos prácticos - productos | Presentación del informe final | | EXAMEN | 10 | Semana: 19-20 (22-01-2023 al 28-01-2023) |
| Evaluación escrita | Todos los capítulos | | EXAMEN | 10 | Semana: 19-20 (22-01-2023 al 28-01-2023) |
| Evaluación escrita | Todos los capítulos | | SUPLETORIO | 20 | Semana: 20 ( al ) |

### Metodología

### Criterios de Evaluación

## 5. Referencias

### Bibliografía base

### Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---|---|---|---|---|
| Laura Fischer, Jorge Espejo | Mc Graw Hill | Introducción a la Investigación de Mercados | | |

### Web

## Software

## Bibliografía de apoyo

### Libros

| Autor | Editorial | Título | Año | ISBN |
|---|---|---|---|---|
| Naresh K. Malhotra | Pearson Education | Investigación de Mercados | 2016 | 978-607-32-3560-0 |

### Web

| Autor | Título | URL |
|---|---|---|
| Lorca Montoya, Sergio; Carrera Farran, Xavier; Casanovas Català, Montserrat | ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS GRATUITAS PARA EL DISEÑO DE CUESTIONARIOS ONLINE | https://www.redalyc.org/pdf/368/36846509007.pdf |
| García Alcaraz, Francisco; Alfaro Espín, Antonia; Hernández Martínez, Antonio; Molina Alarcón,Milagros | Diseño de Cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones | https://www.redalyc.org/pdf/1696/169617616006.pdf |

### Software

| Autor | Título | URL | Versión |
|---|---|---|---|
| IBM | IBM SPSS | | 22 |

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **14/09/2022**

Estado: **Aprobado**