

Licenciatura: **ADMINISTRACION DE EMPRESAS**
 Modalidad: **EJECUTIVA**

Materia: **INVESTIGACION DE MERCADOS**
 Cuatrimestre: **6°**

Clave: **PE-LAE602**
 Horas: **2**

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
1	ENCUADRE	UNIDAD 1 MERCADO 1.1 Concepto de mercado 1.2 Tipos de mercado 1.3 Beneficios y bases para la segmentación de mercados 1.4 Segmentación de mercados
2	1.5 Criterios para la segmentación de mercados 1.5.1 Segmentación de mercados de consumo 1.5.2 Segmentación de mercados industriales 1.6 Métodos y diseños de segmentación de mercados	UNIDAD 2 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 2.1.- Estudio del comportamiento del consumidor 2.2. Determinantes internos del comportamiento del consumidor
3	2.3.- Motivación 2.4.- Percepción 2.4.1 Actitudes 2.5.-Experiencia y aprendizaje	2.6.- Características demográficas del consumidor 2.7.- Características socioeconómicas del consumidor 2.8.- Características psicográficas del consumidor
4	UNIDAD 3 INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 3.1.- Sistemas de información de la mercadotecnia 3.2. Elementos de la investigación de mercados 3.4 Aplicaciones de la investigación de mercados	3.5 Procesos 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 3.6.3 Especificación de la hipótesis 3.6.4 Definición, clasificación y medidas de las variables
5	UNIDAD 4 OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN 4.1.- Fuentes de información 4.2 La encuesta 4.3 El cuestionario	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
6	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
7	EXAMEN FINAL	

ACTIVIDADES EN EL AULA PERMITIDAS:	<ol style="list-style-type: none"> 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 Interes dentro del Proceso de Enseñanza - Aprendizaje para generar Investigaciones. 5.-Vinculación de la Materia con Casos Prácticos y Reales que se puedan sustentar teoricamente.
---	---

ACTIVIDADES NO PERMITIDAS:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Exámenes Orales. 2. Exposiciones como Evaluacion. 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