

Curso: INVESTIGACION DE MERCADOS		Horas aula: 0 Horas plataforma: 4
Clave: MER24A2V		
Antecedentes: MET31A2V		Horas laboratorio: 0
Competencia del área: Determinar áreas de oportunidad mediante el análisis del mercado e información contable y financiera, para el diseño de propuestas de gestión de negocios y toma de decisiones en una organización.	Competencia del curso: Utilizar procesos actualizados en la investigación de mercados aplicando herramientas metodológicas en la obtención de información, para la correcta toma de decisiones en relación a los requerimientos de los mercados nacionales e internacionales.	
Elementos de competencia:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los elementos que influyen en la investigación de mercados reconociendo la importancia del proceso de Investigación para la obtención de la información requerida de los mercados nacionales e internacionales. 2. Diseñar el tipo de investigación de mercados de acuerdo al plan de acción de la empresa, para obtener los datos necesarios, considerando las características de los mercados. 3. Analizar los resultados de la investigación de mercados, para proporcionar información que apoye a la toma de decisiones en los mercados nacionales o internacionales. 		
Perfil del docente:		
Licenciado en Mercadotecnia, Comercio Internacional, Administración, preferentemente con posgrado pertinente al área. Deberá contar con formación pedagógica en educación virtual; dominio de las tecnologías de información y comunicación para el uso en educación a distancia y en especial de las herramientas del entorno virtual o plataforma tecnológica; dominio de la educación por competencias; dominio de técnicas de aprendizaje activo y autorregulado, colaborativo y basado en problemas para centrar el aprendizaje en el estudiante; habilidad para motivar y guiar procesos de aprendizajes autónomos.		
Elaboró: ILEANA MARCELA LEAL SILVA		Septiembre 2020
Revisó: BELEN ESPINOZA GALINDO		Octubre 2020
Última actualización:		
Autorizó: Coordinación de Procesos Educativos		Noviembre 2020

Elemento de competencia 1: Identificar los elementos que influyen en la investigación de mercados reconociendo la importancia del proceso de Investigación para la obtención de la información requerida de los mercados nacionales e internacionales.

Competencias blandas a promover:

EC1 Fase I: Concepto, Objetivo e importancia de la investigación de mercados, así como sus fuentes de información.

Contenido: Conceptos básicos de la investigación de mercados. Antecedentes e importancia de la investigación de mercados. Fuentes de información: primarias y secundarias.

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 1: Resumen ejecutivo de antecedentes, definición, funciones, objetivos e importancia de la Investigación

Elaborar un resumen ejecutivo de los antecedentes, definición, objetivos e importancia de la investigación de mercados.

Instrucciones:

1. Lee las páginas de la 2 a la 8 del libro Investigación de Mercados de Prieto Herrera (2013).
2. En base a la información revisada elabora un resumen ejecutivo que contenga: Antecedentes, dos conceptos de dos autores distintos, sus funciones, objetivos y su importancia en el mundo de la mercadotecnia.
3. Deberás elaborarlo en Word.
4. El formato debe ser con letra Arial no. 11.
5. Debes incluirle al trabajo lo siguientes elementos: portada, introducción (mínimo media página), desarrollo (Resumen ejecutivo), conclusión (mínimo media página) y referencias bibliográficas en formato APA versión 7.0.
6. Recuerda cuidar tu ortografía.
7. Graba tu trabajo en formato PDF.
8. Súbelo a la plataforma educativa institucional.

5 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula () Plataforma(X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

Libro [Investigación de Mercados \(2a. ed \)](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica de Resumen](#)

EC1 F1 Actividad de aprendizaje 2: Infografía sobre las fuentes de Información para Investigación de Mercados.

Elaborar una infografía que contenga las fuentes de información utilizadas para la investigación de mercados.

Instrucciones:

1. Investiga las fuentes de información para la investigación de mercados.
2. Puedes basarte en la pag. 40 del libro Investigación de Mercados, adjunto en

Tipo de actividad:

Aula () Plataforma(X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

[Libro. Investigación de Mercados](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica Infografía](#)

<p>recursos y complementar con otras fuentes confiables.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Seleccionar las fuentes y su concepto para posteriormente elaborar una infografía que contenga información relevante sobre las fuentes investigadas y su clasificación. 4. Realizarlo en CANVA. 5. Usar un diseño llamativo, utilizar imágenes representativas y cuidar ortografía 6. Subir el archivo a plataforma institucional en formato PFD <p>5 hrs. Plataforma</p>	
<p>EC1 Fase II: Tipos de estudio de investigación de mercados.</p> <p>Contenido: Exploratoria, Descriptiva y Causal.</p>	
<p>EC1 F2 Actividad de aprendizaje 3: Cuadro sinóptico sobre tipos de investigación de mercados.</p> <p>Elaborar un cuadro sinóptico con los tipos de investigación de mercados.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa la información incluida en los recursos y puedes utilizar otras referencias digitales con sustento académico. 2. Investigar en qué consisten los siguientes tipos de investigación de mercados: Investigación Exploratoria, Investigación Descriptiva, Investigación Correlacional e Investigación Causal. 3. Con la información recabada realizar un cuadro sinóptico el cual debe contener el concepto de los diferentes tipos de investigación, las características y ejemplos. 4. Elaborarlo en la herramienta que sea de su elección (word, canva, etc), cuidar redacción y ortografía. 5. Incluir portada y referencias bibliográficas en formato APA versión 7.0 6. Guardar el trabajo en formato PDF y subirlo a la plataforma institucional. <p>5 hrs. Plataforma</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Plataforma(X) Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Video: Tipos de investigación de mercado • Libro: Fundamentos de Marketing incluido en plataforma educativa. <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Rúbrica cuadro Sinóptico</p>
<p>EC1 Fase III: Elaboración del diseño de investigación de mercados.</p> <p>Contenido: El proceso de investigación de mercados, las etapas que lo componen y su importancia.</p>	
<p>EC1 F3 Actividad de aprendizaje 4: Trabajo escrito sobre las etapas en el proceso de la investigación de mercados.</p> <p>Realiza un trabajo escrito sobre el proceso de la</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Plataforma(X) Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo () Independientes ()</p>

<p>investigación de mercados.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lee las páginas de la 66 a la 84 del libro Marketing aplicado en el sector empresarial, puedes complementar usando otras fuentes confiables. 2. En base a la información revisada elabora un trabajo escrito en el cual plasmes las etapas por las cuales pasa el proceso de la investigación de mercados, enúmerandolas y describiendo en qué consiste cada una de ellas. 3. Deberás elaborarlo en Word. 4. El formato debe ser con letra Arial no. 12. 5. Debes incluirle al trabajo lo siguientes elementos: portada, introducción (mínimo media página), desarrollo, conclusión (mínimo media página) y referencias bibliográficas en formato APA versión 7.0. 6. Recuerda cuidar tu ortografía. 7. Graba tu trabajo en formato PDF. 8. Súbelo a la plataforma educativa institucional. <p>5 hrs. Plataforma</p>	<p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Libro: Marketing aplicado en el sector empresarial. Pág. 66 a 84 • Libro: Investigación de Mercados <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Rúbrica Trabajo Escrito</p>
<p>EC1 F3 Actividad de aprendizaje 5: Foro Importancia del proceso de investigación de mercados para la empresa.</p> <p>Participar en el foro denominado "Importancia del proceso de investigación de mercados para la empresa".</p> <p>Para su participación, considere los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Con base a su aprendizaje obtenido en las actividades previas y consultando fuentes confiables como referencia, dar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Cuál es la importancia que tiene para una empresa el realizar el proceso de investigación de mercados de una manera correcta y completa? ¿Consideras que ayuda a prevenir el fracaso? ¿Porque?. 2. Redactar su respuesta en un párrafo. 3. Su comentario debe de contar con una extensión de al menos 150 palabras. 4. Así mismo, deberá retroalimentar la respuesta de un compañero. 5. Recuerde cuidar su ortografía <p>2 hrs. Plataforma</p>	<p>Tipo de actividad:</p> <p>Aula () Plataforma(X) Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos analizados en el elemento de competencia. • Actividades realizadas en el elemento de competencia • Video: Importancia de la investigación de mercados <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Rúbrica participación en foro</p>
<p>Evaluación formativa:</p>	

Actividades de aprendizaje:

- Actividad de aprendizaje: Resumen ejecutivo sobre investigación de mercados
- Actividad de aprendizaje: Infografía de fuentes de información
- Actividad de aprendizaje: Cuadro Sinóptico de los tipos de investigación de mercados
- Actividad de aprendizaje: Trabajo Escrito sobre el proceso de investigación de mercados
- Foro: Importancia de la Mercadotecnia para las empresas

Competencias blandas:

- Responsabilidad
- Creatividad
- Pensamiento crítico
- Puntualidad
- Solución de problemas

Fuentes de información

1. Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de Mercados. Enfoque para América Latina*. México: Pearson. Recuperado de: <https://issuu.com/vianeymoon/docs/investigacion-de-mercados-benassini>
2. Fischer, L. & Espejo, J. (2012). *Investigación de Mercados. Un enfoque práctico*. México: International. Sitio web: https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
3. Gomez V. (Productor). (2015). Investigación de mercados marketing (mercadeo) [Vídeo]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=8J67BG5sTBM>
4. Malhotra, N.K. (2008). *Investigación de Mercados. 5ta Ed*. México: Pearson Prentice Hall. Sitio web: https://www.academia.edu/16550490/Investigacion_de_Mercados_5ta_Edicion_-_Naresh_K._Malhotra
5. McDaniel, C. & Roger, G. (2005). *Investigación de Mercados, 6ta Ed*. Cengage Learning. Sitio web: https://www.academia.edu/34683628/Investigación_de_mercados_10ma_Edición_Carl_McDaniel_F REELIBROS.ORG
6. Sanabria f (Productor). (2015). CAPITULO III Definición y plantea miento del problema de investigación de mercados [Vídeo]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=_HGXAq-AJDI
7. Vargas, A. (2017). Investigación de Mercados. <https://core.ac.uk/download/pdf/326425903.pdf>

Elemento de competencia 2: Diseñar el tipo de investigación de mercados de acuerdo al plan de acción de la empresa, para obtener los datos necesarios, considerando las características de los mercados.

Competencias blandas a promover:

EC2 Fase I: Recolección de Datos.

Contenido: Métodos existentes para la recolección de datos, tanto en investigación cuantitativa, como en la cualitativa.

EC2 F1 Actividad de aprendizaje 6: Mapa conceptual de la recolección de datos.

Elaborar un mapa conceptual sobre la recolección de datos.

Instrucciones:

1. Revisa la información incluida en la sección de recursos, además puedes apoyarte de otras fuentes con sustento académico.
2. Una vez leída la información realiza el mapa conceptual, debe contener definición de recolección de datos y sus métodos primarios y secundarios con sus tipos.
3. Utiliza información relevante.
4. Recuerda cuidar tu ortografía.
5. Puedes hacerlo en la herramienta que desees.
6. Súbelo a la plataforma educativa institucional en formato PDF.

5 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula () Plataforma(X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

[Metodos y tecnicas para la recolección de datos.](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica Mapa Conceptual](#)

EC2 F1 Actividad de aprendizaje 7: Cuadro comparativo de investigación cualitativa y cuantitativa.

Elaborar un cuadro comparativo sobre los tipos de investigación: Cualitativa y Cuantitativa.

Instrucciones:

1. Lee la página 17 y 18 del libro Investigación de mercados de Vargas, puedes basarte también en otras fuentes con sustento académico.
2. En base a la información revisada elabora un cuadro comparativo sobre los tipos de investigación cualitativa y cuantitativa.
3. El cuadro deberá contener estos aspectos: concepto, características, diferencias y semejanzas.
4. Deberás incluir un mínimo de 5 semejanzas y 5 diferencias.
5. Deberás elaborarlo en Word.
6. El formato debe ser con letra Arial no. 12.
7. Debes incluirle al trabajo lo siguientes elementos: portada, cuadro comparativo y las referencias bibliográficas en formato APA

Tipo de actividad:

Aula () Plataforma(X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

Libro: [Investigación de Mercados Pag. 17 y 18](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica Cuadro comparativo](#)

<p>versión 7.0. 8. Recuerda cuidar tu ortografía. 9. Graba tu trabajo en formato PDF. 10. Súbelo a la plataforma educativa institucional.</p> <p>4 hrs. Plataforma</p>	
<p>EC2 Fase II: Universo de estudio, obtención de la muestra y tipos de muestra.</p> <p>Contenido: Población o universo de estudio en una investigación, tipos de muestreo: probabilístico y no probabilístico. Obtención de la muestra.</p>	
<p>EC2 F2 Actividad de aprendizaje 8: Presentación multimedia con el tema Universo de Estudios.</p> <p>Elaborar una presentación multimedia sobre el Universo de estudios.</p> <p>Instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. En base a la información revisada elabora una presentación multimedia con el tema Universo de estudios. 2. La presentación deberá contener lo siguiente: concepto de universo de estudios, problemas básicos del proceso de diseño de la muestra, definición de muestreo, qué es el tipo de muestreo probabilístico y no probabilístico. 3. Deberás incluir un mínimo de 10 diapositivas 4. Deberás elaborarlo en power point o canva. 5. El formato y el diseño es libre, tu puedes elegirlo. 6. Cuidar ortografía, redacción y poner solo información relevante. 7. Súbelo a la plataforma educativa institucional. <p>5 hrs. Plataforma</p>	<p>Tipo de actividad: Aula () Plataforma(X) Laboratorio () Grupal (X) Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definición del muestreo • Libro Técnicas de investigación de mercados <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Rúbrica Presentación Multimedia</p>
<p>EC2 F2 Actividad de aprendizaje 9: Quiz evaluación de primer y segundo elemento de competencia.</p> <p>Contestar el quiz incluido en la plataforma de forma individual, en base a las siguientes instrucciones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Repasa todos los temas que se vieron en el elemento de competencia 1 y 2 mediante los materiales incluidos en los apartados de recursos. 2. Accesa al quiz en plataforma educativa institucional. 3. En base a la pregunta, elige la respuesta que consideres correcta. 4. Avanza hasta concluir todas las preguntas. 5. Tendrás un tiempo límite de 60 minutos. 	<p>Tipo de actividad: Aula () Plataforma(X) Laboratorio () Grupal () Individual (X) Equipo () Independientes ()</p> <p>Recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos revisados en el elemento de competencia. • Actividades realizadas en el elemento de competencia. <p>Criterios de evaluación de la actividad:</p> <p>Cantidad de respuestas correctas en relación a la cantidad de ítems</p>

6. Envíalo para su revisión
7. Solo tendrás una oportunidad para contestarlo.

2 hrs. Plataforma

Evaluación formativa:

Actividades de aprendizaje:

- Actividad de aprendizaje: Mapa conceptual de la recolección de datos
- Actividad de aprendizaje: Cuadro comparativo de investigación cualitativa y cuantitativa
- Actividad de aprendizaje: Presentación multimedia con el tema universo de estudios
- Quiz: Evaluación de primer y segundo elemento de competencia.

Competencias blandas:

- Responsabilidad
- Creatividad
- Pensamiento crítico
- Puntualidad
- Solución de problemas

Fuentes de información

1. Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de Mercados. Enfoque para América Latina*. México: Pearson. Sitio web: <https://issuu.com/vianeymoon/docs/investigacion-de-mercados-benassini>
2. Bravo, A (productor) (2016) Máster Class: Investigación de Mercados [Vídeo] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=1rtC34ioZRA>
3. Fischer, L. &Espejo, J. (2012). *Investigación de Mercados. Un enfoque práctico*. México: International. Sitio web: https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
4. Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de Mercados. 5ta Ed.* México: Pearson Prentice Hall. Sitio web: https://www.academia.edu/16550490/Investigacion_de_Mercados_5ta_Edicion_-_Naresh_K_Malhotra
5. McDaniel, C. &Roger, G. (2005). *Investigación de Mercados, 6ta Ed.* Cengage Learning. Sitio web: https://www.academia.edu/34683628/Investigación_de_mercados_10ma_Edición_Carl_McDaniel_F REELIBROS.ORG
6. Smartketin (productor) (2020) Haz Un Estudio de Mercado Desde 0 Con Google GRATIS 2020 [Vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=EwamGcpcdLE>

Elemento de competencia 3: Analizar los resultados de la investigación de mercados, para proporcionar información que apoye a la toma de decisiones en los mercados nacionales o internacionales.

Competencias blandas a promover:

EC3 Fase I: Investigación de mercados en acción.

Contenido: Aplicación del proceso de investigación de mercados a una empresa para su análisis.

EC3 F1 Actividad de aprendizaje 10: Avance del Proyecto Integrador sobre Investigación de Mercados en una empresa

Elaborar el 1er avance del proyecto integrador que consiste en un trabajo de investigación en una institución o empresa en la cual se realizará el proceso de investigación.

Instrucciones:

1. Elige una empresa objeto de estudio del giro que desees.
2. Revisa la lectura que se encuentra en el apartado de recursos, de la página 65 a la 67 con el tema diseño de cuestionarios.
3. Lee detenidamente el tema para que entiendas cómo es que se debe diseñar un cuestionario.
4. El siguiente paso será elaborar un cuestionario de mínimo 10 preguntas que se aplicará a una persona de la empresa, puede ser al dueño, gerente o encargado según sea el caso.
5. Las preguntas deberán ir relacionadas con sus estrategias de mercadotecnia y cómo es que aplica el proceso de investigación de mercados en su empresa en relación con los productos o servicios que ofrece.
6. Aplica el cuestionario, puede ser de manera personal o digital y quédate con una evidencia del medio por el cuál se realizó.
7. Además de aplicar el cuestionario, deberás obtener la siguiente información general: Nombre de la empresa, giro, no. de empleados, antecedentes o breve historia, descripción de sus productos o servicios según sea el caso.
8. Una vez que tengas las respuestas, realiza un documento que contenga lo siguiente: portada, información general, encuesta con respuestas, evidencia del medio por el cuál se aplicó (Foto o captura de pantalla).
9. Súbelo a la plataforma educativa institucional convertido a PDF.

8 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula () Plataforma(X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

[Libro Investigación de Mercados pag. 65 a 67](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rúbrica Presentación de Avances](#)

EC3 Fase II: Análisis de datos obtenidos, conclusiones y recomendaciones.

Contenido: Se analizan los datos obtenidos durante la aplicación de la investigación de mercados, para interpretarlos y así obtener conclusiones y recomendaciones

EC3 F2 Actividad de aprendizaje 11: Wiki Análisis, interpretación de datos y presentación de resultados.

Participar en la wiki grupal sobre análisis, interpretación de datos y presentación de resultados.

Instrucciones:

1. Lee las páginas 69 y 70 del libro "Investigación de mercados" el cual puedes encontrar en la sección de recursos.
2. Elabora un ensayo dónde describas cómo es que debe realizarse el análisis e interpretación de datos, así como la presentación de resultados.
3. Redacta tu ensayo, debe ser de mínimo una página tamaño carta, letra Arial 12, parafraseando las ideas presentadas por el autor del libro.
4. Cuidar ortografía y redacción.
5. Una vez que hayas concluido el ensayo, deberás copiar el texto y pegarlo en la wiki incluida en la plataforma educativa.
6. Al inicio de tu ensayo en la wiki deberás escribir tu nombre completo.

6 hrs. Plataforma

Tipo de actividad:

Aula () Plataforma(X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

[Libro: Investigación de Mercados Pag. 69 y 70.](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

Rúbrica [Participación en Wiki](#)

EC3 F2 Actividad de aprendizaje 12: Proyecto Integrador Análisis de una empresa

Realizar el segundo y último avance de su proyecto integrador.

Instrucciones:

1. Seguir trabajando en el documento avance 1 para agregar los puntos que en este avance se solicita.
2. Para este avance se realizará el análisis de datos y las recomendaciones.
3. El análisis de resultados deberá ser un apartado de mínimo media cuartilla en el cuál se describen los datos obtenidos en la encuesta, es decir, se interpretan. (no incluye opinión personal, solo se redacta lo obtenido)
4. En las recomendaciones se da el punto de vista sobre que se aconseja para una mejora, la extensión es de mínimo media cuartilla, esta parte si va con sus palabras y opinión personal.
5. La estructura deberá ser: A)Portada

Tipo de actividad:

Aula () Plataforma(X) Laboratorio ()
Grupal () Individual (X) Equipo ()
Independientes ()

Recursos:

Libro [Investigación de mercados](#)

Criterios de evaluación de la actividad:

[Rubrica proyecto integrador](#)

B) Introducción (media cuartilla) C) Desarrollo (Información general de la empresa, encuesta, evidencia) D) Análisis de datos y recomendaciones E) Conclusión personal (media cuartilla, concluye el aprendizaje que se obtuvo con el trabajo)

6. Una vez que lo hayas concluido grábalo como archivo PDF.

7. Súbelo a la plataforma educativa institucional.

8 hrs. Plataforma

Evaluación formativa:

Actividades de aprendizaje:

- Actividad de aprendizaje: 1er avance de proyecto "Diseño de cuestionarios"
- Wiki: Análisis, interpretación de datos y presentación de resultados
- Proyecto Integrador: Análisis de una empresa.

Competencias blandas:

- Responsabilidad
- Creatividad
- Pensamiento crítico
- Puntualidad
- Solución de problemas

Fuentes de información

1. Benassini, M. (2009). *Introducción a la investigación de Mercados. Enfoque para América Latina*. México: Pearson. Sitio web: <https://issuu.com/vianeymoon/docs/investigacion-de-mercados-benassini>
2. CEEI CUIDAD REAL (2015). Guía para una elaboración de estudios de mercado. 2020, Guía de apoyo para el emprendedor. Sitio web: http://www.ademaf.gob.bo/inf/digital/Guia_para_Elaboracion_de_Estudio_de_Mercado.pdf
3. Fischer, L. & Espejo, J. (2012). *Investigación de Mercados. Un enfoque práctico*. México: International. Sitio web: https://www.academia.edu/18897949/Libro_Mercadotecnia_Laura_Fischer_y_Jorge_Espejo
4. Malhotra, N.K. (2008). *Investigación de Mercados. 5ta Ed.* México: Pearson Prentice Hall. Sitio web: https://www.academia.edu/16550490/Investigacion_de_Mercados_5ta_Edicion_-_Naresh_K._Malhotra
5. McDaniel, C. & Roger, G. 2005. *Investigación de Mercados, 6ta Ed.* Cengage Learning. Sitio web: https://www.academia.edu/34683628/Investigación_de_mercados_10ma_Edición_Carl_McDaniel_FREELIBROS.ORG
6. Secretaria de economía. (2002). Guía para la Formación de una Empresa Integradora. 2020, de Guías y manuales. Sitio web: http://www.contactopyme.gob.mx/integradoras/h_guias.html

Políticas

Metodología

Evaluación

<p>Al inicio del curso el facilitador establecerá los horarios y las vías de comunicación, considerando al menos una vía alterna a la plataforma educativa.</p> <p>El profesor publicará los Lineamientos de entrega de actividades y evaluación, en donde quedará establecido el calendario semanal que tendrán para subir las actividades a la plataforma, así como las fechas de cierre de plataforma.ES</p> <p>RESPONSABILIDAD DEL ALUMNO LEER LOS LINEAMIENTOS.</p> <p>El alumno deberá ingresar diariamente al curso en plataforma y realizar las actividades de acuerdo al calendario establecido por el profesor.</p> <p>Cualquier duda que tenga el alumno al realizar la actividad, es obligación solicitar asesoría al facilitador mediante la plataforma educativa institucional o el medio que el mismo haya dispuesto.</p> <p>El facilitador deberá dar retroalimentación oportuna de las actividades elaboradas por el alumno.</p> <p>En caso de no entregar a tiempo alguna evidencia, se penalizará con un porcentaje de la calificación.</p> <p>En caso de que la plataforma no esté disponible, deberá reportarlo al correo: uesvirtual@ues.mx. El facilitador deberá ofrecer un plan alternativo para la realización de las actividades.</p> <p>En caso de plagio en alguna de las actividades, el alumno no obtendrá la competencia en la evaluación correspondiente y su calificación será como si la actividad no la hubiese entregado.</p>	<p>El curso se llevará mediante la plataforma educativa que la institución designe.</p> <p>El curso será intensivo, por lo que se deberán realizar un determinado número de actividades cada semana.</p> <p>La dinámica del curso consiste en dar seguimiento a cada tema establecido en la secuencia didáctica a través de diversos tipos de actividades destinadas a ejecutarse, en su mayoría, en forma individual, a través de la plataforma educativa institucional.</p> <p>Se deberá participar en al menos un foro en cada elemento de competencia. donde el facilitador lanzará un tema o pregunta y los alumnos deberán aportar sus ideas propias y deberán retroalimentar al menos a 2 de sus compañeros.</p> <p>Se contestará al menos un quiz en cada elemento de competencia.</p> <p>Se participará en la construcción de al menos una wiki de forma colaborativa con el resto de los miembros del grupo.</p> <p>Se debe elaborar un Proyecto Final integrador.</p> <p>Se proporcionará una explicación de cada uno de los temas con material y herramientas apropiadas para su mejor comprensión y para un adecuado desarrollo de cada una de las actividades.</p> <p>La plataforma educativa se cerrará en 2 cortes en el transcurso del módulo.</p> <p>El docente les proporcionará un calendario de elaboración de actividades, que contemple las fechas específicas de entrega de cada actividad.</p> <p>En caso no entregar las actividades de acuerdo al calendario establecido por el facilitador, si</p>	<p>ARTÍCULO 27. La evaluación es el proceso que permite valorar el desarrollo de las competencias establecidas en las secuencias didácticas del plan de estudio del programa educativo correspondiente. Su metodología es integral y considera diversos tipos de evidencias de conocimiento, desempeño y producto por parte del alumno.</p> <p>ARTÍCULO 28. Las modalidades de evaluación en la Universidad son: I. Diagnóstica permanente, entendiendo esta como la evaluación continua del estudiante durante la realización de una o varias actividades; II. Formativa, siendo esta, la evaluación al alumno durante el desarrollo de cada elemento de competencia; y III. Sumativa es la evaluación general de todas y cada una de las actividades y evidencias de las secuencias didácticas. Sólo los resultados de la evaluación sumativa tienen efectos de acreditación y serán reportados al departamento de registro y control escolar.</p> <p>ARTÍCULO 29. La evaluación sumativa será realizada tomando en consideración de manera conjunta y razonada, las evidencias del desarrollo de las competencias y los aspectos relacionados con las actitudes y valores logrados por el alumno.</p> <p>ARTÍCULO 30. Los resultados de la evaluación expresarán el grado de dominio de las competencias, por lo que la escala de evaluación contemplará los niveles de: I. Competente sobresaliente; II. Competente avanzado; III. Competente intermedio; V. Competente básico; y V. No aprobado.</p> <p>El nivel mínimo para acreditar una asignatura será el de competente básico. Para fines de acreditación los niveles tendrán un equivalente</p>
--	--	--

	<p>podrán entregarlas fuera de tiempo (siempre y cuando no esté cerrada la plataforma), sin embargo, se penalizará con el 20% de la calificación por la entrega tardía de la misma.</p> <p>Podrán entregar actividades siempre y cuando la plataforma se encuentre abierta, una vez que se cierre, ya no se aceptarán actividades.</p>	<p>numérico conforme a lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Competente sobresaliente:10• Competente avanzado: 9• Competente intermedio: 8• Competente básico: 7• No aprobado: 6
--	--	--