

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	Investigación de Mercados	Resultado de aprendizaje de la asignatura:	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de diseñar y realizar una investigación de mercados aplicada a una empresa.
Periodo	5	EAP	Administración y Marketing

COMPETENCIA	CRITERIOS	ESPECIFICACIÓN DEL NIVEL DE LOGRO	NIVEL
Dirección estratégica e innovación Formula objetivos y diseña estrategias con visión holística e integral mediante procesos de prospectiva estratégica y el aprovechamiento de tecnologías para la innovación y compromiso con el desarrollo sostenible.	Formulación de objetivos	Formula objetivos organizacionales mediante procesos de prospectiva estratégica.	2
	Fundamentos de administración	Explica y describe teorías de la administración.	2
Gestión Organizacional Analiza y evalúa las funciones de marketing, finanzas, contabilidad y recursos humanos aplicando herramientas e instrumentos de gestión, en organizaciones públicas o privadas.	Herramientas de análisis y gestión	Explica y analiza las diversas herramientas e instrumentos de gestión de las áreas funcionales.	2
	Marketing	Identifica necesidades en los consumidores que constituyen oportunidades de negocios, sobre la base de la investigación de mercados; analiza estrategias de marketing estratégico y marketing operativo.	2
Planeamiento de Marketing Diseña y sustenta un plan estratégico de marketing basado en el análisis de la información de la empresa, del sector y estudios de investigación de mercados con objetivos, estrategias y programas de marketing coherentes.	Análisis de la información de marketing	Explica la información clave de la empresa, del entorno y de la industria.	2
	Investigación de mercados	Diseña el proceso de investigación de mercados, identificando el problema a investigar, sobre la base de las necesidades de información.	2
	Formulación de objetivos y estrategias de marketing	Formula objetivos de marketing medibles, así como estrategias de marketing de segmentación y posicionamiento, coherentes con los objetivos.	2
	Marketing mix	Analiza programas de marketing de producto, precio, distribución y comunicación coherentes con las estrategias de marketing.	2

Unidad 1	Nombre de la unidad:	Conceptos, fines y aplicaciones de la investigación de mercados	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de explicar los fundamentos y el alcance de una investigación de mercados para la toma de decisiones en el mundo empresarial.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Videoclases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología	

Las actividades de aprendizaje autónomo en el aula virtual son las realizadas por el estudiante. Cada semana, el docente tiene el rol de monitorear, supervisar, evaluar y retroalimentar estas actividades, además de atender los foros y las comunicaciones generadas en el aula virtual.

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

1	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación del docente y estudiantes - Presentación de la asignatura (silabo) - Prueba de entrada 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de dinámicas activas el docente y los estudiantes se presentan asertivamente. - Comparten expectativas (con dinámicas participativas y activa) docente y estudiantes respecto al desarrollo de la asignatura (silabo y demás) - Aplicación de la evaluación individual objetiva. - C: El docente aplica la estrategia de lluvia de ideas sobre las expectativas de la asignatura. Solución de preguntas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes interactúan sobre la organización cognitiva, metodológica y de evaluación del silabo. - Desarrollan la evaluación diagnóstica para evidenciar sus saberes previos. - Los estudiantes señalan sus expectativas con respecto a la asignatura y se evalúa la viabilidad de su ejecución. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión del silabo - Revisión de las PPT de la semana - Práctica 1: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual.
	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Dinámica: Tarjetas de Toma de Decisiones - Conceptos y definiciones - Fines y aplicaciones de la investigación de mercados. - Factores que aceleran la aplicación de la investigación de mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - Se ejecuta una dinámica para introducir al tema. - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se visualiza un video para activar la motivación sobre ¿Por qué es importante hacer un estudio de mercado? y los estudiantes a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia al tema. https://www.youtube.com/watch?v=LxQtLNvJwJM - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes reconocen la importancia de la investigación de mercados en la toma de decisiones. 	Clase magistral activa	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica 1: El rol de la investigación de mercados en las decisiones estratégicas de marketing. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la práctica a desarrollar - D: Revisa con los estudiantes el caso y propone un tiempo para su desarrollo. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Estudio de casos	
2	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Tendencias en de investigación Mercados. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: El docente ejecuta un ejercicio de hilo conductor con la sesión anterior. - D: A través de un ppt se explica el tema de la sesión, y se visualiza un video para motivar la participación de los alumnos en el desarrollo del tema. https://www.youtube.com/watch?v=DDedJ6fLeR4 - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes reconocen las principales tendencias de la investigación de mercados. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2T	- El proceso de investigación de mercados.	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. - D: A través de un ppt se explica el tema - Se presenta el video del caso "La Moradita" y los estudiantes a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en relación al caso en mención. https://www.youtube.com/watch?v=oDAhyOa68kQ - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes participan activamente de la discusión en torno a los casos presentados. - Los estudiantes conocen los principales errores en el proceso de investigación de mercados.	Clase magistral activa	
	2P	- Fuentes de errores en el Proceso de investigación de Mercados. - Cuestionario en @Evaluados	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión. - D: A través del juego de cartas de "BreakResearch" se desarrollan los contenidos relacionados al tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes participan activamente del juego "BreakResearch". - Los estudiantes conocen los principales errores en el proceso de investigación de mercados.	Gamificación	
3	2T	- Fase 1: Formulación del problema a investigar - Etapa 1_Estudio del Entorno. - Fuentes Secundarias y primarias de información.	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes participan activamente de la discusión en torno a los casos presentados.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - Práctica 2: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual.
	2T	- La Auditoria Comercial: Herramienta clave para el estudio del entorno. - Preguntas estratégicas en la Auditoria Comercial.	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema - Se presenta el video del tema "Auditoria Comercial: herramienta previa de investigación de mercados" y los estudiantes a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en relación a lo visto. https://web.facebook.com/cidemcontinental/videos/591502428138014/ - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes participan activamente de la discusión en torno al video presentado.	Clase magistral activa	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Problemas frecuentes en las MyPEs detectados por la Auditoría Comercial. - Práctica 2: Análisis de Caso: Textil Camilo. - Cuestionario en @Evaluados 	<ul style="list-style-type: none"> - I: I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la práctica a desarrollar - D: Revisa con los estudiantes el caso y propone un tiempo para su desarrollo. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Estudio de casos	
4	2T	<ul style="list-style-type: none"> - La Matriz de Vester: Herramienta para priorizar problemas. Aplicación en caso. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema - Se propone la aplicación de la herramienta en un caso puntual. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes participan en la aplicación práctica de la Matriz de Vester en un caso tipo. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Consolidado 1.
	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Formulación del problema a investigar: Etapa 2 Traducir el problema del decisor en problema de investigación. - Formulación del problema a investigar: Etapa 3 Operativizar el problema de investigación. - Definición del sujeto de investigación. - Definición de objetivos. - Operativización de un problema de investigación. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se formulan preguntas y los estudiantes a través de lluvia de ideas manifiestan su opinión. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes resuelven y analizan en equipo el caso propuesto y proponen una solución. 	Clase magistral activa	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidado 1: Exposición por equipos del reto de investigación identificado. - Cuestionario en @Evaluados 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se menciona a los equipos la dinámica a seguir para la exposición, - D: Evalúa de acuerdo a la rúbrica del PA1 lo presentado por los equipos. - C: Con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. <p>C1 -SC1 Exposición grupal del proyecto de investigación / Rúbrica de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes presentan de manera grupal su propuesta de investigación. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Estudio de casos	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 2		Nombre de la unidad:	Investigación Cualitativa	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar una investigación cualitativa creativamente.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Videoclases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
5	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Fase 2: Diseño de la investigación exploratoria tipos, metodología y ejemplos. - Criterios técnicos para la elaboración de proyectos de investigación cualitativa. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se revisan ejemplos de proyectos de investigación cualitativa. - Se solicita la revisión de casos tipo para reforzar los contenidos. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes formulan preguntas en torno a los ejemplos desarrollados en clase. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Práctica 3: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual. 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica cualitativa: Entrevista en profundidad: Definición y utilidad. - Etapas en una entrevista en profundidad. - Aciertos y desaciertos en la aplicación de la técnica de entrevistas en profundidad. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. Se presenta el video del tema "Aciertos y desaciertos en la entrevista en profundidad" y los estudiantes a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en relación a lo visualizado. https://youtu.be/MIWiPuH4m2E https://youtu.be/IBQj3bMYPWU - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes resuelven grupalmente los ejercicios de diseño muestral para sesiones de grupo. 	Clase magistral activa	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Consideraciones para elaborar una pauta de entrevista. - Práctica 3: Elaboración de una pauta de entrevista. - Cuestionario en @Evaluados 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la práctica a desarrollar - D: Se propone una práctica en torno al diseño de una guía de sesión de grupo en equipos y da tiempo para su ejecución. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Aprendizaje colaborativo	
6	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica cualitativa: Sesión de grupo: Concepto y usos. - Etapas en una sesión de grupo. - Sesiones de grupo on line. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes responden y formulan preguntas en torno al video presentado. - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. 	Clase magistral activa	
	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño muestral en sesión de grupo. Aplicaciones. - Consideraciones para elaborar una pauta de sesión de grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se propone la resolución de ejercicios de forma individual. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes responden y formulan preguntas en torno al video presentado. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Práctica 4: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica 4: Elaboración de una guía de sesión de grupo para el reto de investigación definido. - Cuestionario en @Evaluados 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. - D: Se propone una práctica en torno al diseño de una pauta de entrevista. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

7	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Técnicas Projectivas: Concepto. - Clasificación de técnicas Projectivas. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se ejecutan dinámicas donde los alumnos vivencian diversas técnicas proyectivas. - Se propone una tarea de ejercicios con técnicas proyectivas. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes participan de dinámicas de técnicas proyectivas. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Práctica 5: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual.
	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Principales usos de las técnicas proyectivas. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se califica la presentación de los equipos. - C: Se brinda la retroalimentación a cada uno de los equipos sobre los trabajos realizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes en equipos presentan sus proyectos de investigación cualitativa. 	Aprendizaje orientado a proyectos	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica 5: Ejercicios con Técnicas Projectivas. - Cuestionario @Evaluados en 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. - D: Se propone una práctica en torno al diseño de consignas para aplicaciones de técnicas proyectivas. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Aprendizaje experiencial	
8	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño de investigación descriptivo. - Técnica cualitativa: Etnografía y la observación participante. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se visualiza un video para activar la motivación sobre "Estudio etnográfico: hábitos alimenticios" y los estudiantes a través de la lluvia de ideas, manifiestan sus opiniones en referencia al tema. https://www.youtube.com/watch?v=hsz3h53by8o - Se propone la lectura "El enfoque de la observación" como tarea para la siguiente sesión. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. <p>C1 – SC2 Evaluación individual teórica /Prueba mixta</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes responden y formulan preguntas en torno al video presentado. - Los estudiantes conocen las principales aplicaciones de la técnica de observación. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Prueba parcial

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2T	<ul style="list-style-type: none"> Técnica del comprador misterioso Consideraciones para diseñar y aplicar un estudio utilizando la técnica del comprador misterioso. 	<ul style="list-style-type: none"> I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión D: A través de un ppt se explica el tema. Se visualiza un video para activar la motivación sobre "El comprador misterioso" https://www.youtube.com/watch?time_continue=3&v=e8vB02-R0ns&feature=emb_logo C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. Los estudiantes responden y formulan preguntas en torno al video presentado. Los estudiantes conocen las principales aplicaciones de la técnica del comprador misterioso. 	Clase magistral activa	
	2P	EVALUACIÓN PARCIAL Exposición del informe de investigación cualitativa / Rúbrica de evaluación	<p>Se presentan los resultados de la aplicación de técnica cualitativa: Entrevista en profundidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> I: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. D: Se propone una práctica en torno al diseño de una pauta de observación C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> Los estudiantes presentan de forma grupal el proyecto encomendado. Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 		

Unidad 3		Nombre de la unidad:	Investigación cuantitativa	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de aplicar la estructura de una investigación de mercados cuantitativa, incluyendo los componentes específicos en una matriz de consistencia.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades síncronas (Videoclases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
9	2T	<ul style="list-style-type: none"> Diseño de investigación descriptiva y causal Criterios técnicos para la elaboración de proyectos de investigación cuantitativa. 	<ul style="list-style-type: none"> I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión D: A través de un ppt se explica el tema. Se revisan ejemplos de proyectos de investigación cuantitativa. C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. Los estudiantes formulan preguntas en torno a los ejemplos desarrollados en clase. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> Revisión de las PPT de la semana Revisión de lecturas complementarias en sección RECURSOS del Aula Virtual. Práctica 6: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual. 	

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica cuantitativa descriptiva: Encuesta. Conceptos básicos. - El cuestionario: Concepto y tipos. - Etapas en la elaboración de un cuestionario. - Tipos de preguntas 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes asimilan la técnica a seguir para diseñar un cuestionario. 	Clase magistral activa	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Consideraciones para diseñar un buen cuestionario. - Práctica 6: - Elaboración de cuestionario para el reto de investigación. - Cuestionario en @Evaluados 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. - D: Se propone una práctica en torno a casos aplicados de investigación experimental. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Aprendizaje colaborativo	
	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Técnica cuantitativa causal: Experimentación. Conceptos básicos. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se revisan ejemplos de proyectos de investigación cuantitativa. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes formulan preguntas en torno a los ejemplos desarrollados en clase. 	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana
	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Casos de investigación experimental. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes asimilan la técnica a seguir para diseñar un cuestionario. 	Clase magistral activa	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de cuestionarios propuestos por los equipos de trabajo. - Cuestionario en @Evaluados 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer las pautas para proceder a la revisión de avances por equipos. - D: Se realiza la revisión de los avances por equipos. - C: Da la retroalimentación respectiva a cada equipo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la presentación de sus avances en equipos. - Los estudiantes asimilan la retroalimentación brindada para mejorar el diseño de su cuestionario. 	Aprendizaje colaborativo	
11	2T	<ul style="list-style-type: none"> - Muestreo: Concepto. - Métodos de muestreo no probabilístico. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - Se formulan y resuelven ejemplos de muestreo. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes formulan preguntas en torno a los ejemplos desarrollados en clase. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Práctica 7: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual.

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2T	- Métodos de muestreo probabilístico.	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes conocen los principios básicos de un estudio de tipo experimental. 	Clase magistral activa	
	2T	- Práctica 7: Aplicaciones de muestreo probabilístico. Cuestionario @Evaluados en	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. - D: Se propone una práctica en torno a casos aplicados de investigación experimental. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Estudio de casos	
12	2P	- Fase 3: Trabajo de campo. - Etapas del proceso de obtención de información	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes formulan preguntas en torno a los ejemplos desarrollados en clase. 	Clase magistral activa	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las PPT de la semana - Consolidado 2
	2P	- Pautas para el control de calidad de la información. - Criterios para la selección de personal de campo. - Aspectos básicos en la formación del recurso humano para tareas de investigación	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se califica la presentación de los equipos. - C: Se brinda la retroalimentación a cada uno de los equipos sobre los trabajos realizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes conocen los principios básicos de la conformación y selección de colaboradores para trabajo de recojo de información. - Los estudiantes formulan preguntas en torno a los ejemplos desarrollados en clase. 	Clase magistral activa	
	2P	Consolidado 2: Se presentan los resultados de la aplicación de técnica cuantitativa: Encuesta. Cuestionario @Evaluados en	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se menciona a los equipos la dinámica a seguir para la exposición, - D: Evalúa de acuerdo a la rúbrica del PA3 lo presentado por los equipos. - C: Con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. <p>C2 – SC1 Exposición de proyecto de investigación y cuestionario / Rúbrica de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes presentan de forma grupal el proyecto encomendado. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Aprendizaje colaborativo	

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Unidad 4		Nombre de la unidad:	Elaboración y presentación de un informe de investigación de mercados	Resultado de aprendizaje de la unidad:	Al finalizar la unidad, el estudiante será capaz de diseñar un proyecto de investigación de mercados que sirva para la toma de decisiones.	Duración en horas	24
Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Actividades sincronas (Videoclases)			Actividades de aprendizaje autónomo Asíncronas (Estudiante – aula virtual)	
			Actividades y recursos para la enseñanza (Docente)	Actividades y recursos para el aprendizaje (Estudiante)	Metodología		
13	2T	- Fase 4: Análisis e interpretación de datos. Consideraciones básicas.	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes conocen los principios a tomar en cuenta en el Análisis e interpretación de datos.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - Práctica 8: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual.	
	2T	- Presentación de datos y prueba de hipótesis. - Conclusiones y recomendaciones.	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada.	Metodología Activa		
	2P	- Práctica 8: - Construcción de un tablero de hallazgos. - Cuestionario en @Evaluados	- I: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. - D: Se propone una práctica en torno al análisis e interpretación de datos. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva.	- Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación.	Aprendizaje colaborativo		
14	2T	- Fase 5: Presentación de resultados, Principios del Storytelling con data.	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes conocen los principios a tomar en cuenta en la presentación de resultados.	Clase magistral activa	- Revisión de las PPT de la semana - Práctica 14: Colgar la práctica en la sección ACTIVIDADES del Aula Virtual.	
	2T	- Estándares de calidad en investigación de mercados ESOMAR	- I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: A través de un ppt se explica el tema. - C: Se realiza la consolidación y síntesis del tema de la sesión y se formula la reflexión de lo que aprendieron, y cómo lo aprendieron.	- Los estudiantes participan durante la clase, toman apuntes del tema expuesto. - Los estudiantes conocen los principios a tomar en cuenta en la presentación de resultados.	Metodología Activa		

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Práctica 9: - Consideraciones básicas para la redacción de informes finales. - Cuestionario en @Evaluados 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. - D: Se propone una práctica en torno a informes finales de investigación. - C: Resuelve la práctica con la participación de los estudiantes. Da la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes resuelven de manera grupal la práctica encomendada. - Los estudiantes participan activamente del proceso de retroalimentación. 	Aprendizaje colaborativo	
15	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión por equipos de avances del proyecto final 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se revisa los avances del proyecto de investigación de los equipos. - C: Se ofrece la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes en equipos presentan los avances de su proyecto de investigación para su revisión. 	Aprendizaje orientado a proyectos	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de las recomendaciones y observaciones a los avances del trabajo final presentados.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión por equipos de avances del proyecto final 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - D: Se revisa los avances del proyecto de investigación de los equipos. - C: Se ofrece la retroalimentación respectiva. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes en equipos presentan los avances de su proyecto de investigación para su revisión. 	Aprendizaje orientado a proyectos	
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoría para levantar observaciones a los avances del proyecto final 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer los lineamientos de la asesoría. - D: Se revisa las observaciones a los avances del proyecto de investigación de los equipos. - C: Se ofrece la asesoría respectiva. <p>C2 – SC2 Exposición del trabajo de campo / Rúbrica de evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes reciben asesoría en relación a los avances presentados. 	Metodología Activa	
16	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación Final: Presentación del informe final de investigación de mercados - Entrega de notas evaluación final. 	<p>EVALUACIÓN FINAL Exposición del informe final de investigación / Rúbrica de exposición</p> <ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer las pautas de la presentación de los trabajos finales. - D: Se califica la presentación de los equipos. - C: Se brinda la retroalimentación a cada uno de los equipos sobre los trabajos realizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes en equipos presentan los resultados de su proyecto de investigación. 		<ul style="list-style-type: none"> - Revisión de consolidado final de notas de la asignatura.
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Evaluación Final: Presentación del informe final de investigación de mercados - Entrega de notas evaluación final. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer las pautas de la presentación de los trabajos finales. - D: Se califica la presentación de los equipos. - C: Se brinda la retroalimentación a cada uno de los equipos sobre los trabajos realizados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes en equipos presentan los resultados de su proyecto de investigación. 		
	2P	<ul style="list-style-type: none"> - Alcances finales de la evaluación por equipos. 	<ul style="list-style-type: none"> - I: Se da a conocer el propósito de la actividad de cierre. - D: Se recibe los comentarios y apreciaciones finales de los estudiantes. - C: Da por concluido el curso. 	<ul style="list-style-type: none"> - Los estudiantes reciben la retroalimentación final. 		

HOJA CALENDARIO- PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL