



Inteligencia de mercados

LTMT1805



Índice

Información general del curso	1
Introducción al curso	2
Metodología	3
Estructura de las sesiones	5
Actividades.....	6
Sesiones virtuales	7
Evaluación y calendario	8
Bibliografía y recursos especiales	9
Contenido del curso	10
Preguntas frecuentes	11
Guía para las sesiones.....	12
Semana 1	12
Semana 2	16
Semana 3	20
Semana 4	24
Anexo 1. Rúbrica de evidencia 1	27
Anexo 2. Rúbrica de evidencia 2	31

Información general del curso

- Clave banner: LTMT1805

Competencia del curso

Analiza la información del mercado a través de la investigación cualitativa y cuantitativa para facilitar la toma de decisiones en la empresa.





Introducción al curso

La investigación de mercados tiene como objetivo fundamental proporcionar información útil para la identificación y solución de los diversos problemas de las empresas, así como para la toma de decisiones adecuadas en el momento oportuno y preciso. Con el rápido crecimiento tecnológico, las empresas se han visto obligadas a adaptarse a los constantes cambios. En la tecnología, las empresas han encontrado una oportunidad increíble para mejorar el conocimiento de los gustos, preferencias y comportamientos del consumidor.

Es entonces cuando nos damos cuenta de la importancia de la investigación de mercados, ya que solo a través de ella estas empresas pueden adaptarse a un mercado en constante cambio y tomar decisiones para mejorar su desempeño y la experiencia de compra para el consumidor.

La industria está cambiando, los consumidores tienen nuevos hábitos de consumo, otras necesidades o preferencias.



Metodología

Se ha diseñado un curso **Connect** con la finalidad de ser impartido por un **docente líder con experiencia en el ámbito laboral**, quien compartirá contigo su conocimiento, experiencia y las mejores prácticas que realiza en su labor profesional.

La experiencia de cursos Connect promueve la interacción virtual entre estudiantes localizados en diferentes campus de la Universidad Tecmilenio como una forma de enriquecer tu formación, contrastando la realidad de tu ciudad o región con la de otros compañeros.

Durante cada sesión virtual, el docente transmite su experiencia y actúa como guía en el proceso de aprendizaje durante la realización de las actividades.

El curso es **tetramestral** y tiene una distribución **semanal**; en cada semana se lleva a cabo una sesión virtual sincrónica de tres horas a través de una herramienta tecnológica de videoconferencia. La asistencia a estas sesiones de videoconferencia es muy importante, pero no obligatoria, ya que tienes la posibilidad de revisar la sesión grabada en caso de no asistir en el horario establecido.

Bibliografía

Cada curso requiere un material bibliográfico disponible en formato electrónico para que su adquisición sea más accesible y económica. Para conocer cuál es el libro que debes adquirir, revisa la sección **Bibliografía** de tu curso.

Evaluación

En la sección **Evaluación** puedes consultar cómo se integrará la calificación final del curso. Dependiendo del curso, la evaluación puede variar con una combinación de los siguientes elementos:

- Exámenes aplicados en plataforma en las semanas 1 y 3.
- Dos evidencias para acreditar el avance en el nivel de competencia adquirido por el alumno.
- Actividades que retomen el contenido conceptual de los temas de la semana.
- Evaluación final estandarizada compuesta por instrumentos tales como mini casos, exámenes de opción múltiple, ensayos, proyectos, entre otros.





Estructura de las sesiones

Bloque 1	Bloque 2	Bloque 3
<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida y presentación de agenda. • Actividad de bienestar-<i>mindfulness</i>. • Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o <i>quiz</i>. <p>Receso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de reconexión. • Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. • Cierre del bloque mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o <i>quiz</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividad de reconexión. • Desarrollo de temas de la semana: <ul style="list-style-type: none"> ○ Aplicación en contextos reales. ○ Actividades. ○ Cierre del tema. <p>Cierre de la sesión mediante utilización de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, foro o <i>quiz</i>.</p>

Antes de acudir a una sesión, es necesario que realices las lecturas de las explicaciones y del libro de texto, ya que te proporcionarán los fundamentos teóricos de los temas del curso. De igual manera, se requiere que revises el material adicional como videos y lecturas.

Durante las sesiones sincrónicas, el docente da una breve explicación del tema, resuelve dudas, comparte las instrucciones de las actividades y te acompaña durante la realización de estas.



Actividades

Algunas actividades han sido diseñadas para realizarse de manera individual y otras de manera colaborativa. Para las actividades colaborativas el profesor integra equipos con alumnos de diferentes campus, lo cual te permite obtener experiencias de aprendizaje más enriquecedoras.

Para mayor efectividad del trabajo colaborativo se utilizan las funcionalidades de la herramienta de colaboración que permiten la creación de salas virtuales interactivas, donde puedes compartir pantallas, documentos, videos y audios.

Como una forma de promover el dinamismo y la interacción de los alumnos en distintos formatos, durante las sesiones el profesor alterna intervenciones individuales, plenarias y grupales que enriquecen tus puntos de vista y al mismo tiempo te dan la oportunidad de presentar tus ideas y posturas en torno a los temas de clase.

El resultado de todas las actividades y tareas realizadas durante la semana deberá concentrarse en un solo documento, el cual se entregará a través de la plataforma tecnológica para su revisión y evaluación por parte del docente.

Es muy importante que revises el esquema de evaluación y los criterios que utilizará el docente para otorgarte una calificación. Lo anterior con la intención de que desde el inicio de la semana tengas claro el nivel de complejidad y esfuerzo que requerirás para realizar las entregas semanales y garantizar tu éxito dentro del curso.

En caso de tener dudas sobre algún ejercicio o sobre el contenido del curso, puedes contactar a tu docente a través de los medios que este te indique.

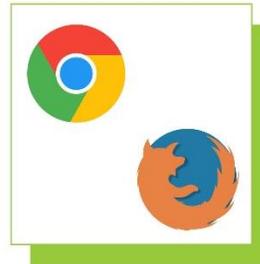
Sesiones virtuales



Es muy importante que cuentes con los siguientes **requerimientos tecnológicos** para llevar a cabo y con éxito las sesiones.



Red con conexión ancha para tener una excelente comunicación, mínimo con **6 MB** de ancho de banda.



Uso de los navegadores Chrome o Firefox



Computadora



Durante la sesión se recomienda no tener otras aplicaciones abiertas (ejemplo: Facebook, Netflix, YouTube, etc.)



Cámara



Micrófono o bocinas





Evaluación y Calendario

Números	Evaluable	Ponderación
1	Actividad semana 1	10
2	Actividad semana 2	30
3	Actividad semana 3	10
4	Actividad semana 4	30
5	Examen final	20
<i>Total</i>		100

Semana	Temas	Actividades	Evidencia	Examen
1	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentos de la investigación de mercados 2. La investigación de mercados y la toma de decisiones 3. Tipos de investigación de mercados 4. Diseño de proyectos de investigación de mercados 	✓		
2	<ol style="list-style-type: none"> 5. Proceso de investigación de mercados 6. Definición del problema y objetivo 7. Instrumentos para recolectar información 		✓	
3	<ol style="list-style-type: none"> 8. Tipos de entrevista 9. Medición y elaboración de escalas 10. Diseño de cuestionarios y formas 11. Determinación de la muestra 	✓		

4	12. Trabajo de campo y codificación 13. Análisis de la información 14. Reporte de investigación 15. La ética en la investigación de mercados		✓	
5	Examen final			✓



Bibliografía y recursos especiales

Libro de texto

➔ Prieto, J. (2022). *Investigación de mercados* (3ª ed.). Colombia: Ecoe.

Requisitos especiales

Requisitos especiales		
Requisitos especiales	Observaciones	Temas en los que se usará
Software	Office	Del tema 1 al tema 15.
Laboratorio (Gastronomía, Mecatrónica, Redes, Manufactura, Nutrición, Diseño, Electrónica, Computación)	Computación	Del tema 1 al tema 15.



Contenido del curso

Tema 1 Fundamentos de la investigación de mercados

Tema 2	La investigación de mercados y la toma de decisiones
Tema 3	Tipos de investigación de mercados
Tema 4	Diseño de proyectos de investigación de mercados
Tema 5	Proceso de investigación de mercados
Tema 6	Definición del problema y objetivo
Tema 7	Instrumentos para recolectar información
Tema 8	Tipos de entrevista
Tema 9	Medición y elaboración de escalas
Tema 10	Diseño de cuestionarios y formas
Tema 11	Determinación de la muestra
Tema 12	Trabajo de campo y codificación
Tema 13	Análisis de la información
Tema 14	Reporte de investigación
Tema 15	La ética en la investigación de mercados



Preguntas frecuentes

¿En dónde o a quién reporto un error detectado en el contenido del curso?

Lo puedes reportar a la cuenta atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx, también puedes compartir sugerencias para el contenido y actividades del curso.

¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada una en las

El coordinador docente te debe de proporcionar esta información.

¿En qué semanas se aplican los exámenes parciales y el examen final?

Consulta con tu coordinador docente los calendarios de acuerdo con la modalidad de impartición.

¿Tengo que capturar las calificaciones en banner y en la plataforma educativa?

Sí, es importante que captures calificaciones en la plataforma para que los alumnos estén informados de su avance y reciban retroalimentación de parte tuya de todo lo que realizan en el curso. En banner es el registro oficial de las calificaciones de los alumnos.



Guía para las sesiones

Semana 1

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	10 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/Elt_oALQQfU	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: <ol style="list-style-type: none"> 1. Fundamentos de la investigación de mercados 2. La investigación de mercados y la toma de decisiones 	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 1 de la actividad de la semana.	15 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	10 minutos

Actividad 1**Parte 1**

1. Explica con tus palabras qué es la investigación de mercados. En ese resumen incluye el por qué crees que es importante realizar esta investigación y cuáles crees son sus ventajas y desventajas (Media cuartilla).

**Entregable**

Resumen de media cuartilla que resalta la importancia de la investigación de mercados, así como sus ventajas y desventajas.

Semana 1**Bloque 2**

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad de preferencia física para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo, sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 3. Tipos de investigación de mercados	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la actividad de la semana.	20 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	10 minutos

Actividad 1**Parte 2**

1. Elabora un breve plan de acción para tu empresa de calzado (ficticia) siguiendo así los pasos para elaborar las acciones correctas de esta investigación.
2. ¿Cuáles crees que son las mejores estrategias verdes de acuerdo con lo que leíste en el tema?
¿Por qué?

 **Entregable**

Documento que incluya el plan de acción para la empresa de calzado ficticia y respuesta a la pregunta planteada.

Semana 1**Bloque 3**

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 4. Diseño de proyectos de investigación de mercados	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 3 de la actividad de la semana.	30 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos

Actividad 1 Parte 3

1. Elabora una tabla comparativa respecto a los tipos de investigación cuantitativa y cualitativa, con al menos diez puntos que comparar.
2. De acuerdo con el borrador de tu tienda de calzado (ficticia) de la parte 2, menciona qué tipo de investigación utilizarás para llevar a cabo esta investigación de mercados.
3. De acuerdo con el borrador de tu tienda de calzado (ficticia) de la parte 2, menciona qué tipo de diseño utilizarás para llevar a cabo esta investigación de mercados.

Entregable

Documento que incluya tabla comparativa de la investigación cuantitativa y cualitativa con al menos diez puntos, descripción del tipo de investigación y diseño que se utilizará para la tienda ficticia de calzado.

Criterios de evaluación de la semana

Actividad 1	Criterios de evaluación	Ponderación	Puntos sobre evaluación final
Parte 1	Resumen de media cuartilla que resalta la importancia de la investigación de mercados, así como sus ventajas y desventajas.	30%	3 puntos
Parte 2	Plan de acción para la empresa de calzado ficticia y respuesta a la pregunta planteada.	30%	3 puntos
Parte 3	Tabla comparativa de la investigación cuantitativa y cualitativa con al menos diez puntos, descripción del tipo de investigación y diseño que se utilizará para la tienda ficticia de calzado.	40%	4 puntos
Totales		100%	10 puntos

Semana 2

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	10 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/u9u6KN7Um-s	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 5. Proceso de investigación de mercados	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 1 de la Evidencia 1.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Evidencia 1**Parte 1**

1. Elige cinco empresas de tu localidad relacionadas con el mercado del calzado para realizar una investigación de mercados.
2. Fundamenta tu selección con datos confiables, realizando un análisis y un listado de los cuatro componentes de *marketing*.

**Entregable**

Documento de Word con la información solicitada.

Semana 2**Bloque 2**

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad de preferencia física para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo, sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 6. Definición del problema y objetivo	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la Evidencia 1.	15 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Evidencia 1**Parte 2**

1. Elabora el plan de acción para tu empresa de calzado (ficticia), siguiendo así los pasos para elaborar las acciones correctas de esta investigación, recuerda que elaboraste un borrador de este plan en tu Actividad 1, y debe incluir lo siguiente:
 - a. Determinación de objetivos y diseño de investigación.
 - b. Analiza cinco variables controlables y cinco variables no controlables.
 - c. Describe los once pasos del proceso de investigación de mercados.
 - d. Describe los antecedentes de la empresa seleccionada.
 - e. Diseña un objetivo general y específicos de la investigación.
 - f. Menciona el diseño de investigación que incluya alcance de investigación, metodología, instrumento de intención de información y diseño de muestra.

**Entregable**

Plan de acción de la empresa ficticia de calzado.

Semana 2

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 7. Instrumentos para recolectar información	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 3 de la Evidencia 1	25 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	10 minutos

Evidencia 1

Parte 3

1. Además de esto, al final de este plan de acción, menciona lo siguiente:
 - a. ¿Qué tipo de investigación utilizaste? Ya sea cuantitativa o cualitativa y explica por qué.
 - b. Menciona qué tipo de diseño utilizarás para llevar a cabo esta investigación de mercados.
 - c. Justificación del diseño de investigación implementado.

**Entregable**

Respuesta a los tres puntos solicitados.

Semana 3

Bloque 1

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	10 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/C9Yr3q9n7_o	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 8. Tipos de entrevista 9. Medición y elaboración de escalas	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 1 de la Actividad de la semana.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Actividad 2

Parte 1

1. Contesta las siguientes preguntas:
 - a. ¿Utilizarás el método de investigación *focus group*? Justificar respuesta en media cuartilla.
 - b. ¿Qué tipo de entrevista utilizarás para tu investigación de mercados de tu tienda de calzado (ficticia)? Justificar respuesta en media cuartilla.
 - c. ¿Qué tipo de escala utilizarás para esta investigación? ¿Por qué escogiste esa escala?

**Entregable**

Documento que incluya las respuestas a las tres preguntas planteadas.

Semana 3

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad de preferencia física para ayudar al alumno a reconectarse a la clase (ejemplo, sentadillas, estiramientos, etcétera).	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 10. Diseño de cuestionarios y formas	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la Actividad de la semana.	15 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Actividad 2

Parte 2

1. ¿Qué tipo de técnica de muestreo utilizarás para tu investigación de mercados de tu tienda ficticia de calzado? Justifica tu respuesta.
2. Elabora en un documento de Word un borrador que incluya la planeación, presupuesto y el trabajo de campo de tu investigación de mercados de tu tienda ficticia de calzado. Mínimo una cuartilla.

**Entregable**

Documento de mínimo una cuartilla que incluya la respuesta a la pregunta y la planeación, presupuesto y trabajo de campo de la investigación de mercados.

Semana 3

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 11. Determinación de la muestra	30 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 3 de la Actividad de la semana.	15 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	10 minutos

Actividad 2

Parte 3

1. ¿Cómo planeas preparar los datos de tu investigación? Realiza un breve resumen de media cuartilla

**Entregable**

Documento de al menos media cuartilla que conteste a la pregunta.

Criterios de evaluación de la semana

<i>Criterios de evaluación</i>	<i>Ponderación</i>	<i>Puntos sobre evaluación final</i>
Responde las tres preguntas planteadas.	30%	3 puntos
Menciona la técnica de muestreo y justifica respuesta, además de describir la planeación, presupuesto y trabajo de campo.	30%	3 puntos
Menciona cómo planea preparar los datos de la investigación en al menos media cuartilla.	40%	4 puntos
Totales	100%	10 puntos

Semana 4**Bloque 1**

Actividad	Descripción	Duración
Bienvenida y presentación de la agenda	El profesor se presenta ante el grupo y da una breve introducción al curso. El profesor explicará a los alumnos los contenidos y actividades que se revisarán durante la clase.	10 minutos
Actividad de bienestar	El profesor seguirá las instrucciones de la actividad correspondiente y accederá al siguiente enlace: https://youtu.be/xBwf5kW4DIw	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 12. Trabajo de campo y codificación 13. Análisis de la información	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 1 de la Evidencia 2.	10 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Evidencia 2**Parte 1**

1. En el documento de Word de la Evidencia 1, plasma los antecedentes que se incluyen en la propuesta de investigación de mercados de tu tienda de calzado (ficticia).
2. Incluye además el objetivo general y específicos de esta investigación de mercados que te encuentras realizando.

**Entregable**

Documento de Word con la información solicitada.

Semana 4

Bloque 2

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 14. Reporte de investigación	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 2 de la Evidencia 2.	15 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	5 minutos
Receso	Se brindará un espacio de receso para que el alumno lo utilice a su beneficio.	15 minutos

Evidencia 2

Parte 2

- Describe el diseño de la investigación donde menciones el alcance de la investigación, metodología, instrumento de obtención de información (tipo de entrevista) y diseño de muestra. Justifica tu respuesta e incluye la evidencia de la entrevista y de la escala que utilizaste.

**Entregable**

Documento que incluya el diseño de la investigación y la evidencia de la entrevista.

Semana 4

Bloque 3

Actividad	Descripción	Duración
Actividad de reconexión	El profesor guiará una actividad que refuerce alguna fortaleza. Intervenciones positivas.	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 15. La ética en la investigación de mercados	20 minutos
Actividad del tema	Realizar la parte 3 de la Evidencia 2.	20 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, <i>quiz</i> o foro plenario.	10 minutos

Evidencia 2

Parte 3

1. Realiza un análisis cuantitativo y cualitativo de la investigación basado en los objetivos.
2. Elabora conclusiones y propón recomendaciones tomando en cuenta los resultados.

**Entregable**

Documento que incluya el análisis cuantitativo, cualitativo y conclusiones.

Anexo 1. Rúbrica de Evidencia 1

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			100%
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
1. Selección de cinco empresas.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Selecciona cinco empresas y justifica la elección de cada una con datos confiables y objetivos.	Selecciona cinco empresas, pero solo justifica la elección de una o dos empresas con datos confiables y objetivos.	Selecciona tres empresas relacionadas con el caso, pero solo justifica la elección de una o dos empresas con datos confiables y objetivos.	
2. Análisis y listado de los cuatro componentes de <i>marketing</i> .	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Analiza y enlista los cuatro componentes de <i>marketing</i> .	Analiza y enlista dos de los cuatro componentes de <i>marketing</i> .	No analiza los cuatro componentes de <i>marketing</i> , pero sí los enlista.	
3. Determinación de objetivos y diseño de investigación.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Determina correctamente un objetivo general y tres objetivos específicos de investigación, el diseño de estudio que les	Determina correctamente un objetivo general y tres objetivos específicos de la investigación, pero el diseño de estudio que	La determinación de objetivos es vaga y está incompleta, así como el diseño de estudio que les corresponde y su justificación.	

	corresponde y su justificación.	les corresponde y su justificación están incompletos.		
4. Análisis de cinco variables controlables y cinco variables no controlables.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Analiza cinco variables controlables y cinco variables no controlables de los cuatro entornos mencionados.	Analiza cuatro variables controlables y cuatro variables no controlables de los cuatro entornos mencionados.	Analiza tres variables controlables y tres variables no controlables de los cuatro entornos mencionados.	
5. Descripción del proceso de investigación de mercados.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Presenta de manera detallada los once pasos del proceso de investigación de mercados.	Presenta de manera detallada nueve de los once pasos del proceso de investigación de mercados.	Presenta de manera detallada siete de los once pasos del proceso de investigación de mercados.	
6. Antecedentes generales de la empresa seleccionada.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Desarrolla ampliamente los antecedentes generales de la investigación de la empresa seleccionada en la que incluye: <ul style="list-style-type: none"> Análisis de la industria. 	Desarrolla brevemente los antecedentes generales de la investigación de la empresa seleccionada en la que incluye: <ul style="list-style-type: none"> Análisis de la industria. 	Desarrolla brevemente los antecedentes generales de la investigación de la empresa seleccionada en la que incluye uno de los siguientes:	

	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias generales. • Planteamiento del problema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencias generales. • Planteamiento del problema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de la industria. • Tendencias generales. • Planteamiento del problema. 	
7. Objetivo general y específicos de la investigación.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Desarrolla amplia y correctamente el objetivo general y específicos de la investigación.	Desarrolla el objetivo general y específicos de la investigación.	Desarrolla incorrectamente el objetivo general y específicos de la investigación.	
8. Diseño de investigación.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10
	Describe amplia y correctamente el diseño de investigación, el cual incluye: -Alcance de investigación. -Metodología. -Instrumento de obtención de información. -Diseño de muestra.	Describe el diseño de investigación, el cual incluye: -Alcance de investigación. -Metodología. -Instrumento de obtención de información. -Diseño de muestra.	Menciona incorrectamente el diseño de investigación, el cual incluye: -Alcance de investigación. -Metodología. -Instrumento de obtención de información. -Diseño de muestra.	
9. Análisis de	10 - 9	8 - 7	6 - 0	10

resultados cuantitativos y cualitativos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza amplio análisis de resultados cuantitativos y cualitativos de la investigación basados en los objetivos. 2. Expone resultados de manera lógica y objetiva. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza breve análisis de resultados cuantitativos y cualitativos de la investigación basados en los objetivos. 2. Expone resultados de manera lógica y objetiva. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza breve análisis de resultados cuantitativos, pero no cualitativos de la investigación. 2. No expone resultados de manera lógica y objetiva. 	
10. Proceso de trabajo de campo y recolección de datos.	10 - 9	8 - 7	6 - 0	
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe detalladamente el proceso de trabajo de campo y recolección de datos. 2. Elabora conclusiones orientadas y elaboradas de forma lógica a partir de la presentación de resultados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe brevemente el proceso de trabajo de campo y recolección de datos. 2. Elabora conclusiones orientadas y elaboradas de forma lógica a partir de la presentación de resultados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe brevemente solo el proceso de trabajo de campo. 2. No elabora conclusiones. 	10
TOTAL				100%

Anexo 2. Rúbrica de evidencia 2

Criterios de evaluación	Nivel de desempeño			100 %
	Altamente competente 100%-86%	Competente 85%-70%	Aún sin desarrollar la competencia 69%-0%	
1. Desarrolla antecedentes generales de la investigación de la empresa elegida.	20 - 17 puntos	16 - 14 puntos	13 - 0 puntos	20
	Desarrolla ampliamente los antecedentes generales de la investigación que incluye: -Análisis de la industria. -Tendencias generales. -Planteamiento del problema.	Desarrolla brevemente los antecedentes generales de la investigación que incluye: -Análisis de la industria. -Tendencias generales. -Planteamiento del problema.	Desarrolla brevemente los antecedentes generales de la investigación que incluye uno de los siguientes: -Análisis de la industria. -Tendencias generales. -Planteamiento del problema.	
2. Desarrolla el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación.	20 - 17 puntos	16 - 14 puntos	13 - 0 puntos	20
	Desarrolla amplia y correctamente el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación.	Desarrolla el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación.	Desarrolla incorrectamente el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación.	
3. Describe el diseño de la investigación.	20 - 17 puntos	16 - 14 puntos	13 - 0 puntos	20
	Describe amplia y correctamente el diseño de investigación, el cual incluye: -Alcance de investigación. -Metodología. -Instrumento de obtención de información. -Diseño de muestra.	Describe el diseño de investigación, el cual incluye: -Alcance de investigación. -Metodología. -Instrumento de obtención de información. -Diseño de muestra.	Menciona incorrectamente el diseño de investigación, el cual incluye: -Alcance de investigación. -Metodología. -Instrumento de obtención de información. -Diseño de muestra.	
4. Realiza análisis	20 - 17 puntos	16 - 14 puntos	13 - 0 puntos	

de resultados cuantitativos y cualitativos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplica un mínimo de 80 cuestionarios y realiza al menos tres grupos de enfoque o cinco entrevistas a profundidad. 2. Realiza amplio análisis de resultados cuantitativos y cualitativos de la investigación basados en los objetivos. 3. Expone resultados de manera lógica y objetiva. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplica un mínimo de 70 cuestionarios y realiza al menos un grupo de enfoque o cuatro entrevistas a profundidad. 2. Realiza breve análisis de resultados cuantitativos y cualitativos de la investigación basados en los objetivos. 3. Expone resultados de manera lógica y objetiva. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplica menos de 70 cuestionarios y realiza un grupo de enfoque o tres entrevistas a profundidad. 2. Realiza breve análisis de resultados cuantitativos, pero no cualitativos de la investigación. 3. No expone resultados de manera lógica y objetiva. 	20
5. Elabora conclusiones y propone recomendaciones.	20 - 17 puntos	16 - 14 puntos	13 - 0 puntos	20
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe detalladamente el proceso de trabajo de campo y recolección de datos. 2. Elabora conclusiones orientadas y elaboradas de forma lógica a partir de la presentación de resultados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe brevemente el proceso de trabajo de campo y recolección de datos. 2. Elabora conclusiones orientadas y elaboradas de forma lógica a partir de la presentación de resultados. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe brevemente solo el proceso de trabajo de campo. 2. No elabora conclusiones. 	
TOTAL				100%