UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACION DE MERCADOS
Código: CJU0091
Paralelo:
Periodo : Marzo-2019 a Julio-2019
Profesor: FAJARDO MONROY MARÍA GABRIELA
Correo electrónico gafajardo@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
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 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, Investigación Cualitativa	APORTE 1	10	Semana: 4 (01/04/19 al 06/04/19)
Informes	Informe del avance de la investigación de mercados	Diseño de cuestionarios y formatos , Investigación Cuantitativa	APORTE 2	10	Semana: 10 (13/05/19 al 18/05/19)
Informes	Informe del avance de la investigación de mercado	Muestreo: diseño y procedimientos , Preparación y presentación del informe	APORTE 3	10	Semana: 14 (10/06/19 al 15/06/19)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo final producto de la investigación de mercado	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 (30-06-2019 al 13-07-2019)
Evaluación escrita	Examen de segunda convocatoria	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: 20 (al)

Metodología

Las clases se desarrollarán a través de la explicación de los aspectos teóricos y la aplicación de los mismos en trabajos prácticos.

Criterios de Evaluación

En las pruebas escritas se evaluarán aspectos teóricos a través de preguntas abiertas y cerradas, así como aspectos prácticos a través de ejercicios de aplicación.
En los avances de la investigación de mercado se evaluará el correcto uso y aplicación de las ténicas de investigación.

5. Referencias

Bibliografía base

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN

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: 28/02/2019

Estado: Aprobado