|  |  |
| --- | --- |
| **Materia o unidad de aprendizaje**: Investigación de Mercados | **Última actualización**: |
| **Licenciatura:** LRI | **Plan: 401** |
| **Semestre: 6º** |  |
| **Elaborado por: MCP Brenda Montemayor Fuentes** |  |
| **Academia: Ciencias Sociales** | |

TEMA 1. Investigación de Mercados

CONCEPTOS: Introducción a la unidad de aprendizaje.

Definición de investigación de mercado.

Importancia de la investigación de mercados en México.

Características de una buena investigación de mercado.

Contribución de la investigación a la administración de la mercadotecnia.

Ética en la investigación de mercados.

TEMA 2. Formulación del Problema.

CONCEPTOS: La decisión de llevar a cabo la investigación.

Pasos preliminares en el proceso de toma de decisiones.

La relación gerencia – investigador.

Etapas de un proyecto de investigación de mercado.

Propuesta de un estudio: definición del problema, objetivos e hipótesis.

TEMA 3. El diseño de la Investigación. La Investigación Exploratoria.

CONCEPTOS: Tipos de investigación de mercado

Diseño de la investigación.

Errores en la investigación de mercados.

Fuentes de datos en la investigación de mercados.

TEMA 4. Investigación Cualitativa.

CONCEPTOS: Métodos cualitativos de recolección de datos.

Sesiones de grupo: Características básicas de una sesión de grupo y Elaboración de una guía para una sesión de grupo.

Entrevistas de profundidad: Características de los estudios con base en las entrevistas de profundidad y Planeación de la obtención de datos por entrevistas de profundidad.

Técnicas proyectivas: Características esenciales de los métodos proyectivos.

TEMA 5. Cómo diseñar un cuestionario.

CONCEPTOS: Tipos de cuestionario.

Tipo de preguntas.

Pruebas de cuestionario.

Diseño de cuestionario por encuesta.

TEMA 6. Muestreo.

CONCEPTOS: Determinación de la población.

Marco de la muestra.

Tamaño de la muestra.

Método de muestreo.

Plan de muestreo.

TEMA 7. Distribución de frecuencias, tabulación cruzada y pruebas de hipótesis.

CONCEPTOS: Pruebas estadísticas.

Distribución de frecuencia media.

Comprobación de hipótesis.

TEMA 8. Presentación del Informe

CONCEPTOS: Formato del informe.

Presentación de datos.

Presentación de trabajo final.

**Bibliografía:**

Benassini, M. (2014). *Investigación de Mercados.* (3ª ed.). México: Pearson.

Malhotra, N. K. (2016). *Investigación de Mercados: conceptos esenciales*. México: Pearson Educación.