

## **GUÍA DE LA U.A. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

### **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.