



CUTonalá

Centro Universitario de Tonalá

Investigación de Mercados



**Departamento de
Ciencias Económico Administrativas**



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS /
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

Nombre de la Materia
Investigación de Mercados
Departamento
Ciencias Económico-Administrativas
Academia
Administración

Clave	Horas-teoría	Horas-práctica	Horas-AI	Total-horas	Créditos
I3805	20	40	60	3	6
Nivel	Carrera		Tipo	Prerrequisitos	
Licenciatura	Administración de Negocios		CT	Mercadotecnia I	
Área de formación					
Especializante obligatoria					
Objetivo general					
Aplicar modelos de información e investigación de mercados para la toma de decisiones: Conocer la utilidad de la investigación de mercados, su planeación y diseño, para la generación de información relevante para el desarrollo del plan de mercadotecnia. Comprender los valores agregados que la mercadotecnia otorga para el éxito de un producto o servicio.					

Elaborado por:	
Fecha de elaboración:	Fecha de actualización:



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS /
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

Unidad 1 LA Investigación de Mercados (6 Horas): Manejo y Obtención de Datos Secundarios
Objetivo particular
Contenido
1.1 Introducción a la Investigación de Mercados. 1.2 El Concepto de la Investigación de Mercados y Desarrollo de una propuesta. 1.3 Aspectos de la investigación de Mercados. 1.3.1 Planeación de la Investigación. 1.3.2 Investigación Exploratoria, descriptiva y causal. 1.3.3 Fuentes de error más comunes.
Referencias a fuentes de información

Unidad 2 Definición del Problema (6 Horas)
Objetivo
Contenido
2.1 Su importancia. 2.1.1 Aspectos generales. 2.2 Contexto del problema. 2.3 Componentes metodológicos .
Referencias a fuentes de información

Unidad 3 Diseño de la Investigación (6 Horas)
Objetivo
Contenido
.1 Definición y clasificación. 3.2 Posibles fuentes de error .
Referencias a fuentes de información



Unidad 4 Investigación Exploratoria de Datos Secundarios (6 Horas)
Objetivo
Contenido
4.1 Su importancia. 4.1.1 Aspectos generales de los datos secundarios. 4.1.2 Criterios para evaluar los datos secundarios. 4.1.3 Clasificación de los datos secundarios y fuentes de información.
Referencias a fuentes de información

Unidad 5 Investigación Exploratoria: Metodos Cualitativos (6 Horas)
Objetivo
Contenido
5.1 Generalidades. 5.2 Técnicas. 5.3 Aplicaciones.
Referencias a fuentes de información

Unidad 6 Investigacion Descriptiva: La Observacion y El Cuestionario (6 Horas)
Objetivo
Contenido
6.1 Generalidades. 6.2 Método. 6.3 Aplicación.
Referencias a fuentes de información



Unidad 7 Muestra y Muestreo (6 Horas)
Objetivo
Contenido
7.1 Diseño. 7.2 Técnicas probabilísticas y no probabilísticas. 7.3 Determinación del tamaño muestral.
Referencias a fuentes de información

Unidad 8 Investigación de Fuentes Internacional (6 Horas)
Objetivo
Contenido
8.1 Marco de referencia. 8.2 Métodos. 8.3 Aplicación.
Referencias a fuentes de información

Unidad 9 Preparación Y Presentación del Informe Final (12 Horas)
Objetivo
Contenido
9.1 Preparación y presentación de los resultados de la investigación. Se deberá contactar una empresa Pymes, lucrativa o no lucrativa, preferentemente para la aplicación del conocimiento donde la valoración del trabajo será tanto por parte del empresario como por el profesor de la materia. Se seleccionará el mejor trabajo del grupo que se presenta a concurso con los demás trabajos seleccionados premiándose al 1ro., 2do. Y 3er. lugar.
Referencias a fuentes de información



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA
CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS /
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

Material de apoyo en línea

http://www.statementofpurpose.com/essay_mr2.html,
http://brandinstitute.com/service_traditionalResearch.asp,
<http://www.aabri.com/manuscripts/08072.pdf>, <http://tnsglobal.com/global/alm/malaysia/>,
<http://karmayog.org/general/upload/182/Marketing%20strategies%20used%20by%20%ON%20Gs.pdf>,

Bibliografía Básica

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Mc Daniel y Gates. (2011) Cengage learning. No. Ed
México.
ISBN:

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Zikmund, William G., Babin, Barry J. (2009) Cengage Learning. No. Ed
México.
ISBN:

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (Un enfoque practico).

Malhotra, Naresh k. (2008) Pearson Educación. No. Ed
México.
ISBN:

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFONQUE APLICADO.

Kinnear, Thomas C., R. Taylor, James. (1998) McGraw-Hill/Interamericana. No. Ed
México.
ISBN: ISBN:

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Aaker, David A. (2001) Limusa. No. Ed
México.
ISBN:



Bibliografía complementaria

DIRECCIÓN DE MARKETING. La edición del milenio.
Kotler, Philip. (2001) Pearson Educación No. Ed
México.

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA DE MERCADO. Problemas y Enfoques Analíticos.
Abell, Derek F., Hammond, John S. (1989) CECSA. No. Ed
México.

Criterios de Evaluación (% por criterio)

Exámenes parciales 40%
Investigación de campo 10% de acuerdo a la metodología de la investigación,
Solución de casos y reportes de lecturas 20%
Desarrollo de proyecto final 30%
TOTAL: 100%



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS /
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICO ADMINISTRATIVAS

MALLA CURRICULAR DE LA LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CENTRO UNIVERSITARIO DE TONALÁ

1er Semestre	2º Semestre	3er. Semestre	4º Semestre	5º Semestre	6º Semestre	7º Semestre	8º Semestre	
S/P I3778 4 CT Administración I 80 20 9	P. Administración I I3779 4 CT Administración II 80 20 9	S/P I3791 4 CT Teoría de la Organización I 80 20 9	P. Teoría de la organización I I3792 4 CT Teoría de la Organización II 80 40 8	S/P I3804 4 CT Auditoría Administrativa y Organizacional 80 40 8	S/P I3803 3 CT Formación de Emprendedores 60 40 6	S/P I3810 0 P Proyecto de Negocios (Práctica profesional) 0 0 8	S/P I3800 4 CT Taller de Inculcación de Negocios 80 40 8	
S/P I6324 2 CT Informática para los negocios 40 20 4	S/P I3781 4 CT Contabilidad general 80 40 8	P. Contabilidad general I6323 4 CT Contabilidad Administrativa 80 60 7	S/P FN101 4 CT Administración Financiera 80 20 9	S/P I3802 4 CT Simulación Financiera 80 60 7	S/P I3808 2 C Taller de Liderazgo 40 0 5	S/P I3780 4 CT Formulación y Evaluación de Proyectos 80 60 7	Admón negocios sustentables S/P I3813 4 CT Formulación y evaluación de proyectos ambientales 80 20 9	
S/P I3782 4 CT Microeconomía 80 20 9	P. Microeconomía I3783 4 CT Macroeconomía 80 20 9	P. Administración II I3795 4 C Gestión del Capital Humano 80 20 9	S/P I3796 4 CT Mercadotecnia I 80 20 9	P. Mercadotecnia I I3805 3 CT Investigación de Mercados 80 40 6	S/P I3801 4 CT Plan de Negocios 80 60 7	Admón negocios sustentables S/P I3812 4 CT Administración de negocios sustentables 80 20 9	Gerencia pública S/P I3816 4 CT Gestión del desarrollo local 80 20 9	
S/P I6322 4 CT Metodología y prácticas de investigación 80 40 8	S/P I3784 4 C Conceptos Jurídicos 80 0 11	P. Conceptos jurídicos I3785 4 CT Derecho Laboral 80 40 8	P. Conceptos jurídicos I3786 4 CT Derecho Mercantil 80 0 11	P. Conceptos jurídicos EJ193 4 CT Derecho Fiscal 80 0 11	S/P I3806 4 CT Toma de Decisiones 80 20 9	Gerencia pública S/P I3815 4 CT Políticas públicas 80 20 9	Gestión de la calidad S/P I3819 4 CT Control estadístico de calidad 80 20 9	
S/P I3788 4 C Técnicas Cuantitativas Aplicadas a la Administración I 80 0 11	P. Técnicas cuantitativas aplicadas a la administración I I3789 4 C Técnicas Cuantitativas Aplicadas a la Administración II 80 0 11	P. Técnicas cuantitativas aplicadas a la administración II I6325 3 CT Estadística aplicada a los negocios I 60 40 6	P. Técnicas cuantitativas aplicadas a la administración II I3797 4 CT Investigación de Operaciones 80 20 9	P. Investigación de operaciones I3798 3 CT Administración de Operaciones 80 40 6	Admón negocios sustentables S/P I3811 4 CT Gestión del medio ambiente 80 20 9	Gestión de la calidad S/P I3818 4 CT Certificación de la calidad (ISO 9000) 80 20 9	Gestión de las PyMes S/P I3822 4 CT Mercadotecnia II 80 20 9	
S/P I3809 2 S Economía y Sociedad en México 40 0 5	S/P I3807 3 C Teoría Social 60 0 8	P. Informática para negocios I6327 4 CT Simulador de negocios 80 40 8	S/P I3787 4 CT Gestión de la Calidad 80 20 9	S/P I3799 4 CT Técnicas de Negociación 60 20 6	Gerencia pública S/P I3814 4 CT Organización y gestión pública 80 20 9	Gestión de las PyMes S/P I3821 4 CT Estrategia de negocios 80 20 9	S/P I3825 3 CT Consultoría 60 40 6	
Tutoría de Inducción I	Tutoría de Inducción II	Tutoría de Trayectoria I	Tutoría de Trayectoria II	Tutoría de Trayectoria III	Gerencia de la calidad S/P I3817 4 CT Desarrollo de modelos de calidad 80 20 9	Gestión de la calidad S/P I3823 3 CT Gestión y sustentabilidad 80 40 6	S/P I3827 3 CT Organización y gestión de organizaciones no gubernamentales 60 40 6	
PREREQUISITO	Área de Formación Básica Común Obligatoria	Área de Formación Básica Particular Obligatoria	Área de Formación Especializante Obligatoria	Área de Formación Especializante Selectiva I, II y III	Gerencia de las PyMes S/P I3820 4 CT Gestión de empresas artesanales 80 20 9	S/P I3824 3 CT Inteligencia competitiva en los negocios 60 40 6	S/P I3828 3 CT Sociedad y cultura ambiental 80 40 6	P. Contabilidad general I3783 3 CT Contabilidad de Costos 80 40 8
CLAVE DE LA MATERIA	120	99	79	27	Tutoría de Trayectoria IV	S/P I3826 3 CT Globalización y negocios 60 40 6	S/P I3829 3 CT Productividad y desarrollo sustentable 60 40 6	P. Estadística aplicada a los negocios I I6330 3 CT Estadística aplicada a los negocios II 60 40 6
HORAS SEMANA/ SEMESTRE *	35	28	23	8	Tutoría de Egreso I	Tutoría de Egreso II		
TIPO DE CURSO	3	6	6	6				
NOMBRE DE LA MATERIA	347	100						
CARGA HORARIA TOTAL								
HORAS DE PRACTICA								
CRÉDITOS								
* Se consideran 20 semanas al semestre								
ELABORADO POR:	DRA. AIMÉE PÉREZ ESPARZA	FIRMA:	FECHA: 29-ENERO-2013					
REVISADO POR:	DRA. MARÍA RODRÍGUEZ BATISTA	FIRMA:	FECHA: 29-ENERO-2013					
AUTORIZADO POR:	DRA. MARÍA RODRÍGUEZ BATISTA	FIRMA:	FECHA: 29-ENERO-2013					