

UNIVERSIDAD AUTONOMA AGRARIA NATONIO NARRO
DIVISION DE C. SOCIOECONOMICAS
DEPTO. ADMON. AGROPECUARIA

PROGRAMA ANALITICO

FECHA DE ELABORACION : MAYO 1998
FECHA DE ACTUALIZACION : AGOSTO 1998

DATOS DE IDENTIFICACION :

NOMBRE DE LA MATERIA : Investigación de Mercados

CLAVE : ADM 483

NUMERO DE HORAS TEORIA : 3 (Tres)

NUMERO DE HORAS PRACTICA : 2 (Dos)

NUMERO DE CREDITOS : 8 (Ocho)

DEPTO. QUE LA IMPARTE : ADMINISTRACION AGROPECUARIA

CARRERAS EN LAS QUE SE IMPARTE : Lic. en Economía Agrícola y Agronegocios

REQUISITOS : Estadística y Mercadotecnia

OBJETIVO GENERAL :

El curso pretende primordialmente mostrar y enseñar al alumno el manejo de las herramientas propias de la investigación de mercados, tanto las aplicables a productos primarios como secundarios, resaltándose la importancia de primero investigar para producir un satisfactor, o si ya se está produciendo, investigar para rediseñar el producto.

A través de la investigación realizada por el propio alumno en ambos casos de satisfactores, éste desarrollará sus potencialidades de observación, análisis y deducción, y por otra parte estimulará sus habilidades de comunicación, planeación y organización, todas ellas a utilizarse en cursos posteriores al presente.

OBJETIVOS ESPECIFICOS :

El alumno podrá :

- Diseñar y realizar una investigación de mercado para productos primarios y secundarios
- Utilizar las fuentes de información (internas, externas, informales)
- Diseñar herramientas de diagnóstico como encuestas, entrevistas, paneles, etc.
- Analizar e interpretar los resultados de un estudio
- Presentar un informe final de una investigación de mercados

TEMARIO

CAPITULO I. ESEÑARIO GENERAL DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

1. 1 Definiciones
1. 2 Importancia y aplicación
1. 3 El papel de la investigación y el investigador
1. 4 Lo que no hace la investigación de mercados

CAPITULO II. DISEÑO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION DE MERCADOS

- 2.1 El proceso :
 - Definición de la situación o problema
 - Necesidades de información
 - Objetivos de la investigación
 - Tipo de estudio : exploratorio, descriptivo y causal
 - Diseño de las herramientas de diagnóstico
 - Recopilación de información
 - Tabulación y análisis (resultados)
 - Conclusiones e informe final

CAPITULO III. LAS FUENTES DE INFORMACION

- 3.1 Las externas ó primarias
- 3.2 Las internas ó secundarias
- 3.3 Las informales
- 3.4 Las herramientas de diagnóstico
 - Observación
 - Entrevista individual, grupal, telefónica y por correo
 - Encuesta
 - Paneles
 - Simulaciones
 - Pruebas organolépticas
- 3.5 Elaboración del cuestionario :
 - Tipos de preguntas : abiertas, dicotómicas y de opción
 - Aspecto físico del cuestionario

CAPITULO IV. LA MUESTRA

- 4.1 Concepto
- 4.2 Obtención : finita e infinita
- 4.3 Tipos de muestreo :
 - Simple aleatorio
 - Sistemático
 - Estratificado
 - Universal
 - Conveniencia
 - Polietápico

CAPITULO V. LOS RESULTADOS : TABULACION Y ANALISIS

- 5.1 Tabulación simple
- 5.2 Tabulación cruzada
- 5.3 Ji cuadrada
- 5.4 Correlación
- 5.5 Análisis de resultados

CAPITULO VI. EL INFORME FINAL

- 6.1 Tipos de informe : técnico y divulgativo
- 6.2 Componentes de informe

CAPITULO VII. ASPECTOS SOCIALES Y ETICOS EN LA INVESTIGACION DE MERCADOS

CAPITULO VIII. INVESTIGACION DE MERCADOS PARA PRODUCTOS PRIMARIOS

- 8.1 Análisis de demanda
- 8.2 Análisis de oferta
- 8.3 Análisis de precios
- 8.4 Análisis de comercialización
- 8.5 Proyecciones

PROCESOS DE ENSEÑANZA APRENDIZAJE :

- ⇒ Expositivo oral
- ⇒ Discusión dirigida
- ⇒ Análisis de casos
- ⇒ Phillips 66
- ⇒ Proyecto

EVALUACION DEL CURSO :

Exámenes parciales.....	20%
Laboratorios.....	20%
Trabajo final.....	60%
	100%

BIBLIOGRAFIA

BASICA :

WEIERS, R.M. Investigación de Mercados. 1986. 1ª Edición. Editorial Prentice Hall. México.
FISHER, L.A. Investigación de Mercados. 1996. 2ª Edición. Limusa. México.
LEHMANN, D.R. Investigación y Análisis de Mercados. 1993. 1ª Edición. C.E.C.S.A. México.
CALDENTY, A.C. Y GOMEZ, M.C. Economía de los Mercados Agrarios. 1993. 1ª Edición.
Ediciones Mundi Prensa.
PLATE, R. Política de Mercados Agrarios. 1970. Editorial Academia.

COMPLEMENTARIA :

Revista Claridades Agropecuarias
Boletines de Fira Num. 247 y 258
Boletines de Bancomext sobre investigación de mercados
Tesis de Posgrado.

PROGRAMA ELABORADO POR :

M.A. DULCE ELIZABETH DAVILA FLORES

PROGRAMA REVISADO POR :