



# Guía para el profesor

Inteligencia de mercados  
LTMT2105



## Índice

Información general del curso.....	2
Metodología.....	3
Evaluación.....	6
Bibliografía.....	6
Tips importantes.....	6
Temario.....	7
Notas de enseñanza.....	8
Actividad 1.....	10
Actividad 2.....	12
Evidencia 1.....	15
Evidencia 2.....	16

### Información general del curso

#### Modalidades

- Clave banner: LTMT2105
- Modalidad: Presencial, en línea y Connect

#### 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.





## Metodología

### Metodología Connect

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 poder asistir en el horario establecido.

### Estructura de las sesiones

Las sesiones se dividen en tres bloques; estas son las actividades que se recomienda realizar:

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

### Metodología Online

Este curso ha sido diseñado para desarrollar la competencia expresa en el apartado correspondiente. La estructura del curso consiste en 8 temas dividido en dos módulos.

Cada tema incluirá material didáctico compuesto por lecturas, videos y otros recursos de apoyo para facilitar la comprensión. Los alumnos deberán dedicar al menos 10 horas semanales para la revisión de los temas, actividades, evidencias y la resolución de exámenes. Se espera que los alumnos gestionen su tiempo de estudio de manera efectiva y desarrollen la autodisciplina necesaria para cumplir con las horas de estudio recomendadas.



Los alumnos realizarán actividades relacionadas con cada tema para aplicar los conocimientos adquiridos. Se evaluará a los estudiantes mediante un examen final que abarcará los dos módulos y medirá la comprensión global de la competencia.

La comunicación efectiva será clave. Se utilizarán plataformas en línea y herramientas de mensajería para mantener a los alumnos informados sobre cualquier actualización o recordatorios importantes. Los alumnos deben aclarar sus dudas a través de canales establecidos, como foros en línea, correos electrónicos o sesiones de consulta programadas.

Esta metodología busca garantizar un aprendizaje profundo y significativo, promoviendo la participación del estudiante y su compromiso con el desarrollo de la competencia establecida.

### **Metodología Presencial**

Este curso ha sido diseñado para desarrollar la competencia expresa en el apartado correspondiente. La estructura del curso consiste en 8 temas dividido en dos módulos.

Cada tema incluirá material didáctico compuesto por lecturas, videos y otros recursos de apoyo para facilitar la comprensión. Los alumnos deberán dedicar al menos 10 horas semanales para la revisión de los temas, actividades, evidencias y la resolución de exámenes. Se espera que los alumnos gestionen su tiempo de estudio de manera efectiva y desarrollen la autodisciplina necesaria para cumplir con las horas de estudio recomendadas.

Los alumnos realizarán actividades relacionadas con cada tema para aplicar los conocimientos adquiridos. Se evaluará a los estudiantes mediante un examen final que abarcará los dos módulos y medirá la comprensión global de la competencia.

La comunicación efectiva será clave. Se utilizarán plataformas en línea y herramientas de mensajería para mantener a los alumnos informados sobre cualquier actualización o recordatorios importantes. Los alumnos deben aclarar sus dudas a través de canales establecidos, como foros en línea, correos electrónicos o sesiones de consulta programadas.

Esta metodología busca garantizar un aprendizaje profundo y significativo, promoviendo la participación del estudiante y su compromiso con el desarrollo de la competencia establecida.



## Evaluación

Número	Evaluable	Ponderación
1	Actividad 1	20
2	Evidencia 1	30
3	Actividad 2	20
4	Evidencia 2	30
<b>Total</b>		<b>100</b>



## Bibliografía

### Libros de apoyo

Prieto, J. (2022). *Investigación de mercados* (3ª ed.). Colombia: Ecoe.  
ISBN: 978-9585031999



## Tips importantes

### 1. Material de capacitación en la plataforma tecnológica Canvas

- Tutorial digital para profesores: <https://bit.ly/2SbMaNK>
- Tutorial digital para alumnos: <https://bit.ly/35lBnP6>
- Para revisar los videotutoriales de la Biblioteca Digital, da clic [aquí](#).

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

Lo puedes reportar a la cuenta [atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx](mailto:atencioncursos@servicios.tecmilenio.mx), pero te pedimos que también reportes sugerencias para el contenido y actividades del curso.

### 3. ¿Quién me informa de la cantidad de sesiones y tiempo de cada sesión en las semanas?

El coordinador docente te debe proporcionar esta información.

#### 4. ¿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.

#### 5. ¿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.

Las actividades evaluables dentro de cada tema y del calendario, así como la presentación final del curso tienen asignadas una rúbrica con la cual es obligatorio que se califique, esto es muy importante para nuestro modelo de competencias, ya que es la forma en la que medimos el desarrollo de las competencias en nuestros alumnos. Cada rúbrica se encuentra en la sección de **tareas**, específicamente con el nombre de la semana evaluable.

Es importante evaluar con la rúbrica que aparece en el apartado de la evidencia final, ya que se les estará auditando constantemente su realización efectiva.

Video disponible para calificar con rúbricas.

- ¿Cómo busco una rúbrica?: <https://youtu.be/OgDKeZvgtAI>
- ¿Cómo califico con una rúbrica?: <https://youtu.be/mAbIsLAGlp4>



### Temario

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
5	Proceso de investigación de mercados
6	Definición del problema y objetivo
7	Instrumentos para recolectar información
8	Tipos de entrevista
9	Medición y elaboración de escalas
10	Diseño de cuestionarios y formas
11	Determinación de la muestra

12	Trabajo de campo y codificación
13	Análisis de la información
14	Reporte de investigación
15	La ética en la investigación de mercados



## Notas de enseñanza

### Tema 1 Fundamentos de la investigación de mercados

Introduce los conceptos clave mediante estudios de caso simples. Propón actividades en las que los estudiantes analicen cómo diferentes empresas utilizan la investigación de mercados para tomar decisiones.

### Tema 2 La investigación de mercados y la toma de decisiones

Relaciona la investigación de mercados con decisiones estratégicas a través de ejemplos reales. Propón actividades donde los estudiantes simulen ser responsables de marketing y tomen decisiones basadas en datos de mercado.

### Tema 3 Tipos de investigación de mercados

Explica las diferencias entre investigación cualitativa y cuantitativa con ejemplos prácticos. Propón ejercicios que incluyan la identificación de los métodos más adecuados para diferentes situaciones de mercado.

### Tema 4 Diseño de proyectos de investigación de mercados

Usa ejemplos de proyectos reales para mostrar cómo se estructura una investigación de mercados. Propón actividades donde los estudiantes diseñen su propio proyecto basado en un problema de mercado específico.

### Tema 5 Proceso de investigación de mercados

Desglosa el proceso en fases claramente definidas. Propón ejercicios donde los estudiantes planifiquen y detallen cada etapa de un proceso de investigación para un caso concreto.

### **Tema 6 Definición del problema y objetivo**

Introduce ejemplos de problemas de investigación bien definidos. Propón actividades donde los estudiantes redacten problemas y objetivos de investigación precisos para una situación de mercado dada.

### **Tema 7 Instrumentos para recolectar información**

Proporciona ejemplos de diferentes instrumentos como encuestas, focus groups y observaciones. Propón actividades prácticas donde los estudiantes elijan los mejores instrumentos para un estudio de mercado específico.

### **Tema 8 Tipos de entrevista**

Explica los diferentes tipos de entrevistas (estructuradas, semiestructuradas, no estructuradas) con ejemplos. Propón actividades de simulación donde los estudiantes practiquen entrevistas en diferentes escenarios de mercado.

### **Tema 9 Medición y elaboración de escalas**

Introduce diferentes escalas de medición (Likert, diferencial semántico, etc.) con ejemplos de cómo se aplican. Propón ejercicios donde los estudiantes diseñen escalas para medir percepciones en estudios de mercado.

### **Tema 10 Diseño de cuestionarios y formas**

Proporciona ejemplos de buenos y malos cuestionarios. Propón actividades donde los estudiantes diseñen cuestionarios efectivos, prestando atención a la claridad y objetividad de las preguntas.

### **Tema 11 Determinación de la muestra**

Explica los conceptos de muestra representativa y métodos de muestreo (aleatorio, estratificado, etc.) con ejemplos claros. Propón ejercicios donde los estudiantes calculen el tamaño de muestra adecuado para un estudio.

### **Tema 12 Trabajo de campo y codificación**

Introduce los pasos del trabajo de campo, destacando la importancia de la organización. Propón simulaciones donde los estudiantes realicen y codifiquen datos de encuestas para obtener resultados precisos.

### Tema 13 **Análisis de la información**

Explica diferentes métodos de análisis de datos (estadístico, cualitativo) con ejemplos. Propón ejercicios donde los estudiantes interpreten datos reales y extraigan conclusiones relevantes.

### Tema 14 **Reporte de investigación**

Introduce el concepto de computación de alto rendimiento con ejemplos de supercomputadoras y clústeres de cómputo. Propón simulaciones o estudios de caso donde los estudiantes exploren cómo se implementa el cómputo de alto rendimiento en industrias.

### Tema 15 **La ética en la investigación de mercados**

Introduce dilemas éticos comunes en la investigación de mercados con ejemplos. Propon debates y análisis de casos donde los estudiantes discutan la importancia de la ética en la obtención y uso de la información.

