

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA MONSERRATE
ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y GESTION AMBIENTAL

SYLLABUS

PROGRAMA	ADMINISTRACION DE EMPRESAS Y GESTION AMBIENTAL	FECHA DE DILIGENCIAMIENTO		11	03
			DÍA	MES	AÑO

ASIGNATURA	INVESTIGACION DE MERCADOS	A5432	2	V
	NOMBRE	CÓDIGO	CRÉDITOS	NIVEL

DOCENTE RESPONSABLE	
---------------------	--

HORARIO DE CLASES	
	DÍAS - HORAS

FUENTES DE INFORMACIÓN	
BIBLIOGRAFÍA COMPLETA	OTRAS REFERENCIAS
TEXTO(S) BÁSICO(S) <ul style="list-style-type: none"> Investigación de Mercados Mc Daniel Carl Thomson Editores Investigación de Mercados Kinnear Thomas y Taylor James Mc Graw Hill 	PÁGINAS WEB WWW.MARKETING.COM
TEXTOS COMPLEMENTARIOS <ul style="list-style-type: none"> Investigación de Mercados. Guía maestra para el profesional Pope Jeffrey Editorial Norma 	MATERIALES FUM

TIPO DE CURSO:	TEÓRICO:	PRÁCTICO:	TEÓRICO-PRÁCTICO: X
----------------	----------	-----------	---------------------

COMPETENCIAS:	
El estudiante de Investigación de Mercados, podrá tomar decisiones, solucionar problemas y evaluar proyectos de mercadeo, con base en los datos que obtenga a través de sondeos de mercado, investigaciones de campo y sistemas de información, de fuentes nacionales como extranjeras.	
NÚMERO DE UNIDADES: 12 unidades	
CONTENIDO TEMÁTICO DESGLOSADO Y POR SEMANAS.	
SEMANA No.	TEMA
1	Mercados I (repaso)
2	Conceptos Básicos de Investigación de Mercados
3	Funciones de la Investigación de Mercados
4	Etapas de proceso de investigación
5	Objetivos de un proyecto de investigación
6	Adquisición de datos y fuentes de información
7	Primer Parcial

8	Tipos de investigación: características y aplicaciones
9	Métodos para recopilar datos
10	Plan para recopilación y análisis de datos
11	Diseño de cuestionarios
12	Segundo Parcial
13	Análisis e interpretación de datos
14	Tipos de presentación de resultados
15	Entrega y sustentación de proyectos finales de Investigación de Mercados
16	Examen final

ACTIVIDADES PRÁCTICAS (LABORATORIOS, SALIDAS, TALLERES, CINEFORO, OTROS)
TALLERES PROYECTO DE INVESTIGACION APLICADA
SESIONES DE PRÁCTICAS EN EL CENTRO DE COMPUTO Dos sesiones

ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN LA(S) COMPETENCIA(S)
Habilidad para la formulación de problemas de investigación. Habilidad y destreza para aplicar los diferentes tipos de investigación, según el caso. Habilidad para tomar decisiones con base en los datos obtenidos a través de la investigación.

EVALUACIONES		
TIPO DE EVALUACIÓN	FECHA	PORCENTAJE
FORMATIVA Y SUMATIVA: Talleres Evaluaciones escritas Proyecto final	Semana 7	PRIMER 35%
	Semana 12	SEGUNDO 35%
	Semana 16	EXAMEN FINAL 30%

ESTRATEGIA PEDAGÓGICA	FLEXIBILIDAD

FIRMA DEL DIRECTOR