



ENCUADRE / PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA¹

1. Datos de identificación de la asignatura

Nombre de la asignatura					Investigación de Mercados				Clave de la asignatura C0102115	
Área de formación	Docencia frente a grupo según SATCA				Trabajo de Campo Supervisado según SATCA				Carácter de la asignatura	
	HCS	HPS	TH	C	HTCS	TH	C	TC	Obligatoria (X)	Optativa ()
Sustantiva	2	3	5	5				5		
Seriación										
Implícita					Explícita					
Conocimientos previos					Asignaturas antecedentes				Asignaturas subsecuentes	
Comunicación Oral y Escrita Probabilidad y Estadística Estadística Aplicada Mercadotecnia					✓ Herramientas Aplicadas al Proceso de Investigación. ✓ Comportamiento del Consumidor,				Proyectos de Investigación de Mercados.	

¹ Formato adaptado y actualizado solo para proceso educativo durante el ciclo 2025-02 por la Dra. Minerva Camacho Javier; tomado del curso "Planeación didáctica para el aprendizaje B-Learning en aula virtual UJAT (Microsoft Teams)" del 25 al 28 de agosto de 2020 de la División Académica de Educación y Artes (DAEA-UJAT).

2. Datos del Profesor.

Nombre del profesor (a):		Minerva Camacho Javier		
División Académica:		DACEA		
Programa Educativo:		Mercadotecnia		
Período	Ciclo: 02-2026	Grupo-Horario	OLM Martes y Jueves de 07-09 am-F5 Viernes de 08-09 AM-C3	
Formación Académica		Doctorado en Educación Instituto de Estudios Universitarios — Puebla, Puebla, México Maestría Psicoterapia Gestalt CESIGUE — Villahermosa, Tab., México Master en Programación Neurolingüística (PNL) Centro de Diseño y Desarrollo Humano Neurolingüístico — Villahermosa, Tab., México Certificaciones en el estándar de competencia: ➤ C0301 Diseño de cursos de formación del capital humano de manera presencial y grupal. ➤ C0217.01 Impartición de cursos del capital humano de manera presencial grupal. Estudio base en la licenciatura en Relaciones Comerciales Universidad Juárez Autónoma de Tabasco — Villahermosa, Tab., México		
Experiencia Docente		Investigadora de tiempo completo en la División de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco desde el 2002. Nota: Puedes ingresar a https://mci308.wixsite.com/ciclos/carta-a-los-estudiantes para saber más de mi experiencia docente a la fecha.		

3. Datos generales de la asignatura.

Bienvenida al estudiante	
Es grato darte la bienvenida y saber que inicias un nuevo ciclo en tu educación profesional. Prepárate para ser parte de un grupo de personas que buscan metas similares a las tuyas. Sé que darás lo mejor de ti haciendo tu máximo esfuerzo en todas las actividades de las que serás parte. En este documento encontrarás toda aquella información que requieres para el inicio y desarrollo de tus clases. Visita el sitio web de tu docente en https://minervacj2000.com	
Propósito de la asignatura	
La asignatura de Investigación de Mercados tiene como propósito comprender los procedimientos o herramientas para investigar las causas y los efectos de los problemas planteados por un mercado de consumidores y/o usuarios elegido de antemano para una correcta toma de decisiones. En este ciclo se busca desarrollar la capacidad de diseñar, ejecutar y analizar investigaciones de mercado con enfoques cualitativos, cuantitativos y mixtos, integrando hallazgos en recomendaciones estratégicas.	
Conocimientos Previos	
Conocimientos generales sobre la administración, economía, contabilidad y de acuerdo con su avance curricular en la licenciatura de Mercadotecnia (área de formación general y área de formación sustantiva).	
Competencias por desarrollar	
Genéricas	Específicas
✓ Conceptual: Definir propósitos, alcances y diseños de investigación de mercados; distinguir enfoques y tipos de datos. ✓ Procedimental: Elaborar y validar instrumentos cualitativos y cuantitativos; recolectar y analizar datos; integrar hallazgos. ✓ Actitudinal: Actuar con ética, rigor y colaboración; comunicar hallazgos con claridad y soporte en evidencia.	Desarrollar investigación cualitativa y cuantitativa para obtener información oportuna en el diagnóstico de las necesidades empresariales, para ayudar a las organizaciones a conocer con mayor precisión sus mercados, con base en las tendencias de sus entornos.

4. Metodología de Trabajo, Modalidad y Pregunta guía del proyecto

Metodología

La didáctica aplicada es bajo un enfoque por competencias en **entorno mixto o híbrido**², por lo que se desarrollan actividades síncronas y asíncronas, transversales y disciplinares, tanto individuales como en equipo. El enfoque de aprendizaje es con estudio de caso.

Presencial	Virtual
El espacio presencial funge para el trabajo individual y en equipo, asesoría y guía de índole temática y didáctica acorde al conocimiento a desarrollar en la asignatura. Éstas serán llevadas a cabo dentro de los horarios programados y en el espacio asignado para el grupo. Si llegara a existir foco rojo por eventos fuera del control institucional, las clases serán suspendidas y pasarían a darse en línea en la plataforma de Microsoft Teams. Se darán de manera sincrónica tipo videoconferencia y dentro de los horarios programados para la asignatura.	La consulta de información, entrega de evidencias, revisiones, entre otros, serán llevadas a cabo en su totalidad en el entorno virtual de forma asincrónica (fecha y hora programada de inicio y entrega) en la plataforma de Microsoft Teams y el sitio del docente. Por ejemplo: ✓ Para consulta y/o descarga de archivos como formatos, evaluaciones, etc., estos serán investigados y consultados en el sitio del docente denominado <i>Blog de Actuación Educativa</i> en https://minervacj2000.com. A este se podrá tener acceso desde la plataforma Microsoft Teams o, simplemente, dando click sobre el enlace proporcionado líneas arriba. ✓ Para entrega de tareas y actividades a ser cotejadas y evaluadas, se hará en la plataforma Microsoft Teams en los horarios y días señalados. ✓ Las reuniones de equipo, fuera del espacio áulico-presencial, pueden hacerse a través de la plataforma de Teams o cualquier otra red social. Como evidencia, se tomará una captura fotográfica o se grabará la sesión para subir, posteriormente, a los PEV de cada uno.

² **Modalidad:** Clases mixtas (sesiones síncronas presenciales/virtuales + trabajo asincrónico con evidencias periódicas).



5. Consideraciones de las actividades y tareas en la asignatura

Consideraciones

1. Todas las actividades implican una secuencia de acciones que conllevan fechas con horario de los productos a entregar, lo que significa que estas deberán realizarse en tiempo y forma. Fuera de los tiempos señalados no serán recibidas por ningún medio.
2. En relación al punto anterior, todas las tareas serán cargadas en la plataforma de Microsoft Teams ya que estarán asignadas de manera individual. De la misma manera, el estudiante subirá a su PEV las tareas y actividades realizadas por etapa.
3. Para la realización de las actividades es importante revisar, constantemente, el espacio virtual del docente (<https://mcj308.wixsite.com/ciclos>) ya que en este se encuentran archivos con información para la elaboración y comprensión de las actividades a desarrollar.
4. Todas las tareas por entregar deberán llevar portada con los logotipos institucionales. Ver los ejemplos proporcionados en el sitio del docente.
5. Algunas evidencias son parte de ejercicios secuenciales y no cuentan con calificación numérica, pues se encuentran dentro de las acciones que involucran el proceso de aprendizaje; sin embargo, el conjunto de estas acciones *sí será tomado en cuenta* en la rúbrica que indica este criterio.
6. Otro punto por considerar es la toma de captura de pantalla o foto durante las actividades académicas, ya que estas forman parte de las evidencias visuales por etapa en el PEV.
7. Para la realización de las evidencias de aprendizaje (tareas), en clase presencial se destinan 2 días con la guía o asesoría docente. En estas se explica o se retroalimenta el proceso de aprendizaje.
8. Todas las actividades y tareas serán autoevaluadas con listas de cotejo y/o rúbricas por el propio estudiante y por el docente (heteroevaluación). Estas evaluaciones se suben por tarea y en cada etapa del PEV.

6. Tabla de listado de entregables, ponderación y fechas de entrega

Evidencias de aprendizaje	Ponderación Cumplimiento	Tipo y Formato evaluativo	Fecha entrega/ realización	Porcentaje-Calificación	Hora límite
Etapas 1 individual					
Rúbrica Aprender a Aprender Nivel 3, Registro de equipos y Enlace/Link PEV	1	Auto-Diagnóstico con Rúbrica	22 de Agto.		
Etapas 1 en equipo					
Caso y Mapa de actores	1	Lista de cotejo	29 de Agto.	Cumplimiento	
Brief del proyecto integrador	1	Lista de cotejo	5 de Sept.	Tareas (14) = 50%	
Guía preguntas versión 1 y Validación	1	Lista de cotejo	12 de Sept.	Asistencia* = 10%	
Transcripciones y notas de campo + Matriz de códigos	1	Lista de cotejo	26 de Sept.	PEV (3 ptos.) = 40%	
Etapas 2 en equipo				Total = 100%	
Informe cualitativo con hallazgos	1	Lista de cotejo	28 de sept.	Calificación: 100% = 10	Entrega de tareas en Teams hasta las 22 hrs.
Cuestionario validado y reporte de piloto	1	Lista de cotejo	3 de Oct.		
Base de datos depurada	1	Lista de cotejo	10 de Oct.		
Reporte descriptivo e Insights	1	Lista de cotejo	17 de Oct.		
Etapas 3 en equipo					
Esquema del informe mixto	1	Lista de cotejo	24 de Oct.		
Informe final (Pitch)	1	Lista de cotejo	31 de Oct..		
Etapas 3 individual					
Apuntes de la asignatura	1	Autoevaluación con Rúbrica	7 de Nov.	Nota. La Asistencia* comprende, máximo, 3 faltas en todo el ciclo.	
Coevaluación	1	Coevaluación	7 de Nov.		
PEV	1	Hetero-Evaluación: Rúbrica	9 de Nov.		
Total de tareas y Valor en porcentaje	Σ 14 = 50%				

Consideraciones:

- Las evidencias de aprendizaje serán evaluadas considerando el porcentaje señalado en la tabla anterior. La evaluación formativa comprende cada una de las evidencias desarrolladas durante el ciclo. La evaluación sumativa comprende el total de la suma (Σ) de todas las evidencias de aprendizaje. En la tabla, se muestra la ponderación numérica de cada evidencia en puntaje y lo equivalente en porcentaje.
- Las actividades serán valoradas durante la etapa formativa, finalizando el ciclo en las fechas de ordinario con una retroalimentación grupal.
- No hay examen ordinario en el trabajo por competencias. Es en la fecha de ordinario que se entregará el porcentaje o puntaje total alcanzado. Un porcentaje por debajo del 60%, se considera reprobado. Sin embargo, se tiene derecho a extraordinario siempre y cuando se tenga completo el PEV.

4. El porcentaje máximo por alcanzar en extraordinario es del 70%. Se responderá un cuestionario estructurado o semiestructurado en línea en la plataforma de Microsoft Teams. Este será aperturado en la fecha y hora asignada para el mismo.
5. No se tendrá derecho al extraordinario si no se cumple con el 80% de asistencia, no se tiene completo el PEV y, en el trabajo en equipo, este reporta baja o nula participación en el desarrollo de actividades.

7. Formas de comunicación

Videoconferencias 	• Aplica cuando las asignaturas son ofertadas online por la Coordinación de Docencia, mediante la plataforma Microsoft Teams. • Las llamadas <i>sí</i> pueden llevarse a cabo a través de la plataforma de Microsoft Teams en los horarios y fechas acordadas con el docente para asesorías particulares. • <i>Condiciones de actuación.</i> Si fuera el caso, durante el desarrollo síncrono de clases en la plataforma se solicita que se mantengan los micros en silencio y las cámaras apagadas. Sólo hasta que el docente indique el momento de participación, este dará apertura para que se habrán los micros y la cámara. También se recuerda la importancia de tomar nota durante las mismas y hacer preguntas en el espacio destinado durante la videoconferencia.
Email 	• Este medio será usado entre el equipo de trabajo, si así lo acuerdan.
Redes Sociales 	• El WhatsApp será utilizado para comunicación entre los equipos de trabajo (jefe de grupo y/o representante de quipo) y también por apertura con el docente para avisos emergentes. • El Facebook, Instagram o X, pueden fungir como promotoras de trabajos por proyecto; es decir, como un espacio de socialización del aprendizaje de los estudiantes. Estos entrarán a dar «me gusta» al sitio para su promoción. Al ser la imagen institucional la que se muestra, es importante el respeto y prudencia de los comentarios que se pudieran hacer. No es un espacio de quejas ni de provocaciones, es un espacio que muestra las competencias en desarrollo del aprendizaje y la enseñanza aplicada durante un ciclo y los logros alcanzados. Este espacio es manejado por el docente o equipo de docentes en el trabajo interdisciplinario.
Celular 	• Llamadas por celular al docente sólo podrán hacerse en casos extraordinarios y bajo la consideración y acuerdo con este. • Aplica entre los estudiantes en el trabajo por equipo o para acuerdos entre los mismos. • En presencial áulico y por solicitud del docente se usará para investigar información temática.



8. Desarrollo de las unidades

NOMBRE DE LA UNIDAD 1

Fundamentos de la Investigación de Mercados

CONTENIDOS CONCEPTUALES

1. Propósitos y principales aplicaciones de la investigación de mercados.
2. Importancia para las empresas.
3. Fuentes de información Principales métodos de investigación.
4. Principales métodos de investigación.

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- ✓ Conoce y determina las necesidades del mercado, cliente o empresa.
- ✓ Identifica las necesidades del mercado y el perfil del consumidor o usuario.
- ✓ Conoce las fuentes de información, así como la metodología de investigación.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Investiga y lleva a cabo apuntes individuales.
- Se integra y es proactivo(a) en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarias con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico.
- Reflexiona manteniendo la escucha activa en la interacción con los demás.



NOMBRE DE LA UNIDAD 2

Investigación Cualitativa

CONTENIDOS CONCEPTUALES

1. Metodología aplicada a la investigación cualitativa
 - 1.1. Características
 - 1.2. Diferencias con el enfoque cuantitativo
 - 1.3. Proceso de investigación cualitativa
2. Diseños cualitativos
 - 2.1. Diseños etnográficos
 - 2.2 Diseños fenomenológicos
3. Técnicas de investigación
 - 3.1 Observación
 - 3.2. Tipos de entrevistas
 - 3.2.1. Entrevista a profundidad individual
 - 3.2.2. Grupos de enfoque
 - 3.3 Técnicas de proyección
4. Muestreo no probabilístico
 - 4.1. Tipos de muestreo
 - 4.1.1. Conveniencia
 - 4.1.2. Juicio
 - 4.1.3. Cuotas
 - 4.1.4. Bola de nieve
 - 4.2. Tamaño de la muestra
5. Análisis e interpretación de datos
6. El reporte de investigación cualitativa

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- ✓ Identifica y comprende los principales conceptos de la investigación cualitativa.
- ✓ Estudia y conoce las aplicaciones de los métodos de investigación cualitativa.
- ✓ Identifica las técnicas de investigación y del muestreo no probabilístico.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Es proactivo en su aprendizaje.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarias con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico.
- Mantiene escucha activa en la interacción con los demás.
- Se integra de manera positiva en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas.



NOMBRE DE LA UNIDAD 3

Investigación cuantitativa

CONTENIDOS CONCEPTUALES

1. Metodología aplicada a la investigación cuantitativa
 - 1.1. Características
 - 1.2. Diferencias con el enfoque cualitativo
 - 1.3. Proceso de investigación cuantitativa
2. Diseños cuantitativos
 - 2.1. Diseños experimentales
 - 2.2. Diseños no experimentales
3. Técnicas de investigación
 - 3.1. Cuestionarios
 - 3.1.1. Diseño del instrumento (tipos de preguntas)
 - 3.1.2. Validación y confiabilidad
 - 3.2. Medición de actitudes
4. Muestreo probabilístico
 - 4.1. Tipos de muestreo
 - 4.1.1. Aleatorio Simple
 - 4.1.2. Sistemático
 - 4.1.3. Estratificado
 - 4.1.4. Conglomerado
 - 4.1.5. Etapas
 - 4.2. Tamaño de la muestra
 - 4.2.1. Tipos de variables: continua o discreta
 - 4.2.2. Nivel de confianza
 - 4.2.3. Error
 - 4.2.4. Población conocida
 - 4.2.5. Población desconocida
 - 4.2.6. Elección de la fórmula
5. Análisis e interpretación de datos

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

- ✓ Identificar y comprender los principales conceptos de la investigación cuantitativa.

CONTENIDOS ACTITUDINALES

- Investiga y lleva a cabo tareas individuales.
- Es proactivo en su aprendizaje.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.



NOMBRE DE LA UNIDAD 3

Investigación cuantitativa

CONTENIDOS CONCEPTUALES

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Estudiar y conocer las aplicaciones de los métodos de investigación cuantitativa. ✓ Identificar las técnicas de investigación y del muestreo probabilístico. | <ul style="list-style-type: none"> • Participa de manera activa y respetuosa en plenarias con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico. • Mantiene escucha activa en la interacción con los demás. • Se integra y es proactivo en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas. |
|---|--|

NOMBRE DE LA UNIDAD 4

Investigación mixta y otros casos

CONTENIDOS CONCEPTUALES

1. Metodología aplicada a la investigación mixta
 - 1.1. Características
 - 1.3. Proceso de investigación mixto
2. Diseños de investigación mixta
 - 2.1. Diseños exploratorios
 - 2.2. Diseños explicativos
 - 2.3. Diseños transformativos
 - 2.4. Otros diseños aplicados a la investigación de mercados.
3. Tipos de muestreo mixto
4. Recolección, análisis e interpretación de datos
5. El reporte de investigación mixta
6. Otros métodos de investigación
 - 6.1. Método de casos (ANFECA, UANL, UAM, CAENI)

CONTENIDOS PROCEDIMENTALES

CONTENIDOS ACTITUDINALES



NOMBRE DE LA UNIDAD 4

Investigación mixta y otros casos

- ✓ Redacta documentos.
- ✓ Referencia con metodología APA.
- ✓ Realiza trabajo de campo.
- ✓ Usa Excel o software estadístico.
- ✓ Expone presentaciones ejecutivas.

- Es proactivo en su aprendizaje.
- Utiliza la tecnología para diseñar, comunicar e interactuar.
- Participa de manera activa y respetuosa en plenarias con evidencias de lecturas previas de los temas y manejo conceptual básico.
- Mantiene escucha activa en la interacción con los demás.
- Se integra y es proactivo en el trabajo en equipo para elaborar las actividades solicitadas.

11. Referencias

FUENTES DE APOYO Y CONSULTA

BÁSICA

1. Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. 6ª Edición. México: Mc Graw Hill.
2. Hair, B.O. (2003). Investigación de Mercados, En un ambiente de información cambiante, segunda edición en español. Mc Graw Hill.
3. Benassini, M. (2009). Introducción a la investigación de mercados. Enfoque para América Latina. Pearson Educación.
4. Kinneer, T. y Taylor, J. (1998). Investigación de mercados. Un enfoque aplicado; Mc Graw Hill.
5. Akker, D. A., Kumar V. y Day G. (2010), Investigación de Mercados, cuarta edición. México. Limusa.
6. Jany J. (2000); Investigación Integral de Mercados (Un enfoque para el siglo XXI). Colombia. Mc Graw Hill.

Bases de datos universitarias

INEGI. Censos Económicos, Censos de población, AGB

www.scholar.google.com

www.surveymonkey.com

Formularios google

<http://www.e-encuesta.com/inicio/>

<https://www.netquest.com/es/panel/calculadora-muestras/calculadoras-estadisticas>

<http://www.med.unne.edu.ar/biblioteca/calculos/calculadora.htm>

COMPLEMENTARIA

1. Eyssautier, M. (2009). Investigación de mercados. Enfoques, sistemas, información, procesos y proyectos. Trillas.
2. Munch, L. y Ángeles, E. (2012). Métodos y técnicas de investigación. Trillas.



SECUENCIA DIDÁCTICA

ACTIVIDADES	CONSIDERACIONES PARA EL ESTUDIANTE
Las actividades educativas son un conjunto de acciones planificadas y diseñadas para facilitar el aprendizaje y desarrollo integral de los estudiantes, tanto dentro como fuera del aula. Estas actividades pueden ser formales (parte del currículo escolar) o informales (como actividades extracurriculares) y abarcan diversas áreas de conocimiento y habilidades.	- El estudiante deberá cumplir puntualmente con las actividades áulicas y/o virtuales en los horarios asignados a la asignatura. - En relación con el trabajo presencial, el estudiante tendrá un máximo de 10 min. para poder ingresar al espacio áulico. Si llegara a darse en plataforma virtual, se procura estar desde el inicio de la videoconferencia evitando ingresos tardíos (después de 15 min. de iniciada la clase) y respetando las reglas de ingreso a la misma como: mantener micro cerrado sin cámara abierta mientras se explica. Al término de la intervención docente, el estudiante podrá participar alzando la mano o escribiendo sus preguntas en el chat de participación. El docente moderará estas participaciones para llevar un orden y control de estas. - El estudiante deberá tener su cuaderno de apuntes para la toma de notas. - El estudiante deberá acudir con lectura previa de los temas a revisar durante las clases, para poder participar y preguntar sobre dudas ante el mismo. - Los celulares no se usarán en estas actividades, por lo que se pondrán en silencio y se mantendrán guardados, a menos que el docente indique el uso de estos para alguna actividad donde se necesite.
Evaluación	Diagnóstica (verbal o por escrito), Formativa y Sumativa.

Actividades y estudio de caso

Visión general del caso integrador transversal por unidad

Contexto: Negocio local con baja recompra y Puntuación Neta del Promotor o Índice de Recomendación Neta (*Net Promoter Score [NPS]*) errático; puede darse, por ejemplo, en una tienda física, cafetería o servicio local.

Ruta temática de las actividades:

- Unidad 1: Delimitación del problema, mapa de actores, objetivos, hipótesis.
- Unidad 2: Guía de entrevista, trabajo de campo, análisis temático y hallazgos.
- Unidad 3: Encuesta, muestreo, recolección, análisis descriptivo y fiabilidad básica.
- Unidad 4: Integración mixta, recomendaciones priorizadas y pitch ejecutivo.



Actividades clave por unidad

Unidad	Categoría temática	Acciones
1	Fundamentos	✓ Producto: Mapa de actores + brief de investigación. ✓ Individual: Glosario crítico de conceptos clave. ✓ Equipo: Árbol de problemas/objetivos del caso.
2	Cualitativa	✓ Producto: Guía de entrevista, transcripciones, matriz de códigos, informe cualitativo. ✓ Individual: Diario reflexivo de campo. ✓ Equipo: Taller de codificación y consenso.
3	Cuantitativa	✓ Producto: Cuestionario validado, base de datos, reporte descriptivo y de fiabilidad. ✓ Individual: Visualización de un indicador clave con interpretación. ✓ Equipo: Plan de muestreo y logística de campo.
4	Mixta y otros casos	✓ Producto: Informe mixto con matriz de convergencia, recomendaciones y presentación. ✓ Individual: Revisión del trabajo estructurado a otro equipo. ✓ Equipo: Ensayo de presentación con feedback cruzado.
-	Aprendizaje transversal	Productos individuales: ✓ Apuntes de la materia (individual): Semanario e Investigación documental con citas y referencias en formato APA 7. ✓ Portafolio de Evidencias Virtual (individual) en plataforma Wix con todas las evidencias por etapa.



Tabla Secuencia Didáctica Diaria

Semana	Fecha clase	Tema y actividad
1	18 de ago.	Encuadre de la asignatura: (1) presentación docente e integración grupal. (2) Presentación y explicación de la planeación. (3) Formación de equipos. Roles y trabajo ético
	20 de ago.	Evaluación diagnóstica y Taller PEV
2	25 de ago.	Explicación del caso base “Marca local con caída en recompra”. Construcción guiada del mapa de actores y problema.
	27 de ago.	Trabajo en equipo con asesoría docente para análisis del caso.
3	1° de sept.	Explicación de objetivos, preguntas e hipótesis. Diseño del proyecto integrador y cronograma.
	3 de sept.	Construcción del brief del proyecto con asesoría docente.
4	8 de sept.	Explicación de técnicas cualitativas. Diseño de la guía de entrevista.
	10 de sept.	Validación entre pares de la guía. Ajustes guiados.
5	15 de sept.	Ética y notas de campo. Inicio de entrevistas cualitativa (aplicación de campo).
	17 de sept.	Continuación de entrevistas. Taller de notas de campo.
6	22 de sept.	Taller de codificación abierta. Saturación y triangulación.
	24 de sept.	Revisión y diseño de matriz de códigos y temas. Asesoría docente.
7	29 de sept.	Explicación de medición y escalas. Construcción de ítems para encuesta, validez y pilotaje.
	1° de oct.	Aplicación de pilotaje de encuesta (≈15 casos). Revisión de resultados.
8	6 de oct.	Explicación de muestreo. Inicio del campo cuantitativo. Campo cuantitativo (n objetivo de 80 a 120; ajustar a contexto).
	8 de oct.	Limpieza de base de datos. Asesoría docente.
9	13 de oct.	Explicación de estadística descriptiva. Gráficos y tablas y fiabilidad básica.
	15 de oct.	Análisis descriptivo y Fiabilidad (alfa de Cronbach). Asesoría docente.
10	20 de oct.	Integración de evidencias del caso en una Matriz de convergencia (cuali-cuanti). Priorización de hallazgos.
	22 de oct.	Construcción del informe final. Asesoría docente.
11	27 de oct.	Redacción final del informe. Storytelling.
	29 de oct.	Ensayo de pitch. Revisión final del informe. Aplicación estilo APA 7.



Semana	Fecha clase	Tema y actividad
12	3 de nov.	Retroalimentación de apuntes. Ajustes finales.
	5 de nov.	Coevaluación y Autoevaluación.
13, 14, 15	Del 10 al 26 de nov	Heteroevaluación del docente con rúbrica
16	1 de dic.	Retroalimentación y entrega de calificación.

Recomendación de equipos: Equipos de 4 a 5 integrantes con roles asignados (ver secuencia didáctica en la Tabla siguiente).

Actividad de lectura individual



La investigación de mercados es un proceso sistemático para recopilar, analizar e interpretar información sobre un mercado específico, sus consumidores y competidores. Su importancia radica en que permite a las empresas tomar decisiones más informadas, reducir riesgos y mejorar su rendimiento. En la actualidad, con mercados cada vez más dinámicos y competitivos, la investigación de mercados se vuelve crucial para la supervivencia y el éxito de cualquier negocio.

Te invito a que indagues más dando click al siguiente video Pódcast

<https://youtube.com/clip/Ugkx9PYoVh6etnRVqijpN4vzpT2nQ2yBeyUj?feature=shared>

Si deseas escucharlo completo para saber la diferencia entre **Investigación de Mercado** y **Estudios de Mercado**, puedes dar click al Mensaje que aparece en la parte superior izquierda que dice: **Mostrar Video Completo**.

Otros temas, como **¿qué es un nicho de mercado?** lo puedes ver en <https://www.shopify.com/es/blog/17173628-que-hacer-para-encontrar-un-nicho-rentable-en-internet-para-el-comercio-electronico>

**Secuencia
didáctica de las
acciones
individuales y en
equipo**

- ✓ El estudiante debe tener claro que, de manera individual, debe indagar y comprender todos los temas de la asignatura antes de iniciar el desarrollo de actividades en equipo.
- ✓ Se extraen las ideas principales de cada tema a investigar y se discute en clase sobre estos puntos con el docente para establecer lo que se comprendió y proceder a la elaboración de entregables.
- ✓ Se revisan los puntos de cada unidad para realizar la investigación documental (individual o en equipo, dependiendo de la metodología de aprendizaje aplicada en el ciclo).
- ✓ Se revisará el documento APA 7ª ed. que se encuentra en "Documentos Comunes" del sitio del docente. Esta actividad debe asegurar la ética del trabajo evitando el plagio (citaciones y referencias).
- ✓ Se utilizan los formatos explicados en el encuadre para la investigación documental (vídeos o archivos) y de campo.
- ✓ Dependiendo del ciclo que se esté cursando se realizará el Semanario (*integrado al documento Apuntes de la asignatura*) indicado dentro de las actividades y tareas solicitadas, sino se llegara a mencionar se omite en las entregas.
- ✓ Se debe revisar la lista de cotejo o rúbrica que evaluará los productos (entregables) para que cumplan los criterios considerados. Al finalizar la tarea, este entregable(s) es autoevaluado en equipo o individual (dependiendo de lo señalado en la tabla concentrada de las actividades y evaluación) con lista de cotejo o rúbrica.
- ✓ Es importante recordar que durante las clases presenciales se participe y que se planteen todas las dudas sobre la realización de la tarea o sobre la comprensión del tema.
- ✓ La estructura de entrega de las tareas será: Portada, índice, introducción (incluye objetivo, alcance y contenido), desarrollo: estructura con títulos y subtítulos, escritura descriptiva, explicativa, analítica e interpretativa agregando



	esquemas, conclusión (aprendizaje obtenido) y referencias (las que se utilizaron solo para indagar la información y de las que se obtuvieron las citas). ✓ Estas tareas, después de terminadas, se convierten a PDF. Ambos documentos (entregables/evidencias y autoevaluación) se convierten a PDF y se suben tanto a <i>Tareas</i> de Microsoft Teams como al <i>PEV</i> en las etapas y fechas correspondiente. ✓ Para el trabajo en equipo se sugieren los siguientes Roles: Liderazgo/P (Plan), analista cualitativo, analista cuantitativo, logística/campo, redacción/visual. ✓ En la investigación de campo la ética aplicada es: importante tomar en cuenta el llenado de formato(s) que evidencie la formalidad del estudio; el consentimiento informado para entrevistas o con otras técnicas aplicadas a los sujetos de estudio; el resguardo de datos; evitar conflictos de interés entre los integrantes y/o sujetos de estudio; el respeto a los tiempos y normas de las organizaciones o entidades de estudio.
Evaluación	Lista de cotejo (explicado en el encuadre de la materia).

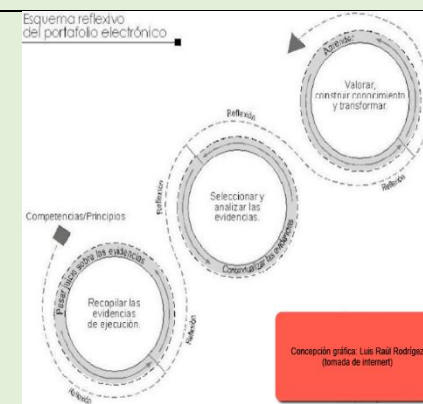
Actividad transversal individual

Apuntes de Investigación de Mercados	
Tema / Contenido Conceptual	Desarrollo de todos los temas que comprenden cada unidad de la asignatura y explicaciones llevadas a cabo por el docente sobre los mismos durante la etapa formativa. Incluyendo el desarrollo de algún proyecto (si es el caso de una clase con la metodología ABP).
Introducción al tema o Clase	La toma de notas es una técnica de estudio que consiste en resumir una información para trabajos escritos o exposiciones. Hacer buenas anotaciones facilita considerablemente el estudio y ayuda de manera decisiva en la comprensión de la materia. Tomar apuntes implica que se presta atención a lo que se explica en clase, permite ser selectivo en la información relevante, organizarla y escribirla adecuadamente para repasar y estudiar. 
Secuencia didáctica	✓ Visualiza el siguiente video antes de iniciar los apuntes https://www.youtube.com/watch?v=8sKQF7Cs0BA



	✓ Esta actividad se inicia desde la explicación del encuadre por parte del docente. Se sugiere descargar el formato en Word del sitio https://mcj308.wixsite.com/ciclos/documentos-comunes del docente, denominado <i>Apuntes de la asignatura</i>. ✓ Este archivo es integrado con los formatos: Semanario/Diario de clase; Reporte de lectura y Reporte de video. Cuando se tenga todo integrado y terminado con los criterios solicitados en la rúbrica, se convertirá a PDF para subirlo a Teams y al PEV. ✓ Se autoevalúa la tarea con la rúbrica y se sube en PDF tanto en Teams como al PEV en la etapa correspondiente. ✓ Revisar que cumpla con los criterios del APA para evitar el plagio,
Evidencia de aprendizaje	Archivo de Apuntes de Mercadotecnia de Servicios (en Word convertido a PDF)
Evaluación	Rúbrica

Portafolio de Evidencias Virtual ³	
Tema / Contenido Conceptual	Conocimiento disciplinar adquirido y proceso de aprendizaje desarrollado durante la etapa formativa.
Introducción al tema o Clase	La importancia del PEV, es que en este se muestran las evidencias de tu desempeño académico en el ciclo. Mediante el proceso reflexivo, contextualizas las evidencias para seleccionar aquellas que mejor representen tu ejecución. Se espera que el producto principal de este proceso reflexivo sea valorar tus experiencias para construir conocimiento y transformar tus prácticas educativas. Para la elaboración de tu PEV requieres recopilar, seleccionar y reflexionar acerca de tus experiencias de aprendizaje significativo con el fin de replantearse y transformar tus ejecutorias. https://sites.google.com/a/upr.edu/portae/etapas-en-tu-portafolio/instrucciones/el-proceso-reflexivo
Secuencia didáctica	✓ El estudiante, desde la etapa de encuadre, aprende la elaboración de su PEV diseñado en la plataforma de wix (www.wix.com) . Para la realización de este y mejorar el proceso de aprendizaje se consulta la página: https://www.youtube.com/watch?v=YNHRUgnikQo



³ El término y diseño del Portafolio de Evidencias Virtual (PEV), surge de un proyecto desarrollado entre el 2018-2020 y coordinado por la Dra. Minerva Camacho Javier.



	✓ El estudiante registrará el link de su PEV en el archivo señalado por el docente en Teams y en la fecha y hora estipulada en el encuadre de la materia. ✓ El estudiante revisa el ejemplo proporcionado por el docente para la estructura del diseño de su PEV. Ver más en https://mcj308.wixsite.com/ciclos/copia-de-02-2019. ✓ Después de elaborada toda la estructura del PEV, el estudiante procura subir en orden sus actividades durante las fechas indicadas, para evitar el estrés del trabajo académico. ✓ Los apartados de Introducción, Reflexión sobre Mi desempeño Académico y Referencias, se llevarán a cabo como una de las últimas actividades a realizar en el PEV y se desarrollarán de acuerdo con los formatos proporcionados y explicados por el docente durante el encuadre de la materia. ✓ El estudiante se autoevalúa con la rúbrica proporcionada y se sube a Teams y al PEV en la etapa correspondiente. ✓ El archivo que se sube a Microsoft Teams (Word convertido a PDF) contendrá: portada, introducción la misma se registrará en el apartado correspondiente dentro del PEV), imagen del PEV y el enlace debajo de esta, reflexión (la misma se registrará en el apartado correspondiente dentro del PEV) y referencias completas (las mismas se registrarán en el apartado correspondiente dentro del PEV).
Evidencia de aprendizaje	PEV del estudiante (archivo en Word convertido a PDF).
Evaluación	Rúbrica

Dra. Minerva Camacho Javier