

## **SÍLABO INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

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

**CICLO: VII**

**SEMESTRE ACADÉMICO: 2018-II**

- 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

### **SÉPTIMA 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 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	<b>0</b>
b) Tópicos de Ingeniería	<b>0</b>
c) Educación General	<b>4</b>

**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, ecran, 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) 

Teoría	Práctica	Laboratorio
3	2	0

 Horas de clase:
- b) **Sesiones por semana:** Dos sesiones.
- c) **Duración:** 5 horas académicas de 45 minutos

## **XIII. DOCENTE DEL CURSO**

María Elena Benavente Villena

## **XIV. FECHA**

La Molina, julio de 2018.