

## **SÍLABO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

### **ÁREA CURRICULAR: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**CICLO: VII**

**SEMESTRE ACADÉMICO: 2018- I**

- I. CÓDIGO DEL CURSO** : 09045807040
- II. CRÉDITOS** : 04
- III. REQUISITOS** : 09013406040 - Mercadotecnia
- IV. CONDICIÓN DEL CURSO** : Obligatorio

#### **V. SUMILLA**

La asignatura pertenece al área curricular de formación especializada, es teórico - práctica y tiene por propósito aplicar técnicas de investigación comercial, recopilar, procesar y utilizar información para la toma de decisiones.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: I. Importancia, tipos y fases de la investigación de mercados. II. Métodos de muestreo y diseño muestral. III. Recopilación, tratamiento, análisis e interpretación de los datos. IV. Aplicación de la investigación y toma de decisiones. La asignatura exige del estudiante la presentación de un informe de investigación de mercado de un producto o servicio.

#### **VI. FUENTES DE CONSULTA**

##### **Bibliográficas**

- Linares, J. (2009). *Investigación de mercados*. (2ª. ed.). Perú: Editorial San Marcos EIRL.
- Diez, E. y Landa, J. (2002). *Marketing – Investigación comercial*. (9ª. ed.). España: Editorial Pirámide.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2006). *Marketing*. (10a. ed.). España: Prentice Hall.

##### **Electrónicas**

- <http://personalpuntocom.pe.tripod.com/pilarmarketing.html>
- <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloid=669997>
- <http://personalpuntocom.pe.tripod.com/pilarmarketing.html>
- 

#### **VII. UNIDADES DE APRENDIZAJE:**

##### **UNIDAD I: IMPORTANCIA, TIPOS Y FASES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

##### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Define la importancia de la información comercial empleando adecuadamente la toma de decisiones.

##### **PRIMERA SEMANA**

##### **Primera semana:**

Conceptos

**Segunda sesión:**

Clasificación de la investigación de mercados (Tipología)

**SEGUNDA SEMANA****Primera semana:**

Las técnicas cualitativas

**Segunda sesión:**

Las técnicas cualitativas

**TERCERA SEMANA****Primera semana:**

Las técnicas cuantitativas

**Segunda sesión:**

Las técnicas cuantitativas

**CUARTA SEMANA****Primera semana:**

Diseño de la investigación

**Segunda sesión:**

Diseño de la investigación

**UNIDAD II. MÉTODOS DE MUESTREO Y DISEÑO MUESTRAL****OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Aplica métodos de muestreo y diseño muestral, considerando las técnicas y procedimientos específicos.

**QUINTA SEMANA****Primera semana:**

Concepto de muestreo

**Segunda sesión:**

Tipos de muestreo

**SEXTA SEMANA****Primera semana:**

El diseño muestral

**Segunda sesión:**

El diseño muestral

**SEPTIMA SEMANA****Primera semana:**

Métodos: Conceptos generales.

**Segunda sesión:**

Métodos de muestreo, diseño muestral, Estimaciones

**OCTAVA SEMANA**

Examen Parcial

**NOVENA SEMANA****Primera semana:**

Cálculo del tamaño de la muestra para el muestreo estratificado.

**Segunda sesión:**

Cálculo del tamaño de la muestra para el muestreo estratificado.

### **UNIDAD III. RECOPIACIÓN, TRATAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS**

#### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Redacta un informe de investigación de mercado a partir de la recuperación e interpretación de datos de diversas fuentes.

#### **DÉCIMA SEMANA**

##### **Primera semana:**

Planificación del trabajo de campo.

##### **Segunda sesión:**

Planificación del trabajo de campo.

#### **UNDÉCIMA SEMANA**

##### **Primera semana:**

Planificación del procesamiento de datos. (Instrumentos)

##### **Segunda sesión:**

Planificación del procesamiento de datos. (Instrumentos)

#### **DUODÉCIMA SEMANA**

##### **Primera semana:**

Recopilación de la información

##### **Segunda sesión:**

Tratamiento de la información

### **UNIDAD IV. APLICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN Y TOMA DE DECISIONES**

#### **OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

- Aplica los resultados de la investigación de mercados en la toma de decisiones y en la coordinación con otras áreas de la organización.

#### **DECIMOTERCERA SEMANA**

##### **Primera sesión:**

Análisis de datos e inferencia

##### **Segunda sesión:**

Estadística e interpretación

#### **DECIMACUARTA SEMANA**

##### **Primera sesión:**

Preparación

##### **Segunda sesión:**

Diseño de resultados

#### **DECIMOQUINTA SEMANA**

##### **Primera sesión:**

Presentación de los resultados,

##### **Segunda sesión:**

Toma de decisiones

#### **DECIMOSEXTA SEMANA**

Examen final

## DECIMOSÉPTIMA SEMANA

Entrega de promedios finales y acta del curso.

### VIII. CONTRIBUCIÓN DEL CURSO AL COMPONENTE PROFESIONAL

a) Matemática y Ciencias Básicas	0
b) Tópicos de Ingeniería	0
c) Educación General	4

### IX. PROCEDIMIENTOS DIDÁCTICOS

- Método expositivo – interactivo. disertación docente, exposición del estudiante. trabajo de investigación.
- Método de discusión guiada. conducción del grupo para abordar situaciones y llegar a conclusiones y recomendaciones.
- Método de Demostración – ejecución. Se utiliza para ejecutar, demostrar, practicar y retroalimentar lo expuesto.

### X. MEDIOS Y MATERIALES

Equipos: Computadora, ecra, proyector de multimedia, parlantes.

Materiales: Archivos e Investigaciones diversas del Profesor y Búsqueda por el alumno de Material Bibliográfico en la Universidad, y en Instituciones señalado por el Profesor en el presente Silabo.

### XI. EVALUACIÓN

El promedio final se obtiene del modo siguiente:

$$PF = (2*PE+EP+EF)/4$$
$$PE = ( (P1+P2+P3+P4-MN)/3 + W1) /2$$

Donde:

EP = Examen parcial

EF = Examen final

PE = Promedio de evaluaciones

P1...P2 = Nota de Prácticas Calificadas

W1 = Trabajo Final de Investigación

MN = Menor Nota de Práctica Calificada

### XII. HORAS, SESIONES, DURACIÓN

a)	<table><tr><th>Teoría</th><th>Práctica</th><th>Laboratorio</th></tr><tr><td>3</td><td>2</td><td>0</td></tr></table>	Teoría	Práctica	Laboratorio	3	2	0	Horas de clase:
Teoría	Práctica	Laboratorio						
3	2	0						

b) **Sesiones por semana:** Dos sesiones.

c) **Duración:** 5 horas académicas de 45 minutos

### XIII. DOCENTE

María Elena Benavente Villena

### XIV. FECHA

La Molina, marzo de 2018.