Universidad Continental

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

Nombre de la asignatura	**Taller de Definición del Problema y Diseño de la Investigación de Mercados**	**Resultado de aprendizaje de la asignatura:**	Al finalizar la asignatura, el estudiante será capaz de plantear el problema y los objetivos de investigación de mercados, en base al análisis de la información de la empresa, los competidores y el entorno, así como diseñar el proceso de investigación a seguir para el logro de los objetivos de investigación.
Periodo	10	**EAP**	Administración y Marketing

COMPETENCIAS	CRITERIOS	ESPECIFICACIÓN DEL NIVEL DEL LOGRO	NIVEL
Planeamiento de Marketing	**C2. Investigación de Mercados**	Diseña y sustenta el proceso de investigación, identificando el problema a investigar, recolecta, prepara, analiza y presenta los resultados de la investigación de mercados, sobre la base de las necesidades de información.	3

Unidad 1	**Nombre de la unidad**	**Importancia de la definición del problema**	**Resultado de aprendizaje de la unidad**	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar el proceso usado para la definición del problema de investigación de mercados y su importancia.	**Duración en horas**	16

Semana	Horas / Tipo de sesión	Temas y subtemas	Propósito	Actividades para la enseñanza - aprendizaje (Docente - Estudiante)	Recursos	Metodología / Estrategias	Actividades asíncronas de aprendizaje autónomo (Estudiante – Aula virtual)
1	2T	Presentación de sílabo Evaluación diagnóstica/**Prueba objetiva** Importancia de la definición del problema en la investigación de mercados - Definición de investigación de mercados - El papel de la investigación de mercados en la toma de decisiones - El proceso de la investigación de Mercados	- Al finalizar la sesión, el estudiante comprende los principales conceptos de la primera fase del proceso de investigación de mercados: Definición del problema de investigación.	- **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. **Evaluación Diagnóstica: Evaluación individual teórica / Prueba objetiva**	- Entrevista Experto Diego Parra https://www.youtube.com/watch?time_continue=105&v=WT4NEnSBcNg - Entrevista Experto Andres Sandoval https://www.youtube.com/watch?v=cUbHRfA9PxQ&t=69s - Prueba objetiva	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- Revisa el silabo de la asignatura. - Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- Fase 1: Definición del problema de investigación - Principales errores en la primera fase del proceso de investigación de mercados - Desarrollo de ejercicio aplicativo: Caso.		- **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.	- Guía de Caso: Vida Yoga	Método de casos (MC)	
2	2T	El proceso de definición del problema de investigación - Etapas a considerar en la formulación del problema a investigar	- Al finalizar la sesión, el estudiante comprende la importancia de entender el entorno del problema de investigación.	- **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.	- Karenn Gomez. [26 de febrero del 2018]. Definición el problema de investigación. [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=ftcqeR6Ssmg - CITEMarketing Mercadeando S.A. (29 de setiembre del 2020). WEBINAR: "48 RAZONES POR LAS QUE NO VENDES" CORFOPYM & MERCADEANDO S.A.". [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=N7OauGSGyfU	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- Etapa 1: Estudio del entorno del problema • Tareas necesarias • Contexto de ambiental del problema		- **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 el uso de la herramienta STEEP. Da la retroalimentación respectiva.	- Guía de Caso: Vida Yoga - Tool Cards STEEP	Aprendizaje gamificado	

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.

Universidad Continental

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

3	**2P**	- Etapa 2: El problema de decisión administrativa y el problema de investigación de mercados • Principales diferencias • Pautas para su redacción	- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce los principales criterios para diferenciar y redactar un problema de decisor y un problema de investigación.	- **I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - **D**: A través de una aplicación práctica se desarrolla 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.	- La toma de decisiones, clases de problema y decisiones, https://www.youtube.com/watch?v=msYyYcl4nqw - El problema de investigación. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400022	Aprendizaje experiencial	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Participa en el foro formativo. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- Desarrollo de ejercicio aplicativo: Caso.		- **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.	- Guía de Caso: Vida Yoga	Método de casos (MC)	
4	**2P**	- Presentación de caso práctico de empresa nacional.	- Al finalizar la sesión, el estudiante analiza el proceso usado para la definición del problema de investigación de mercados y su importancia.	- **I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la sesión - **D**: A través de una aplicación práctica se desarrolla 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.	- MarketingUPacifico. (2016). Congreso Effie 2016 Dia2 Parte 1 [Archivo de Video]. YouTube. - https://www.youtube.com/watch?v=ZevXOqFpRMU - CITEMarketing Mercadeando S.A. (24 de noviembre del 2021). Espejo comercial del empresario. [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=Oelf3SqolpU -	Aprendizaje experiencial	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial. - Desarrolla la evaluación individual teórico-práctica.
	2P	- Evaluación individual teórica		**Evaluación C1-SC1: Evaluación individual teórico-práctica / Prueba de desarrollo** - **I**: Se da a conocer el propósito de la prueba a desarrollar. - **D**: Se evalúan los aprendizajes a través de una evaluación individual. - **C**: Una vez finalizada la prueba, se brinda la retroalimentación respectiva.	- Prueba de desarrollo	Método de casos (MC)	

Unidad 2	**Nombre de la unidad**	**La definición del problema y el desarrollo del enfoque en investigación de mercados**	**Resultado de aprendizaje de la unidad**	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de analizar los diversos componentes del enfoque de una investigación de mercados.	**Duración en horas**	16

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Propósito**	**Actividades para la enseñanza - aprendizaje** (Docente - Estudiante)	**Recursos**	**Metodología / Estrategias**	**Actividades asíncronas de aprendizaje autónomo** (Estudiante – Aula virtual)
5	**2T**	- Componentes del enfoque en investigación de mercados - Etapa 3: Operativizar el problema a investigar • Definir el sujeto objeto de estudio • Objetivos generales y específicos - Definir supuestos o hipótesis	- Al finalizar la sesión, el estudiante comprende la relación entre los principales componentes del enfoque de la investigación de mercados aplicado a un caso	- **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.	- ENFOQUES DE INVESTIGACIÓN. https://www.youtube.com/watch?v=SbW5vLd9uvk - Universidad de Celaya. (2013). Dr. Roberto Hernández Sampieri. Las hipótesis. [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=WDfQjBtRcro	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- Ejercicios grupales de análisis de caso/**Rúbrica de evaluación**. Caso de análisis.		- **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.	- Guía de Caso: Vida Yoga	Método de casos (MC)	
6	**2T**	- Investigación de mercados internacionales - Marketing internacional - Demanda y Cultura - Fuentes de información	- - Al finalizar la sesión, el estudiante Identifica los principales criterios a considerar para una	- **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.	- Investigación de Mercado Local e Internacional. PROMPERÚ https://www.youtube.com/watch?v=IArQPPCsnGs	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Participa en el foro formativo. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.

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.

Universidad Continental

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	- Herramientas digitales de investigación de mercados internacionales: Aplicaciones.	investigación de mercados internacionales.	- **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.	- Guía de caso: Vida Yoga - Herramienta on line: Data Trade https://www.adexdatatrade.com/ - Herramienta on line: LATE https://www.late.gob.pe/FrmLogin.aspx	Método de casos (MC)	
7	**2T**	- La ética en la investigación de mercados - Código internacional ICC/ESOMAR	- Al finalizar la sesión, el estudiante aplica los principios del Código Internacional ICC/ESOMAR relacionados con la ética en la 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 - **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.	- Beltrán, M. (2019). La Ética de la Investigación. Revista TELOS. (pp. 1-6) https://telos.fundaciontelefonica.com/telos-111-regulacion-marta-beltran-la-etica-de-la-investigacion-tratamiento-masivo-datos/	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Participa en el foro formativo. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- Ejercicios grupales de análisis de caso/**Rúbrica de evaluación.** Caso de análisis.		**Evaluación C1-SC2: Ejercicios grupales de análisis de casos desarrollados en clase / Rúbrica de evaluación** - **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.	- Selección de casos varios - Rubrica de evaluación	Método de casos (MC)	
8	**2P**	- SPSS para Windows - Características del SPSS - Funciones del SPSS - Ventajas del SPSS frente a otros software	- Al finalizar la sesión, el estudiante aplica la herramienta de Diagnóstico Comercial a un caso real y analiza os diversos componentes del enfoque de una investigación de mercados.	- **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.	- Estudio Varianza. (2021). R, STATA o SPSS ¿Cuál software debería aprender a usar? [Archivo de video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=6JYIMR-Eyh4 - Software adquirido por la universidad: SPSS	Método de casos (MC)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial. - Presenta el trabajo grupal de aplicación de herramienta.
	2P	- Evaluación Parcial: Trabajo grupal de aplicación de herramienta/**Rúbrica de evaluación**		**EVALUACIÓN PARCIAL: Trabajo práctico grupal: aplicación de herramienta / Rúbrica de evaluación** - **I**: Se da a conocer la rúbrica de evaluación. - **D**: Se evalúan los aprendizajes a través de una aplicación práctica grupal. - **C**: Una vez finalizada la prueba, se brinda la retroalimentación respectiva. -	- Herramienta: Diagnóstico Comercial - Rubrica	Aprendizaje colaborativo	

Unidad 3	**Nombre de la unidad**	**Diseño de la investigación exploratoria, descriptiva y causal.**	**Resultado de aprendizaje de la unidad**	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de elegir el diseño de investigación exploratoria, descriptiva y causal para la aplicación en un caso real.	**Duración en horas**	16

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Propósito**	**Actividades para la enseñanza - aprendizaje** (Docente - Estudiante)	**Recursos**	**Metodología / Estrategias**	**Actividades asíncronas de aprendizaje autónomo** (Estudiante – Aula virtual)
9	**2T**	- Diseño de la investigación: Conceptos principales - Datos secundarios: Definición - Criterios para la evaluación de datos secundarios - Clasificación de los datos secundarios	- Al finalizar la sesión, el estudiante reconoce la naturaleza y alcance de los datos secundarios y su uso en proceso de la 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 - **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.	- DYNAMIC SME. (2013). Vigilancia del entorno (Business Intelligence - español). [Archivo de video]. YouTube https://www.youtube.com/watch?v=HdeRBFB35_A	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- La matriz de información secundaria. Trabajo individual/**Rubrica de Evaluación**		- **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.	- Formato Vigilancia del Entorno	Método de casos (MC)	

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.

Universidad Continental

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

10	**2T**	- Datos de la investigación exploratoria: investigación cualitativa - Investigación exploratoria - Las entrevistas en profundidad - Las sesiones de grupo - La investigación antropológica	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica las etapas en el desarrollo de cada una de las técnicas de investigación cualitativa, y aplica la técnica de entrevista en profundidad para un caso 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 - **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.	- QuestionPro Latinoamerica. (2020). Migrando el Cuali a Online | Entre Datos Y Tragos Ep. 2 QuestionPro [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=-KOZkWRlSH4	Clase expositiva / lección magistral (CE-LM)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- Ejercicio dirigido de entrevista en profundidad		- **I**: Se da a conocer el propósito de la práctica a aplicar. - **D**: A través de una aplicación práctica se desarrolla 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.	- Pauta de Entrevista	Aprendizaje experiencial	
11	**2P**	- Diseño de la investigación descriptiva: encuestas y observación - Investigación descriptiva - Técnica de encuesta: tipos, evaluación comparativa - Técnica de observación: tipos, evaluación comparativa - Comparación entre las técnicas de encuesta y de observación	- Al finalizar la sesión, el estudiante identifica las etapas en el desarrollo de cada una de las técnicas de investigación cuantitativa y aplica la técnica del comprador misterioso para un caso de investigación de mercados.	- **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.	- Lifeder Educación. (3 octubre 2020). La investigación descriptiva, sus características y técnicas. [Archivo de video]. You Tube. https://www.youtube.com/watch?v=LX-9CM4iGql - Bonilla, P. (2021). Tipos de encuestas para empresas: ¿Cuáles deberías implementar? Acsendo.blog. https://blog.acsendo.com/tipos-de-encuestas-empresas/	Método de casos (MC)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Participa en el foro formativo. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.
	2P	- Ejercicio dirigido de Comprador Misterioso		- **I**: Se da a conocer el propósito de aprendizaje de la práctica a desarrollar. - **D**: A través de una aplicación práctica se desarrolla 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.	- Pauta de observación.	Aprendizaje experiencial	
12	**2P**	- Diseño de la investigación causal: experimentación, medición y escalamiento. - Concepto de causalidad - Validez en la experimentación - Clasificación de diseños experimentales - Técnicas de escalamiento	- Al finalizar la sesión, el estudiante elige el diseño de investigación exploratoria, descriptiva y causal para la aplicación en un caso real.	- **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.	- (s.f.). Investigación causal: cómo encontrar causas puede ayudar en la toma de decisiones comerciales. Survey Monkey. https://es.surveymonkey.com/mp/how-causal-research-leads-business-decisions/	Método de casos (MC)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial. - Desarrolla el análisis individual de caso.
	2P	- Diseño de la investigación causal: experimentación, medición y escalamiento. - Concepto de causalidad - Validez en la experimentación - Clasificación de diseños experimentales Técnicas de escalamiento		**Evaluación C2-SC1: Análisis individual de casos / Rúbrica de evaluación** - **I**: Se da a conocer la rúbrica de evaluación. - **D**: Se evalúan los aprendizajes a través de una aplicación práctica individual. - **C**: Una vez finalizada la prueba, se brinda la retroalimentación respectiva.	- Análisis de Caso: La Incontrastable/Consolidado II - Rubrica	Método de casos (MC)	

Unidad 4	**Nombre de la unidad**	**Diseño de instrumentos y muestreo**	**Resultado de aprendizaje de la unidad**	Al finalizar la Unidad, el estudiante será capaz de plantear el diseño de instrumentos de recojo de información de investigación exploratoria y descriptiva para un caso real.	**Duración en horas**	16

Semana	**Horas / Tipo de sesión**	**Temas y subtemas**	**Propósito**	**Actividades para la enseñanza - aprendizaje** (Docente - Estudiante)	**Recursos**	**Metodología / Estrategias**	**Actividades asíncronas de aprendizaje autónomo** (Estudiante – Aula virtual)
13	**2P**	- Diseño de instrumentos exploratorios cualitativos - Diseño de una pauta de entrevista - Diseño de una guía de indagación de sesión de grupo	- Al finalizar la sesión, el estudiante diseña instrumentos de recojo de información cualitativa: entrevista y sesión de grupo, así como diseñar el proceso de investigación a seguir para el logro de los objetivos de investigación.	- **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.	- Academia Alta Ciencia. (2020). CÓMO HACER UNA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD PARA INVESTIGACIONES CUALITATIVAS. 10 PASOS. [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=4vHzK0AezBE	Método de casos (MC)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial.

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.

Universidad Continental

HOJA CALENDARIO– PLANIFICACIÓN DE LAS SESIONES DE CLASE

MODALIDAD PRESENCIAL

	2P	- Taller de diseño de instrumentos de recojo de información cualitativa. Trabajo Grupal/**Rubrica de Evaluación**		- **I**: Se da a conocer la rúbrica de evaluación. - **D**: A través de una aplicación práctica se desarrolla 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.	- Guía diseño: Pauta de Indagación.	Aprendizaje experiencial	

14	**2P**	- Muestreo: diseño y procedimiento
		  - Muestreo no probabilístico
		  - Muestreo probabilístico
			- Al finalizar la sesión, el estudiante aplica el procedimiento de cálculo de muestra a un caso, así como diseñar el proceso de investigación a seguir para el logro de los objetivos de investigación.	- **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.
					- EBC Academia. (2016). Técnicas de muestreo. [Archivo de video]. You Tube. https://www.youtube.com/watch?v=elTml6zLxy4	Método de casos (MC)	- Visualiza el recurso digital.
							- Lee el material obligatorio.
							- Revisa el ppt de la semana
							- Participa de la sesión presencial.

	2P	- Ejercicio dirigido de muestreo		- **I**: Se da a conocer el propósito de la práctica a desarrollar. - **D**: A través de una aplicación práctica se desarrolla 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.	- Selección de caso: La incontrastable.	Aprendizaje experiencial	

15	**2P**	- Diseño de instrumentos descriptivos cuantitativos
		  - Diseño de cuestionario
		  - Diseño de pauta de observación
			- Al finalizar la sesión, el estudiante diseña instrumentos de recojo de información cuantitativa: encuesta y observación, así como diseñar el proceso de investigación a seguir para el logro de los objetivos de investigación.	- **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.
					- Diseño de formato Mistery Shopper. https://www.researchgate.net/publication/28243705_Midiendo_la_satisfaccion_del_cliente_y_la_calidad_del_servicio_mystery_shopping_compra_fantasma_o_seudocompra	Método de casos (MC)	- Visualiza el recurso digital.
							- Lee el material obligatorio.
							- Participa en el foro formativo
							- Revisa el ppt de la semana
							- Participa de la sesión presencial.

	2P	- Taller de diseño de instrumentos de recojo de información cuantitativa. Trabajo Grupal/**Rubrica de Evaluación**		**Evaluación C2-SC2: Trabajo práctico grupal: diseño de instrumento / Rúbrica de evaluación** - **I**: Se da a conocer la rúbrica de evaluación. - **D**: Se evalúan los aprendizajes a través de una aplicación práctica grupal. - **C**: Una vez finalizada la prueba, se brinda la retroalimentación respectiva.	- Guía diseño: Cuestionario - Software adquirido por la universidad: Survey Monkey - Rúbrica de evaluación	Aprendizaje colaborativo	
16	**2P**	- Presentación de propuesta de investigación	- Al finalizar la sesión, el estudiante aplica en un caso real los contenidos desarrollados durante el taller de Definición de Problema y Diseño de Investigación de Mercados, así como diseñar el proceso de investigación a seguir para el logro de los objetivos de investigación.	- **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.	- Luis. (2020). ¡Guía rápida! ¿Cómo presentar una propuesta de investigación? [Archivo de Video]. YouTube. - https://www.youtube.com/watch?v=r4p5esugtEg - Acertiva Investigación de Mercados. (2020). Webinar: ¿Cómo diseñar un buen brief de investigación de mercados? [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=c0t_qY8STZ4 - Miguel Vega Mendoza. (2019). BRIEF DE INVESTIGACIÓN [Archivo de Video]. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=zgoXn8TxT7s	Método de casos (MC)	- Visualiza el recurso digital. - Lee el material obligatorio. - Revisa el ppt de la semana - Participa de la sesión presencial. - Presenta el trabajo grupal de aplicación de herramienta.
	2P	- Evaluación Final		**EVALUACIÓN FINAL: Exposición grupal del proyecto elaborado: empresa local de productos o servicios / Rúbrica de evaluación.** - **I**: Se da a conocer la rúbrica de evaluación. - **D**: Se evalúan los aprendizajes a través de una aplicación práctica grupal final. - **C**: Una vez finalizada la prueba, se brinda la retroalimentación respectiva.	- Evaluación Final: Informe de aplicación grupal.	Aprendizaje orientado a proyectos (AOP)	