

Licenciatura: ADMINISTRACION Y ESTRATEGIAS DE NEGOCIOS

Materia: INVESTIGACION DE MERCADOS

Clave: P-LAN602

Modalidad: Escolarizada

Cuatrimestre: 6°.

Horas: 4

OBJETIVO:

Generar en el alumno la capacidad metodológica de ejecutar una investigación de mercado objetiva, que le permita conocer cuáles son las principales áreas de mejora para la organización a través de datos y análisis estadísticos.

S	CLASE 1	CLASE 2	CLASE 3	CLASE 4	
1	ENCUADRE UNIDAD I MERCADO 1.1 Concepto de mercado	1.2 Elementos del mercado	1.3 Tipos de mercado	1.4 Segmentación de mercados	
2	1.5 Beneficios de la segmentación de mercados	1.6 Métodos y diseños de segmentación de mercados	1.7 Segmentación de mercados de consumo	1.8 Segmentación de mercados industriales	
3	1.9 El medio del mercado	1.10 Microentorno	1.11 Macroentorno	1.12 Fallos en el mercado	ELABORACIÓN DE MAPA CONCEPTUAL DE LA UNIDAD
4	EXAMEN 1a. UNIDAD	UNIDAD 2 COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR 2.1. Estudio del comportamiento del consumidor	2.2. Determinantes internos del comportamiento del consumidor	2.3. Motivación	
5	2.4. Percepción	2.5 Actitudes	2.6. Experiencia y aprendizaje	2.7 Características demográficas del consumidor	
6	2.8 Características socioeconómicas del consumidor	2.9 Características psicográficas del consumidor	2.10 Niveles socioeconómicos	2.11 Grupos de referencia	ELABORACIÓN DE UN CUADRO SINOPTICO DE LA UNIDAD

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	3.3 Aplicaciones de la investigación de mercados	
8	3.4 Procesos de la investigación de mercados	3.5 Diseño de la investigación de mercados	3.6 Investigación exploratoria	3.7 Investigación descriptiva y causales	
9	3.8 Investigaciones experimentales	3.9 Planteamiento del problema	3.10 La hipótesis	3.11 La muestra	
10	3.12 Aspectos básicos del muestreo	3.13 Muestreo no probabilístico	3.14 Muestreo probabilístico	3.15 Determinación del tamaño de la muestra	ELABORACIÓN DE UN ENSAYO DE LA UNIDAD
11	EXAMEN 3a. UNIDAD	UNIDAD 4 OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN 4.1. Métodos de recolección de datos	4.2 Clasificación de las fuentes de información	4.3 El cuestionario	
12	4.4 Diseño del cuestionario	4.5 Tipos de preguntas	4.6 Estructura del cuestionario	4.7 Recolección de datos	
13	4.8 Análisis de la información	4.9 Análisis estadístico bivariable	4.10 Técnicas de análisis multivariable	4.11 Presentación de informes	ELABORACIÓN DE UNA SUPER NOTA DE LA UNIDAD
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.		
Actividades aulicas	10%	
Trabajos en plataforma educativa	30%	
Examen	60%	
Total	100%	
Escala de calificación	7- 9	
Minima aprobatoria	6	

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.
-------	---