Universidad Autónoma de Nuevo León
Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

GUÍA DE ESTUDIO

Para examen de tercera y quita oportunidad

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.