



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

1. Datos generales

Materia: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Código: AEM0006
Paralelo: F
Periodo: Septiembre-2023 a Febrero-2024
Profesor: FREIRE PESANTEZ ANDREA ISABEL
Correo electrónico: afreire@uazuay.edu.ec

Nivel: 5

Distribución de horas.

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

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 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.

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. Objetivos de Desarrollo Sostenible



4. Contenidos

1.1	El proceso de toma de decisiones
1.2	Sistema de información mercadológica
1.3.1	Antecedentes de la investigación de mercados
1.3.2	Objetivos de la investigación de mercados
1.3.3	Importancia de la investigación de mercados
1.3.4	La investigación de mercados y el proceso administrativo
1.3.5	Factores que se consideran para realizar una investigación de mercados

1.3.6	Importancia de la investigación de mercados
2.1	Detección de la necesidad de información
2.2	Investigación exploratoria
2.3	Investigación descriptiva
2.4	Investigación causal
2.5	Fuentes de error
2.6	Necesidad de Investigación
3.1	Identificación del target group
3.2	Técnicas de investigación cualitativa: sesiones de grupo, entrevista de profundidad, técnicas proyectivas.
4.1	Encuestas: correo, correo electrónico, telefónica y personal
4.2	Determinación del método de muestreo: muestra, métodos de muestreo
5.1	Diseño del cuestionario: Tipo de preguntas, escalas de medición, prueba piloto
5.2	Trabajo de campo : Los encuestadores, planeación organización y control del trabajo de campo.
5.3	Tabulación: Planeación de la tabulación.
5.4	Análisis e interpretaciones

5. Sistema de Evaluación

Resultado de aprendizaje de la carrera relacionados con la materia

Resultado de aprendizaje de la materia

CC2. Construye modelos cuantitativos para la toma de decisiones empresariales o de negocios.

Evidencias

-Obtener información para reducir el riesgo o incertidumbre

-Evaluación escrita
-Trabajos prácticos -
productos

Desglose de evaluación

Evidencia	Descripción	Contenidos sílabo a evaluar	Aporte	Calificación	Semana
Evaluación escrita	Capítulos 1 y 2	Generalidades de la Investigación de Mercados, Metodología de la investigación	APORTE	6	Semana: 5 (16-OCT-23 al 21-OCT-23)
Trabajos prácticos - productos	Capítulo 1 y 2	Generalidades de la Investigación de Mercados, Metodología de la investigación	APORTE	4	Semana: 5 (16-OCT-23 al 21-OCT-23)
Evaluación escrita	Capítulos 3 y 4	Métodos cualitativos de recolección de datos, Métodos cuantitativos de recolección de datos	APORTE	6	Semana: 10 (20-NOV-23 al 25-NOV-23)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos 1, 2, 3 y 4	Métodos cualitativos de recolección de datos, Métodos cuantitativos de recolección de datos	APORTE	4	Semana: 10 (20-NOV-23 al 25-NOV-23)
Evaluación escrita	Capítulos 5 y 6	Diseño del cuestionario, Informe	APORTE	6	Semana: 15 (al)
Trabajos prácticos - productos	Capítulos 1, 2, 3, 4, 5 y 6	Diseño del cuestionario, Generalidades de la Investigación de Mercados, Informe, Metodología de la investigación, Métodos cualitativos de recolección de datos, Métodos cuantitativos de recolección de datos	APORTE	4	Semana: 15 (al)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Diseño del cuestionario, Generalidades de la Investigación de Mercados, Informe, Metodología de la investigación, Métodos cualitativos de recolección de datos, Métodos cuantitativos de recolección de datos	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Trabajos prácticos - productos	Todos los capítulos	Diseño del cuestionario, Generalidades de la Investigación de Mercados, Informe, Metodología de la investigación, Métodos cualitativos de recolección de datos, Métodos cuantitativos de recolección de datos	EXAMEN	10	Semana: 19-20 (21-01-2024 al 27-01-2024)
Evaluación escrita	Todos los capítulos	Diseño del cuestionario, Generalidades de la Investigación de Mercados, Informe, Metodología de la investigación, Métodos cualitativos de recolección de datos, Métodos cuantitativos de recolección de datos	SUPLETORIO	20	Semana: 20 (al)

Metodología

Descripción	Tipo horas
<p>El estudiante, como parte de su trabajo autónomo, deberá realizar las siguientes actividades:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisión bibliográfica fuera del aula y estudio de los mismos. 2. Elaboración y presentación de un estudio de mercado por parte de los estudiantes, esta investigación se desarrollará en grupo. 3. Trabajo de procesamiento de datos y elaboración de informe. Este trabajo es individual. 	Autónomo
<p>Se alternarán las clases teóricas y ejercicios prácticos con tareas dirigidas en grupo. La estrategia metodológica se basa en los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposición teórica del profesor sobre el tema • Ejemplos prácticos desarrollados por el profesor • Refuerzo por parte del docente. 	Total docencia

Criterios de evaluación

Descripción	Tipo horas
En los trabajos de investigación: a. Dominio de la teoría b. Investigaciones sobre el tema c. Puntualidad en la entrega d. Presentación del trabajo: redacción, ortografía, análisis del contenido, conclusiones. e. La calificación del informe final de la investigación, así como de los avances es grupal. f. La calificación de las sustentaciones de avances del trabajo es individual, si alguno de los integrantes del grupo no asiste a las sustentaciones se le asignará una nota de cero.	Autónomo

En la evaluación escrita:

Dominio de la teoría y su correcta aplicación en ejercicios prácticos que se requiere para la realización de una investigación de mercados. El plagio y la copia se consideran una falta grave que significará el tener una nota de 0 y la solicitud correspondiente, por parte del profesor, a las autoridades de la Universidad para que sea sancionado el estudiante de acuerdo a los reglamentos de la Universidad del Azuay.	Total docencia
--	----------------

6. Referencias

Bibliografía base

Libros

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

Web

Software

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Autor	Editorial	Título	Año	ISBN
Naresh K. Malhotra	Pearson	Investigación de Mercados	2020	978-607-32-5075-7
HAIR, JOSEPH F.; BUSH, ROBERT P.; ORTINAU, DAVID J	McGraw Hill	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS: UN AMBIENTE DE INFORMACIÓN DIGITAL	2010	978-607-15-0290-2

Web

Autor	Título	Url
Instituto Nacional de Estadísticas y Censos SENESCYT	INEC	https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/
	SENESCYT	https://sia.senescyt.gob.ec/estadisticas-de-educacion-superior-ciencia-tecnologia-e-innovacion/

Software

Autor	Título	Url	Versión
Microsoft Excel	Excel		2010
IBM	SPSS		25

Revista

Autor	Volumen	Título	Año	DOI
Marcelo Calle	null	IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES Y SU	2023	https://doi.org/10.
Marcelo Calle	null	Social Influence and Perceived Quality in	2022	https://doi.org/10.
García Alcaraz,	null	Diseño de Cuestionarios para la recogida	null	https://www.redalyc.
Lorca Montoya, Sergio;	null	ANÁLISIS DE HERRAMIENTAS GRATUITAS	null	https://www.redalyc.

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: **06/09/2023**

Estado: **Aprobado**