UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACION DE MERCADOS
Código: CJU0091
Paralelo:
Periodo : Marzo-2017 a Julio-2017
Profesor: PINOS LUZURIAGA LUIS GABRIEL
Correo electrónico lpinos@uazuay.edu.ec

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

Prerrequisitos:

Código: CJU0102 Materia: MARKETING INTERNACIONAL

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 -Proyectos -Trabajos prácticos - productos
av. Identificar las responsabilidad 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 oral -Proyectos -Trabajos prácticos - productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	prueba escrita	Generalidades de la Investigación de Mercado, Investigación Cualitativa	APORTE 1	10	Semana: 4 (10/04/17 al 12/04/17)
Trabajos prácticos - productos	trabajo práctico	Diseño de cuestionarios y formatos , Investigación Cuantitativa	APORTE 2	3	Semana: 10 (22/05/17 al 27/05/17)
Evaluación escrita	prueba escrita	Diseño de cuestionarios y formatos , Investigación Cuantitativa	APORTE 2	7	Semana: 10 (22/05/17 al 27/05/17)
Evaluación escrita	prueba escrita	Muestreo: diseño y procedimientos , Preparación y presentación del informe	APORTE 3	7	Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17)
Trabajos prácticos - productos	proyectos de investigación	Muestreo: diseño y procedimientos , Preparación y presentación del informe	APORTE 3	3	Semana: 15 (26/06/17 al 01/07/17)
Proyectos	prrsentación de trabajo de investigación	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 (09-07-2017 al 22-07-2017)
Proyectos	proyecto de investigación	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: 19-20 (23-07-2017 al 29-07-2017)

Metodología

Se realizará la presentación teórico- practico por parte del profesor, posterior los estudiantes aplicarán los conocimientos adquididos a un caso de emprendimiento, las aplicaciones serán examinadas y discutidas con toda la clase.

Criterios de Evaluación

La evaluación al estudiante dependerá de cómo aplica los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera de estudios internacionales en un emprendimiento, se medirá como el estudiante puede evaluar el potencial de mercado en dicho proyecto utilizando tecnicas economicas, estadisticas, de marketing, conjugando con el análisis social y político del entorno en el cuál se podría desarrollar el emprendimiento.

5. 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

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
KINNEAR / TAYLOR	Mc. Graw Hill	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	2003	NO INDICA

Web

Software

Autor	Título	URL	Versión
SPSS	SPSS		

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 09/03/2017

Estado: Aprobado