UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE: CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE: Economía

MODALIDAD PRESENCIAL

SÍLABO

ESTUDIO DE MERCADO

NIVEL

CUARTO

AMBATO - ECUADOR
2026

I. INFORMACIÓN GENERAL

<table>
<tr><td colspan="3">Nombre de la asignatura
ESTUDIO DE MERCADO
Carrera
Economía</td></tr>
<tr><td>Código UTA-FCAUD-EC-MP-UP-04-03</td><td colspan="2">PRERREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Modalidad
PRESENCIAL</td><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td colspan="3">Unidad organizacional curricular
PROFESIONAL</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Créditos/Horas
3
Nivel
CUARTO</td><td colspan="2">CORREQUISITOS</td></tr>
<tr><td>Asignatura</td><td>Código</td></tr>
<tr><td colspan="3">CARGA HORARIA</td></tr>
<tr><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por semana
3</td><td>Componente de aprendizaje en contacto con el docente por ciclo académico
48</td><td>Componente de aprendizaje práctico experimental, componente de aprendizaje autónomo
96</td></tr>
<tr><td>Horas de tutoría académica semanales
1</td><td>Horas de tutoría presenciales por ciclo académico
16</td><td>Horas de tutorías virtuales por ciclo académico
0</td></tr>
</table>

TOTAL DE HORAS DE APRENDIZAJE EN EL CICLO DE ESTUDIOS

Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semanal	3
Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral	48
Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo	96
TOTAL DE HORAS AL SEMESTRE (Número de horas del componente de aprendizaje en contacto con el docente semestral + Número de horas del componente de aprendizaje práctico experimental y componente de aprendizaje autónomo.)	144

III DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

Propósito La asignatura contribuye de manera significativa a la gestión empresarial, toda decisión económica y financiera, debe basarse en datos y hechos, el estudio de mercado, es la herramienta adecuada para recolectar y analizar información que sustente toda decisión, así la gestión de la pequeña, mediana y gran empresa, se orienta de manera efectiva a conseguir los objetivos fundamentales de utilidades y crecimiento.

Descripción de la asignatura La asignatura de estudio de mercado se distribuye en cinco unidades curriculares, las cuales generan un aprendizaje progresivo del alumno, a través de la aplicación de metodologías activas y colaborativas. En la primrea unidad el estudiante podrá explicar la definición y aplicaciones de la investigación de mercados, a través de la revisión bibliográfica y análisis de casos; revisada la segunda unidad el estudiante estará en capacidad de definir el problema de investigación, utilizando fuentes de información, investigación exploratoria y descriptiva para orientar esfuerzos a la sustentación de problemas socioeconómicos y empresariales, en la tercera unidad el estudiante podrá formular el diseño de la investigación cualitativa y cuantitativa, mediante el análisis del problema que permita orientar adecuadamente el trabajo de investigación; la cuarta unidad le permitirá determinar la población de estudio, muestra y técnicas de muestreo a través del análisis de facilidades de acceso a la información y disponibilidad de recursos, garantizando la confiabilidad de los resultados; finalmente en la quinta unidad el estudiante estará en capacidad de procesar y analizar datos, a través del uso de técnicas estadísticas, para presentar el informe de investigación con el fin de que se tomen decisiones sustentadas

Objetivo general de la asignatura Aportar a la formación teórica del economista en el campo profesional, dotándole de conocimientos para desarrollar planes de investigación de mercado mediante diferentes técnicas de investigación que facilite la toma de decisiones en la empresa.

Objetivos específicos de la asignatura

1.-Explicar la definición y aplicaciones de la investigación de mercados, a través de la revisión bibliográfica y análisis de casos para generar bases teóricas sólidas

2.-Definir el problema de investigación de mercado,utilizando fuentes de información, investigación exploratoria y descriptiva, para orientar los esfuerzos a la sustentación de problemas socioeconómicos y empresariales.

3.-Formular el diseño de la investigación cualitativo y/o cuantitativo, mediante el análisis del problema que permita orientar adecuadamente el trabajo de investigación

4.-Determinar población de estudio, muestra y técnicas de muestreo, a través del análisis de facilidades de acceso a la información y disponibilidad de recursos a fin de garantizar confiabilidad en los resultados.

5.-Procesar y analizar datos, a través del uso de técnicas estadísticas, para presentar el informe de investigación con el fin de que se tomen decisiones sustentadas.

NOTA: Las horas de tutoría académica no se suman, por lo tanto no se incluyen dentro de las horas totales del semestre

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.1	Explicar la definición y aplicaciones de la investigación de mercados, a través de la revisión bibliográfica y análisis de casos para generar bases teóricas sólidas			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
1.1.- Introducción a la investigación de mercados	3	2	4	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Control de lectura
1.2.- El proceso de investigación	3	2	4	Trabajos y ejercicios en clases Ensayos Control de lectura
SUBTOTAL HORAS	6	4	8	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Explica la definición de investigación y su aplicación a través de la exposición y contrastación de distintos autores
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso
Estrategias educativas : Elaboración de mapas conceptuales, Talleres, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.2	Definir el problema de investigación de mercado,utilizando fuentes de información, investigación exploratoria y descriptiva, para orientar los esfuerzos a la sustentación de problemas socioeconómicos y empresariales.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
2.1.- Importancia	3	2	4	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Control de lectura
2.2.- Componentes del enfoque	3	2	4	Pruebas de Diagnostico Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Control de lectura
SUBTOTAL HORAS	6	4	8	**TOTAL HORAS:** 18

Resultados de aprendizaje: Define el problema de investigación, a través del uso de fuentes de información secundarias, bases de datos, información pública de fuentes oficiales.
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso
Estrategias educativas : Elaboración de mapas conceptuales, Resolución de problemas, Manejo de base de datos y acerbos bibliográficos, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.3	Formular el diseño de la investigación cualitativo y/o cuantitativo, mediante el análisis del problema que permita orientar adecuadamente el trabajo de investigación			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
3.1.- Diseño de la investigación: clasificación	6	4	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Control de lectura
3.2.- El diseño de la investigación cualitativa	6	4	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Control de lectura
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Formula el diseño de investigación cuantitativo y/o cualitativo, a través del análisis del enfoque: marco objetivo-teórico y modelo analítico
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso
Estrategias educativas : Elaboración de mapas conceptuales, Orientación para estudio de casos, Manejo de base de datos y acerbos bibliográficos, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico, La resolución de conflictos, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.4	Determinar población de estudio, muestra y técnicas de muestreo, a través del análisis de facilidades de acceso a la información y disponibilidad de recursos a fin de garantizar confiabilidad en los resultados.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
4.1.- Población	6	4	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Control de lectura
4.2.- La muestra	6	4	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Control de lectura
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Determina la población meta de estudio y obtiene una muestra técnicamente, meidnate la aplicación de fórmulas t técnicas de selección de muestras
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso
Estrategias educativas : Orientación para estudio de casos, Resolución de problemas, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Generación de datos y búsqueda de información
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Comunicación asertiva, Pensamiento crítico, La resolución de conflictos, Responsabilidad

IV PROGRAMA DE ESTUDIOS DE LA ASIGNATURA

U.5	Procesar y analizar datos, a través del uso de técnicas estadísticas, para presentar el informe de investigación con el fin de que se tomen decisiones sustentadas.			
Unidades temáticas	**Horas Clase / Componente de aprendizaje en contacto con el docente**	**Componente de aprendizaje práctico experimental.**	**Componente de aprendizaje autónomo incluidas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad**	**Instrumentos de evaluación**
5.1.- Procesamiento y análisis	6	4	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Trabajos y ejercicios en clases Pruebas escritas de la unidad Control de lectura
5.2.- Presentación del informe	6	4	8	Trabajos o tareas realizadas fuera de clases Pruebas escritas de la unidad Control de lectura
SUBTOTAL HORAS	12	8	16	**TOTAL HORAS:** 36

Resultados de aprendizaje: Procesa, analiza los datos utilizando técnicas estadísticas y mediante la exposición ordenada y estructurada de datos presenta un informe escrito
Metodología de enseñanza : Aprendizaje Basado en Problemas, Métodos de caso
Estrategias educativas : Elaboración de mapas conceptuales, Resolución de problemas, Lectura, análisis y comprensión de materiales bibliográficos y documentales, Trabajos y exposiciones
Recursos didácticos : Otros, Marcadores, Proyector, Audiovisuales, Internet, Inteligencia Artificial: Aula virtual
Habilidades Blandas : Trabajo en equipo, Responsabilidad

V ESCENARIOS DE APRENDIZAJE (REAL, VIRTUAL, ÁULICO)

El escenario de aprendizaje del presente sÃlabo es aÃºlico donde se tamarÃ¡n en cuenta los espacios de interacciÃ³n; en este proceso de enseÃ±anza aprendizaje profesor - alumno, alumno - alumno: InformaciÃ³n: aquÃ se ubicarÃ¡n la indicaciones del docente a los estudiantes para lograr una eficiencia en el proceso de aprendizaje. ProducciÃ³n: en este espacio se elabora el producto de aprendizaje que es la muestra de lo aprendido y exhibiciÃ³n: en Ã©sta etapa se deberÃ¡ conocer el producto resultante del proceso de aprendizaje que se puede dar dentro del aula o fuera de ellla.

Aprobado

VI CRITERIOS NORMATIVOS PARA LA EVALUACIÓN

Objetivos específicos	Evaluación diagnóstica (Conocimientos previos)	Evaluación formativa (Grado de logro de destrezas)	Evaluación sumativa (valorar los objetivos generales alcanzados y el logro de destrezas)
1.- Explicar la definición y aplicaciones de la investigación de mercados, a través de la revisión bibliográfica y análisis de casos para generar bases teóricas sólidas	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación con reactivos
2.- Definir el problema de investigación de mercado,utilizando fuentes de información, investigación exploratoria y descriptiva, para orientar los esfuerzos a la sustentación de problemas socioeconómicos y empresariales.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación con reactivos
3.- Formular el diseño de la investigación cualitativo y/o cuantitativo, mediante el análisis del problema que permita orientar adecuadamente el trabajo de investigación	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación con reactivos
4.- Determinar población de estudio, muestra y técnicas de muestreo, a través del análisis de facilidades de acceso a la información y disponibilidad de recursos a fin de garantizar confiabilidad en los resultados.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación con reactivos
5.- Procesar y analizar datos, a través del uso de técnicas estadísticas, para presentar el informe de investigación con el fin de que se tomen decisiones sustentadas.	Preguntas de sondeo sobre la Unidad	RÚBRICA	Evaluación con reactivos

VII BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Jiménez, Sergio	2022	Investigación y recogida de información de mercados	2	IC Editorial	España Antequera	1	247	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Esta obra contemporánea, brinda información sobre la investigación y recogida de información de mercados, desde los conceptos básicos, hasta procedimientos y herramientas necesarias para el investigador dando un aporte para conocer el mercado objetivo.							
URL:	https://0x102ppga-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/227703							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Villegas, Verónica	2015	Investigación de mercados cualitativos y cuantitativos	1	Delta Publicaciones	México México Distrito Federal	1	168	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Este libro sintetiza los conceptos de la Investigación de Mercados para estudiantes, profesionales y personas que se dedican a las relaciones comerciales, administración, desarrollo empresarial de negocios, empresarios, personas que cuenten con un negocio							
URL:	https://0x102ppgh-y-https-elibro-net.itmsp.museknowledge.com/es/lc/uta/titulos/170066							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais o Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Rosendo, Verónica	2018	Investigación de mercados	1 ed.	Esic Editorial	España Madrid	1	358	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Esta obra contemporánea, le da al estudiante y profesional una visión clara de la investigación de mercados, partiendo del concepto y proponiendo casos prácticos le da una guía práctica para desarrollar investigaciones de mercado, el contenido aporta al e							
URL:	https://0x104ppgl-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/investigacion-de-mercados-1620231617?location=eyJjaGFwdGVySHJlZiI6ImJvZHkwMDAiLCJjZmkiOiIvNC8yLzIifQ==							

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Paris, José	2018	Marketing estratégico	1	Alfaomega	Colombia Bogotá	1	433	Virtual
Código/Ubicación base de datos:								
Comentario:	Se trata de una obra contemporánea muy actual que aborda la estrategia, fundamental para el desarrollo organizacional. El contenido aporta al estudio de la unidad 1							
URL:	https://0x104ppgl-y-https-www-alphaeditorialcloud-com.itmsp.museknowledge.com/reader/marketing-estrategico?location=1							

Autores	Año	Título	Nro Edición	Editorial	Pais/Ciudad	Nro Ejemplares	Nro Páginas	Tipo
Sanabria Araya, Fabio	2018	Investigación de mercados:	1a edición	Ecoe Ediciones	Bogotá	1	298 páginas	Físico
Código/Ubicación base de datos:	5362i							
Comentario:	Esta obra contemporanea permite conocer: 1. Generalidades del proceso de investigación de mercados.-- 2. El papel del modelo de sistema de mercadeo en la investigación de mercados.-- 3. Definición y planteamiento del problema de investigación de mercados.							
URL:								