



PLANEACION LICENCIATURA ESCOLARIZADO

SAC-FOR-34

Licenciatura: **TURISMO**
Modalidad: EscolarizadaMateria: **INVESTIGACION DE
MERCADOS**
Cuatrimestre: 6°.Clave: **P-LTU602**
Horas: 4**OBJETIVO:**

Esta asignatura aporta al perfil del Ingeniero en Administración permite conocer y aplicar prácticamente todas las metodologías necesarias y útiles para obtener información valiosa de la cual se tomen decisiones. El alumno tiene la capacidad de desarrollar sus capacidades creando e innovando estrategias con la investigación de mercados, así como enfocar sus conocimientos al área de la consultoría externa o servicios profesionales

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4
1	ENCUADRE	UNIDAD 1 MERCADO	1.1 Concepto de mercado	1.2 Tipos de mercado
2	1.3 Beneficios y bases para la segmentación de mercados	1.4 Segmentación de mercados	1.5 Criterios para la segmentación de mercados	1.5.1 Segmentación de mercados de consumo
3	1.5.2 Segmentación de mercados industriales	1.6 Métodos y diseños de segmentación de mercados	1.6 Métodos y diseños de segmentación de mercados	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
4	EXAMEN 1a. UNIDAD	UNIDAD 2 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR	2.1.- Estudio del comportamiento del consumidor	2.2. Determinantes internos del comportamiento del consumidor
5	2.3.- Motivación	2.4.- Percepción	2.4.1 Actitudes	2.5.-Experiencia y aprendizaje
6	2.6.- Características demográficas del consumidor	2.7.- Características socioeconómicas del consumidor	2.8.- Características psicográficas del consumidor	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
7	EXAMEN 2a. UNIDAD	UNIDAD 3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	3.1.- Sistemas de información de la mercadotecnia	3.2. Elementos de la investigación de mercados
8	3.4 Aplicaciones de la investigación de mercados	3.4 Aplicaciones de la investigación de mercados	3.5 Procesos de la investigación de mercados	3.5 Procesos de la investigación de mercados
9	3.6 Diseño de la investigación de mercados	3.6 Diseño de la investigación de mercados	3.6.1 Determinación del problema a investigar	3.6.2 Tipos de investigación

10	3.6.2 Tipos de investigación	3.6.3 Especificación de la hipótesis	3.6.4 Definición, clasificación y medidas de las variables	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
11	EXAMEN 3a. UNIDAD	UNIDAD 4 OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN 4.1.- Fuentes de información	4.2 La encuesta	4.3 El cuestionario
12	4.4 Diseño, tamaño y selección de la muestra	4.4.1 Métodos de muestreo	4.4.2 Tamaño de la muestra	4.5 Recolección de datos
13	4.6 Análisis de la información 4.6.1 Técnicas de análisis uni y bivariable	4.6.2 Técnicas de análisis multivariable	4.7 Interpretación de los resultados y presentación de las conclusiones	RETROALIMENTACION DE CONTENIDO
14	EXAMEN FINAL			

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	1.-Conducción Docente, manejo de Esquemas, Conceptos Básicos y Referentes Teóricos (Pizarron) 2.-Estructuración de Reportes de Lectura y Fichas de Trabajo; uso de Medios Audiovisuales. (Pantalla). 3.-Realizar Lecturas de Referencias Bibliográficas Sugeridas y Adicionales para generar Lluvia de Ideas. 4.-Propiciar Actividades de Interés dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teóricamente.
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluación. 3. Exposiciones.
-----------------------------------	---

CRITERIOS, PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION Y ACREDITACION.	
Trabajos Escritos	10%
Actividades aulicas	20%
Trabajos en plataforma educativa	20%
Examen	50%
Total	100%
Escala de calificación	7- 10
Mínima aprobatoria	7

NOTA:	En la planeación los exámenes aparecen siempre en día lunes, pero dependerá de la programación de la sub-dirección académica, y en esa semana se podrán hacer los cambios necesarios.
--------------	---