



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
DIVISIÓN SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y
EDUCACIÓN A DISTANCIA

MODALIDAD ABIERTA

PLAN DE TRABAJO

LICENCIATURAS EN QUE SE IMPARTE

Lic. en Administración

5° al 8° Semestres

DATOS DE LA ASIGNATURA

Nombre:	Investigación de Mercados Cuantitativa
Clave(s):	0314
Tipo:	Optativa
Plan de Estudios:	Plan 2012

FECHAS DEL SEMESTRE:

Inicio semestre:	12 de febrero de 2024
Fin del semestre:	21 de junio 2024
Plataforma educativa:	28 de febrero de 2024 Primer día para entrega de actividades en plataforma
Cierre de plataformas:	16 de junio de 2024 a las 23:00 hrs. Último día para entrega de actividades en plataforma
Periodo examen global:	15 y del 17 al 21 de junio 2024
Registro de calificaciones en actas:	
Consulta de calificaciones a partir del:	

DATOS GENERALES

Objetivo general:

El alumno aplicará la información recopilada en la investigación cuantitativa para la toma de decisiones del área de mercadotecnia y otras áreas de la organización.

Contenido temático:

Tema		Teóricas	Prácticas
1	Metodología de la investigación de mercados cuantitativa	4	0
2	Métodos de recolección de datos cuantitativos	15	0
3	Técnicas específicas	15	0
4	Análisis estadístico	15	0
5	Interpretación de resultados	15	0
Total		64	0
Suma total de horas		64	

BIENVENIDA

Estimada alumna (o) de la asignatura: **Investigación de Mercados Cuantitativa (IMC)**

El grupo de asesores de esta asignatura, te damos la más cordial bienvenida. Nuestra labor es apoyarte en tu proceso de aprendizaje, resolviendo tus dudas y sugiriendo cómo aprovechar los contenidos para que puedas obtener un mejor aprendizaje. No dejes de preguntar cualquier duda que tengas; las asesorías se te brindarán cuanto sea necesario y las veces que consideres pertinente.

El propósito fundamental de este plan de trabajo es orientarte para que cursen esta asignatura en el SUAyED (donde los estudiantes son los principales responsables de su aprendizaje, con la conducción, guía y orientación del asesor). Como en este sistema debes estudiar por tu cuenta, en los tiempos y lugares que más te convenga, es necesario elaborar una guía con una metodología, que te ayude a alcanzar los objetivos de aprendizaje del curso y te facilite el acceso a los materiales didácticos (libros, apuntes, ejercicios, etcétera) que requieres para avanzar en tu estudio.

El **asesor** asignado a tu grupo revisará las actividades de aprendizaje en la plataforma del SUA y tendrás un comentario a cada una de ellas, para que puedas analizar y asimilar los comentarios que, sin duda, repercutirán en tu aprendizaje. Es importante que antes de presentar tus exámenes parciales hayas entregado las actividades de aprendizaje correspondientes a las unidades indicadas en el Plan de Actividades de la asignatura, y que consideres que te has preparado lo suficiente para poder acreditarlos.

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

La importancia de esta asignatura radica en la oportunidad que te ofrece para conocer el proceso administrativo aplicado a la investigación de mercados cuantitativa aplicada a universos finitos e infinitos, así como investigaciones específicas orientadas al producto, precio, distribución y publicidad. La generación, el proceso y análisis de la información de mercadotecnia es de vital importancia para la toma de decisiones en las organizaciones.

FORMA EN QUE EL ALUMNO DEBE PREPARAR LA ASIGNATURA

Las actividades de aprendizaje han sido diseñadas con el fin de que adquieras nuevos conocimientos y desarrolles habilidades de pensamiento crítico y creativo, para dar soluciones a problemas en las organizaciones.

La intención pedagógica es fomentar la apropiación de una nueva forma de trabajo y aprendizaje de manera independiente, donde desarrolles nuevos hábitos de estudio, de organización del tiempo e investigación. Para aprobar esta asignatura deberás cumplir los siguientes puntos:

- Leer detenidamente el plan de trabajo de la asignatura
- Asistir a asesoría para comprender cómo desarrollar las actividades
- Presentar las actividades en forma secuencial
- Las actividades deberán ser enviadas en letra arial 12, interlineado 1.5, formato pdf
- Revisar que el contenido de tus archivos en plataforma estén completos y bien realizados
- Las actividades plagiadas o extraídas de internet serán invalidadas y los alumnos podrán ser acreedores a una sanción.
- Aprobar cada una de tus actividades con calificación de 7 o más.
- En caso de obtener una calificación inferior a 7 tendrás solo una oportunidad para mejorar tu actividad y volverla a subir a plataforma.

- Evitar dejar tus envíos para el final, recuerda que el objetivo de esta asignatura es que adquieras conocimientos sólidos, como podrás imaginar esto toma su tiempo, realizando actividades apresuradas, irreflexivas y mecánicas no se consigue. Por lo que te invito a planificar y dosificar tus envíos con regularidad a lo largo del periodo y procurando cumplir con todas tus actividades antes de presentar tus parciales.
- No se recibirán actividades después del cierre de plataforma.
- Las actividades se realizarán de forma reflexiva, evidenciando tu capacidad para:
 1. Comprender problemas
 2. Analizar información
 3. Utilizar tu pensamiento crítico para analizar situaciones y contenidos
 4. Comunicarte de forma oral y escrita como un profesional universitario
 5. Utilizar adecuadamente las reglas de ortografía y redacción de nuestro idioma

Para la realización de tus actividades deberás cuidar tu **ortografía** y usar **fuentes oficiales** como: libros, revistas, artículos, etcétera. Recuerda hacer la cita en formato APA, ya que, si no lo haces incurrirás en plagio. https://www.revista.unam.mx/wp-content/uploads/3_Normas-APA-7-ed-2019-11-6.pdf .

Las actividades elaboradas con inteligencia artificial serán sancionadas con calificación de cero.

ACTIVIDADES POR REALIZAR DURANTE EL SEMESTRE

Estimado alumno, para facilitar el aprendizaje de esta asignatura, en la sección de recursos de tu plataforma encontrarás un archivo llamado Videoclases, que contiene los vínculos a videos que tu profesor ha grabado para ti.

Unidad	N° Actividad (consecu- tivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1. Metodología de la investigación de mercados cuantitativa	Actividad 1.1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Explica qué es una investigación de mercados cuantitativa 2. Enlista los pasos para realizar una investigación de mercados cuantitativamente 3. Explica qué es un universo finito y un universo infinito para una investigación de mercadotecnia 4. Explica qué es una muestra y qué características debe tener para realizar una investigación de mercados. 5. Desarrolla dos ejemplos del cálculo de las muestras (incluye su fórmula): uno para universos finitos y otro para universos infinitos. <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>	<p>FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo (2002) Fundamentos de Mercadotecnia, Thomson: México.</p> <p>FISCHER Laura, Espejo Jorge. (2006) Investigación de Mercados, Mc Graw Hill: México</p> <p>FISCHER L. y ESPEJO J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>GARNICA, Clotilde y MAUBERT, Claudio (2009) Fundamentos de Marketing, Edit. Pearson: México</p>	10 puntos

Unidad	N° Actividad (consecutivo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 1. Metodología de la investigación	Actividad 1.2	<p>Resuelve el caso que encontrarás en el drive:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/15SdYu8RdDmrXSmSKMG-O38yySVS1RIUQ?usp=drive_link</p> <p>Sube tu documento en pdf a la plataforma.</p>	<p>FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo (2002) Fundamentos de Mercadotecnia, Thomson: México.</p> <p>FISCHER Laura, Espejo Jorge. (2006) Investigación de Mercados, Mc Graw Hill: México</p> <p>FISCHER L. y ESPEJO J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>GARNICA, Clotilde y MAUBERT, Claudio (2009) Fundamentos de Marketing, Edit. Pearson: México</p>	10 puntos
Unidad 2. Métodos de recolección de datos cuantitativos	Actividad 2.1 (Colaborativa)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza una investigación sobre los métodos de muestreo probabilísticos y no probabilísticos. 2. Investiga la estructura de un cuestionario de investigación cuantitativa. 	<p>FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo (2002) Fundamentos de Mercadotecnia, Thomson: México.</p>	10 pts.

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		<p>Explica el tipo de preguntas que pueden diseñarse.</p> <p>Sube tu documento en pdf a la plataforma.</p>	<p>FISCHER Laura, Espejo Jorge. (2006) Investigación de Mercados, Mc Graw Hill: México</p> <p>FISCHER L. y ESPEJO J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>GARNICA, Clotilde y MAUBERT, Claudio (2009) Fundamentos de Marketing, Edit. Pearson: México</p>	
Unidad 2. Métodos de recolección de datos cuantitativos	Actividad 2.2	<p>Aplica el cuestionario que encontrarás en el drive con las indicaciones correspondientes:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/15SdYu8RdDmrxSmSKMG-O38yySVS1RIUQ?usp=drive_link</p>	<p>FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo (2002) Fundamentos de Mercadotecnia, Thomson: México.</p> <p>FISCHER Laura, Espejo Jorge. (2006) Investigación de Mercados, Mc Graw Hill: México</p>	10 puntos

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.	<p>FISCHER L. y ESPEJO J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>GARNICA, Clotilde y MAUBERT, Claudio (2009) Fundamentos de Marketing, Edit. Pearson: México</p>	
Unidad 3. Técnicas específicas	Actividad 3.1	<p>Existen diversas técnicas de investigación específicas, explica una cuantitativa para:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Productos 2.Precio 3.Plaza 4.Distribución 5.Publicidad 6.Promoción <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu</p>	<p>FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo (2002) Fundamentos de Mercadotecnia, Thomson: México.</p> <p>FISCHER Laura, Espejo Jorge. (2006) Investigación de Mercados, Mc Graw Hill: México</p> <p>FISCHER L. y ESPEJO J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p>	10 puntos

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
		documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.	GARNICA, Clotilde y MAUBERT, Claudio (2009) Fundamentos de Marketing, Edit. Pearson: México.	
Unidad 4. Análisis estadístico	Actividad 4.1	<p>Considerando los datos obtenidos en la actividad 2.2 y retomando la información que encontrarás en el drive:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/15SdYu8RdDmrX5mSKMG-O38yySVS1RIUQ?usp=drive link</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Llena la tabla de presentación de información para su análisis. 2. Redacta el análisis correspondiente a cada pregunta. 3. Elabora los gráficos con la información más relevante. <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>	<p>FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo (2002) Fundamentos de Mercadotecnia, Thomson: México.</p> <p>FISCHER Laura, Espejo Jorge. (2006) Investigación de Mercados, Mc Graw Hill: México</p> <p>FISCHER L. y ESPEJO J. (2021) Sistemas de Información de Mercadotecnia. Edit. CENGAGE: México</p> <p>GARNICA, Clotilde y MAUBERT, Claudio (2009) Fundamentos de Marketing, Edit. Pearson: México</p>	10 puntos

Unidad	N° Actividad (consecuti vo)	Descripción	Bibliografía sugerida	Valor (enteros)
Unidad 5. Interpretación de resultados	Actividad 5.1	<p>Considerando los datos obtenidos en la actividad 4.1 y retomando la información que encontrarás en el drive:</p> <p>https://drive.google.com/drive/folders/15SdYu8RdDmrXSmSKMG-O38yySVS1RIUQ?usp=drive_link</p> <p>Redacta la interpretación de resultados y conclusiones</p> <p>Cuida la ortografía, utiliza fuente Arial 12 a espacio 1.5. e incorpora las fuentes consultadas al calce de tu documento con citación estilo APA y súbela a la plataforma en formato PDF.</p>	FERNÁNDEZ Valiñas Ricardo (2002) Fundamentos de	10 puntos
Ponderación total de las actividades				70

EXÁMENES

De acuerdo con los lineamientos del modelo educativo, tienes tres períodos a lo largo del semestre para presentar tus exámenes parciales (consulta las fechas en el calendario de inscripción a parciales y globales en el Portal SUAYED), tú decides el período en el que los realizarás. Si tu asignatura es optativa, deberás consultar los períodos y número de exámenes con tu asesor.

Para esta asignatura están programados de la siguiente manera:

- **Parciales:**

Deberás entregar las actividades de aprendizaje de las unidades implicadas en cada parcial, **antes de que inicie el periodo de aplicación**. Es importante que te inscribas en cada periodo y cumplas con los lineamientos para su presentación.

NÚMERO	UNIDADES (que lo integran)	VALOR (núm. enteros)
1ro.	1	10%
2do.	2	10%
3ro.	3,4 y 5	10%

Global. Examen único Podrás encontrar el requisito en el drive: https://drive.google.com/drive/folders/15SdYu8RdDmrXSmSKMG-O38yySVS1RIUQ?usp=drive_link

Valor examen	Valor requisito	Aplicación de global
80%	20%	Martes 18 de junio 2024

PORCENTAJES Y ESCALA DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Porcentajes de evaluación:

Concepto	Porcentajes
Actividades de aprendizaje	60 %
Actividades colaborativas	10 %
Exámenes parciales	30 %
Otro	0 %
Total	100 %

Escala de evaluación:

Rango	Calificación
1.00 a 5.99	5
6.00 a 6.54	6
6.55 a 7.54	7
7.55a 8.54	8
8.55 a 9.54	9
9.55 a 10.00	10

FUNCIONES DEL ASESOR

Por ser una modalidad abierta, tu asesor:

1. Será tu apoyo y guía de manera presencial para la resolución de dudas y desarrollo de las actividades; así mismo, por la mensajería de la plataforma educativa para dudas concretas.
2. Calificará y retroalimentará tus actividades de aprendizaje en plataforma educativa en un lapso no mayor a diez días hábiles después de la entrega.
3. Te recomendará recursos didácticos adicionales para ampliar tu conocimiento. No es su obligación facilitarte: copias, archivos digitales o proporcionarte ligas directas de la BIDI.
4. Enviará tu calificación al finalizar el semestre de manera personalizada.

DATOS DEL ASESOR O GRUPO DE ASESORES

Nombre	Correo electrónico
Mtra. Irma Rodríguez Ortiz	irma.rodriguez.unam@gmail.com

Enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción.

Paulo Freire