



Inteligencia de Mercados

LTMT2105



Índice

Información general del curso	1
Introducción al curso	2
Metodología	2
Bibliografía.....	3
Evaluación.....	4
Estructura de las sesiones	4
Actividades	5
Sesiones virtuales	6
Calendario.....	8
Bibliografía y recursos especiales.....	9
Contenido del curso.....	9
Herramientas	10
Preguntas frecuentes	10
Guía para las sesiones.....	11
Semana 1	11
Semana 2	15
Semana 3	18
Semana 4	22
Anexo 1. Rúbrica de evidencia 1.....	24
Anexo 2. Rúbrica de evidencia 2.....	24

Información general del curso

Modalidades

- Clave banner: LTMT2105
- Modalidad: 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.





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 poder 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:

- 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-mindfulness. • 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>



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

Para la transmisión de las sesiones, se utiliza una herramienta de videoconferencias. Con el fin de mejorar la calidad de dichas interacciones, se recomienda lo siguiente:



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





Números	Evaluable	Ponderación
1	Actividad semana 1	20
2	Evidencia 1	30
3	Actividad semana 2	20
4	Evidencia 2	30
	<i>Total</i>	100



Calendario

Semana	Temas	Actividades	Evidencia
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 8. Tipos de entrevista 		✓
3	<ol style="list-style-type: none"> 9. Medición y elaboración de escalas 10. Diseño de cuestionarios y formas 11. Determinación de la muestra 12. Trabajo de campo y codificación 	✓	
4	<ol style="list-style-type: none"> 13. Análisis de la información 14. Reporte de investigación 15. La ética en la investigación de mercados 		✓



Bibliografía y recursos especiales

Libro de texto

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

Contenido del curso

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

Herramientas

Para asegurar que aproveches al máximo tu experiencia educativa en esta modalidad de cursos, te recomendamos que sigas al pie de la letra las indicaciones.

Además, revisa estos tutoriales:

- [¿Cómo ingreso a la plataforma de multipresencia virtual?](#)
- [Tutoriales de Canvas para participantes](#)
- [¿Cómo evalúo el desempeño de mi red?](#)

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 semanas?

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/RnEXYYj8p6w	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 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 de los temas: 3. Tipos de investigación de mercados 4. Diseño de proyectos 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	Repaso de los temas 1-4	20 minutos
Actividad del tema	Realizar parte 3 de la Actividad 1	30 minutos
Cierre de bloque	El profesor deberá generar una actividad con apoyo de herramientas tecnológicas diversas para una dinámica, quiz 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 10 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 10 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%	6 puntos
Parte 2	Plan de acción para la empresa de calzado ficticia y respuesta a la pregunta planteada.	30%	6 puntos
Parte 3	Tabla comparativa de la investigación cuantitativa y cualitativa con al menos 10 puntos, descripción del tipo de investigación y diseño que se utilizará para la tienda ficticia de calzado.	40%	8 puntos
	Totales	100%	20 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/RnEXYYj8p6w	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 5. Proceso de investigación de mercados 6. Definición del problema y objetivo	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*.

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 de los temas: 7. Instrumentos para recolectar información 8. Tipos de entrevista	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

3. 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 11 pasos del proceso de investigación de mercados.
 - d. Describe los antecedentes de la empresa seleccionada.
 - e. Diseña un objetivo general y objetivos específicos de la investigación.
 - f. Menciona el diseño de la investigación que incluya alcance de investigación, metodología, instrumento de intención de información y diseño de muestra.

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	Repaso de los temas 5-8.	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, quiz o foro plenario.	10 minutos

Evidencia 1

Parte 3

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

 Entregable

El resultado de la evidencia realizada durante la semana se deberá concentrar en **un solo documento**.

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/RnEXYj8p6w	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión de los temas: 9. Medición y elaboración de escalas 10. Diseño de cuestionarios y formas	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: 11. Determinación de la muestra 12. Trabajo de campo y codificación	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, quiz 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

- ¿Qué tipo de técnica de muestreo utilizarás para tu investigación de mercados de tu tienda ficticia de calzado? Justifica tu respuesta.
- 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	Repaso de los temas 9-12.	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

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

 Entregable

Documento de al menos media cuartilla que conteste la pregunta.

Criterios de evaluación de la semana

Actividad 1	Criterios de evaluación	Ponderación	Puntos sobre evaluación final
Parte 1	Responde las tres preguntas planteadas.	30%	6 puntos
Parte 2	Menciona la técnica de muestreo y justifica respuesta, además de describir la planeación, presupuesto y trabajo de campo.	30%	6 puntos
Parte 3	Menciona cómo planea preparar los datos de la investigación en al menos media cuartilla.	40%	8 puntos
	Totales	100%	20 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/RnEXYYj8p6w	5 minutos
Desarrollo de temas de la semana	Revisión del tema: 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 objetivos específicos de esta investigación de mercados que te encuentras realizando.

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.

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, quiz o foro plenario.	10 minutos

Evidencia 2

Parte 3

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

 Entregable

El resultado de la evidencia realizada durante la semana se deberá concentrar en **un solo documento**.

Rúbrica de evidencia 1

Comentado [RE1]: PW: Embeber PDF "Rubrica1Mercados"

Rúbrica de evidencia 2

Comentado [RE2]: PW: Embeber PDF "Rubrica2Mercados"