UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

1. Datos generales

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

Nivel: 8

Distribución de horas.

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 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

01.01.	Concepto e importancia de la Investigación de mercados
01.02.	El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones de marketing
01.03.	El papel de la investigación de mercados en el SIM y el SAD
01.04.	Definición del problema en la investigación de mercados
01.05.01.	Investigación exploratoria
01.05.02.	Investigación descriptiva
01.05.03.	Investigación causal
01.05.04.	Relaciones entre investigación exploratoria, descriptiva y causal
02.01.	Definición e importancia
02.02.	Técnicas de Investigación Cualitativa

03.01.	Definición e importancia
03.02.	Técnicas: encuesta, técnicas estadísticas de recolección de datos, registros estructurados de observación
04.01.	Definición de cuestionario
04.02.	Objetivos del cuestionario
04.03.	Proceso del diseño del cuestionario
04.04.	Prueba piloto
05.01.	Muestra o censo
05.02.	El error muestral
05.03.	Sistema Informático para manejo de información y resultados R STUDIO
06.01.	Importancia del Informe y la presentación

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 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	APORTE 1	5	Semana: 3 (26-MAR-18 al 29-MAR-18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	Investigación Cualitativa	APORTE 1	5	Semana: 5 (09-ABR-18 al 14-ABR-18)
Evaluación escrita	Evaluaci´´on escrita	Investigación Cuantitativa	APORTE 2	5	Semana: 7 (23-ABR-18 al 28-ABR-18)
Trabajos prácticos - productos	Trabajo práctico	Diseño de cuestionarios y formatos	APORTE 2	5	Semana: 9 (07-MAY-18 al 09-MAY-18)
Evaluación escrita	Evaluación escrita	Muestreo: diseño y procedimientos	APORTE 3	5	Semana: 12 (28-MAY-18 al 02-JUN-18)
Informes	Informe	Preparación y presentación del informe	APORTE 3	5	Semana: 15 (18-JUN-18 al 23-JUN-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)
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

Criterios de evaluación

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

Revista

Bibliografía de apoyo

Libros

Web

Software

Revista

Docente

Director/Junta

Fecha aprobación: 01/03/2018

Estado: Aprobado