



<p style="text-align: center;"><b>UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS Y FORESTALES</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>PROGRAMA ANALÍTICO DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE:</b></p> <p style="text-align: center;"><b>INVESTIGACION DE MERCADOS</b></p>	<b>DES:</b>	<b>AGROPECUARIA</b>
	<b>Programa(s) académico(s)</b>	Licenciatura en Administración de Agronegocios
	<b>Tipo de MATERIA:</b> <i>Obligatoria / Optativa</i>	Obligatoria
	<b>Clave de la Materia:</b>	AG316
	<b>Semestre:</b>	Tercero
	<b>Área en plan de estudios (B,P,E,O):</b>	Específica
	<b>Total de horas por semana:</b>	6
	<i>Teoría: Presencial o virtual</i>	4
	<i>Laboratorio o Taller:</i>	0
	<i>Prácticas</i>	0
	<b>Trabajo extra-clase:</b>	2
	<b>Créditos totales:</b>	6
	<b>Total de horas por semestre (x 16 semanas)</b>	96
	<b>Fecha de actualización:</b>	Noviembre 2024
<b>Prerrequisito (s):</b>	Mercadotecnia	
<b>Elaborado por:</b>	Dra. Jerónima Antonieta Pérez M.A. Janeth González M.A. Hugo Alberto De la O Martínez	

#### DESCRIPCIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE/ CURSO:

Al finalizar el curso el estudiante debe ser capaz de planificar, recopilar, analizar e interpretar datos utilizando técnicas y herramientas eficientes para transformarlos en información de calidad, generando estrategias mercadológicas para la toma de decisiones en empresas agropecuarias y forestales, mostrando una actitud de liderazgo, trabajo en equipo, emprendedora y de responsabilidad al servicio de la sociedad.

Busca preparar a los estudiantes con habilidades prácticas para realizar investigaciones de mercados efectivas, brindándoles la capacidad de tomar decisiones estratégicas informadas en el ámbito del marketing y la gestión empresarial de los agronegocios.

## COMPETENCIAS A DESARROLLAR:

**CG4. TRANSFORMACIÓN DIGITAL.** Transforma la cultura digital en la sociedad, en las organizaciones e instituciones educativas para aprovechar al máximo el potencial de las tecnologías y herramientas digitales, con responsabilidad y ética solidaria; propicia su uso responsable y ético que estimule la creatividad, innovación, la comunicación efectiva y el trabajo colaborativo y transdisciplinar en la solución de problemas de la sociedad digital; promoviendo la privacidad y la seguridad, así como el respeto a los derechos de autor y la propiedad intelectual.

**CP3. PENSAMIENTO LÓGICO Y MATEMÁTICO.** Conoce y comprende matemáticas, cálculo y estadísticas elementales en función de la construcción de las nociones lógicas que le permitan seleccionar las técnicas adecuadas para calcular, representar e interpretar la realidad a partir de la información disponible.

**CE2. MARKETING AGROPECUARIO** Diseña planes de mercadotecnia a través de investigaciones que identifiquen el segmento de mercado, así como el sistema comercial de la empresa que permita detectar las oportunidades de mercado nacionales e internacionales, generando estrategias competitivas en los agronegocios.  
Genera estrategias de marketing efectivas y específicas del sector, utilizando las herramientas de automatización en la compra y venta de insumos, productos y servicios agropecuarios.

**CE12. ESTRATEGIAS DE INVESTIGACIÓN AGROPECUARIAS.** Desarrolla investigación original, tecnología y/o innovaciones en procesos, servicios o productos que contribuyan a la solución de problemas, mejoren la convivencia, generen oportunidades para el desarrollo sustentable y propicien una mejor calidad de vida.

## HABILIDADES BLANDAS A DESARROLLAR:

Trabajo colaborativo, proactividad, emprendimiento, toma de decisiones, capacidad de adaptación al cambio, comunicación, compromiso y solidaridad.

<b>DOMINIOS</b>	<b>OBJETOS DE ESTUDIO</b> (Contenidos organizados por temas y subtemas)	<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b>	<b>METODOLOGÍA</b> (Estrategias, recursos didácticos, secuencias didácticas...)	<b>EVIDENCIAS</b>
<b>CE2.5</b> Realiza investigación de mercado en los agronegocios. <b>CE12.4</b> Elabora análisis de información en datos secundarios y	<b>OBJETO DE ESTUDIO 1</b> <b>Introducción y Diseño de la Investigación</b> 1.1 Concepto y Evolución de la investigación de mercados. 1.2 Definición del problema de Investigación y	1.1 Define y clasifica la investigación de mercados identificando el procedimiento operacional. 1.2 Analiza y comprende el proceso de la definición del problema y describe el desarrollo del	Encuadre: presentación del docente y de los estudiantes, programa, reglas de grupo, diagnóstico. 1.1 Exposición del docente.	Entrega de manera individual el diseño de cuestionario en formato Word Con aplicación de la prueba piloto.

<p>primarios en proyectos de investigación con la formalidad requerida</p> <p><b>CE12.3</b> Elabora procesos metodológicos para el desarrollo de investigación acordes con el planteamiento del problema y los objetivos de la investigación.</p> <p><b>HB:</b> Toma de decisiones Capacidad de adaptación al cambio</p>	<p>desarrollo del enfoque</p> <p>1.3 Diseño de la investigación</p> <p>1.3.1 Investigación exploratoria</p> <p>1.3.2 Investigación descriptiva</p> <p>1.3.3 Investigación causal</p> <p>1.4 Medición y Escalamiento</p> <p>1.5 Tipos de investigación de mercados</p> <p>1.6 Diseño del cuestionario</p>	<p>enfoque del problema junto con sus componentes. Explica la estructura de un problema de investigación.</p> <p>1.3 Describe los elementos del diseño de la investigación y sus componentes y explica la formulación de una propuesta de investigación de mercado.</p> <p>1.4 Analiza e interpreta los términos de medición y escalamiento y comprende las cuestiones éticas en la selección de escalas de medición.</p> <p>1.5 Analiza los distintos tipos de investigación de mercado</p> <p>1.6 Elabora un cuestionario según la definición del problema de la investigación</p>	<p>1.2 Lectura comentada del capítulo y Método expositivo del profesor</p> <p><i>Método de caso:</i> Análisis de un caso integrador de manera participativa y comentarlo en plenaria para integrar las ideas más relevantes.</p> <p>1.4 Realiza de forma individual la lectura del capítulo. Comenta el análisis con tus compañeros</p> <p>1.5 Exposición de la interrelación del diseño del cuestionario y la medición y escalamiento</p>	
<p><b>CE3.14</b> Desarrolla habilidades efectivas de comunicación verbal y no verbal</p> <p><b>CP3.4</b> Analiza cuantitativa y cualitativamente datos empleando software y herramientas digitales.</p> <p><b>HB:</b> Toma de decisiones</p>	<p><b>OBJETO DE ESTUDIO 2</b> <b>Muestreo</b></p> <p>2.1 Concepto</p> <p>2.2 Diseño y procedimientos de muestreo</p> <p>2.3 Determinación del tamaño de la muestra</p>	<p>2.1 Comprende la definición de muestra y analiza el proceso de muestreo.</p> <p>2.2 Describe y Clasifica las técnicas de muestreo. Identifica y selecciona mediante argumentos válidos para la investigación un tipo de muestreo.</p> <p>2.3 Determina el tamaño de la muestra según especificaciones, con respecto a una población identificando el método de muestreo más apropiado según la investigación a realizar.</p>	<p>Técnica expositiva conceptual y procedimental y explicación de solución de casos.</p>	<p>Determina el tamaño de la muestra para una investigación</p>

Capacidad de adaptación al cambio				
<p><b>CP3.2</b> Procesa y organiza datos para transformarlos en información útil en la toma de decisiones.</p> <p><b>CP3.3</b> Analiza y evalúa bases de datos y la información relevante contenida en ellas para el desarrollo de modelos matemáticos.</p> <p><b>CP3.4</b> Analiza cuantitativa y cualitativamente datos empleando software y herramientas digitales.</p> <p><b>CG4.1</b> Desarrolla habilidades digitales de forma crítica que impacten positivamente en la vida cotidiana y en las organizaciones e instituciones para la comunicación efectiva en entornos digitales.</p>	<p><b>OBJETO DE ESTUDIO 3</b> <b>Recolección, preparación y Procedimientos de análisis de los datos</b></p> <p>3.1 Trabajo de Campo 3.2 Preparación de los datos 3.3 Análisis de datos 3.3.1 Distribución de frecuencias 3.3.2 Tabulación cruzada 3.3.3 Prueba de hipótesis 3.3.4 Análisis de varianza y Covarianza 3.3.5 Correlación y Regresión 3.3.6 Análisis discriminante 3.3.7 Análisis Factorial 3.3.8 Análisis de conglomerados 3.3.9 Análisis en conjunto</p>	<p>3.1 Explica el proceso y validación del trabajo de campo. Analiza la capacitación requerida para los trabajadores de campo y evalúa la supervisión requerida en este aspecto.</p> <p>3.2 Interpreta y clasifica la naturaleza y el alcance del proceso de preparación de los datos. Describe los lineamientos para codificar cuestionarios. utiliza el proceso de depuración de los datos describiendo la estrategia a seguir para el análisis de éstos.</p> <p>3.3 Describe y Clasifica los procedimientos de análisis de datos. Identifica y selecciona mediante argumentos válidos para la investigación un tipo de análisis de datos. Interpreta y Describe el análisis de datos utilizando la prueba de hipótesis para la muestra seleccionada.</p>	<p>Técnica expositiva y explicación en pizarrón</p> <p>Mediante la técnica expositiva se asignan cada uno de los temas del objeto de estudio con complementación en clase por parte del profesor.</p>	<p>Entrega en plataforma el documento de PowerPoint de la exposición.</p>

<p><b>HB:</b> Comunicación y compromiso y solidaridad</p>				
<p><b>CE12.6</b> Interpreta resultados estadísticos obtenidos para formular estrategias</p> <p><b>CE12.7</b> Genera nuevo conocimiento que contribuye a la solución de problemas.</p> <p><b>CG4.1</b> Desarrolla habilidades efectivas de comunicación verbal y no verbal</p> <p><b>HB:</b> Capacidad de adaptación al cambio, emprendimiento y proactividad</p>	<p><b>OBJETO DE ESTUDIO 4 Preparación y Presentación del informe</b></p> <p>4.1 Importancia del informe y la presentación</p> <p>4.2 El proceso de preparación y presentación del informe</p> <p>4.3 Formato del informe</p> <p>4.4 Presentación oral</p> <p>4.5 Seguimiento de la investigación</p>	<p>4.1 identifica y explica la importancia de elaborar un informe y presentación de la investigación realizada.</p> <p>4.2 Comprende y el proceso de preparación y presentación del informe.</p> <p>4.3 Analiza y explica el procedimiento para elaborar el informe escrito.</p> <p>4.4 Analiza y comprende el diseño de la presentación oral</p> <p>4.5 diseña un informe escrito, la presentación oral y el seguimiento de la implementación en la toma de decisiones.</p>	<p>Mediante la técnica expositiva y explicación en el pizarrón</p>	<p>Entrega del informe de la investigación de mercados. Expone su trabajo integrado por equipos.</p>

<p align="center"><b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b> (Bibliografía, direcciones electrónicas)</p>	<p align="center"><b>EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES</b> (Criterios, ponderación e instrumentos)</p>
<p align="center"><b>OBJETO DE ESTUDIO 1.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Malhotra (2008). Investigación de Mercados. México, 5ª Ed. Prentice Hall.</li> <li>○ Benassini (2001). Introducción a la Investigación de Mercados: Un Enfoque para Latinoamérica, Ed. Prentice Hall, México.</li> <li>○ Fernández (2004). "Investigación y Técnicas de Mercado" Esic</li> <li>○ Báez, (2007): "Investigación Cualitativa", Esic.</li> <li>○ Díaz (2005). "Diseño y elaboración de Cuestionarios para la Investigación Comercial", Esic,</li> </ul>	<p>Diseño de cuestionario 40%</p> <p>Prueba piloto 40%</p> <p>Examen 30%</p>



<b>EVALUACION FINAL</b>																			X

**Criterios SEAES**

- Compromiso con la Responsabilidad Social
- Excelencia
- Vanguardia
- Innovación Social