

LICENCIA PROFESIONAL EN PROMOCIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO SUSTENTABLE

HOJA DE ASIGNATURA CON DESGLOSE DE UNIDADES TEMÁTICAS

1. Nombre de la asignatura	Estudio de mercado
2. Competencias	Desarrollar proyectos de turismo sustentable mediante la evaluación de la viabilidad y rentabilidad del mismo y estrategias de promoción para contribuir al desarrollo de la región.
3. Cuatrimestre	Primero
4. Horas Prácticas	42
5. Horas Teóricas	18
6. Horas Totales	60
7. Horas Totales por Semana Cuatrimestre	
8. Objetivo de la Asignatura	El alumno elaborará un estudio de mercado a través del diseño del mismo, elaboración y aplicación de instrumentos cuantitativos y cualitativos de recopilación de información, el tratamiento de datos y presentación de resultados para apoyar la toma de decisiones.

Unidades Temáticas	Horas		
	Prácticas	Teóricas	Totales
I. Diseño del estudio de mercado.	10	5	15
II. Elaboración y aplicación de la herramienta de recolección de datos	12	8	20
III. Análisis y presentación de resultados	20	5	25
Totales	42	18	60

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	I. Diseño del estudio de mercado.
2. Horas Prácticas	10
3. Horas Teóricas	5
4. Horas Totales	15
5. Objetivo	El alumno elaborará el diseño de un estudio de mercado considerando los elementos que lo conforman el diseño de un estudio de mercado para asegurar la validez y confiabilidad del mismo.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Introducción diseño del estudio de mercado	Explicar el proceso de diseño de estudios de mercado		Responsabilidad Activo Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Respeto Toma de decisiones
Objetivos, población meta y marco de referencia de un estudio de mercado	Identificar características de los objetivos de un estudio de mercado. Describir el proceso para definir población meta y marco de referencia en un estudio de mercado.	Determinar objetivos. Seleccionar población meta y marco de referencia.	Responsabilidad Activo Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Respeto Ética Toma de decisiones
Técnicas de muestreo	Describir las técnicas de muestreo y su uso dentro del proceso de estudio de mercado: conveniencia, juicio, aleatorio, bola de nieve, aleatorio simple, sistemático y estratificado.	Seleccionar la técnica de muestreo a utilizar acorde a los objetivos del estudio.	Responsabilidad Puntualidad Compromiso Respeto Ética Trabajo en equipo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Tamaño de la muestra	Explicar la fórmula para determinar tamaños de muestra en estudios de mercado.	Determinar tamaño de la muestra.	Responsabilidad Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Respeto

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un proyecto elaborará un diseño de estudio de mercado que contenga:</p> <p>Objetivos. Población meta. Marco de referencia. Técnica de muestreo Justificación de la técnica de muestreo seleccionada. Tamaño de la muestra.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificar los elementos que integran el diseño de un estudio de mercado. 2. Comprender las características de un objetivo de estudio de mercado. 3. Comprender el proceso de selección de población meta y marco de referencia. 4. Relacionar las técnicas de muestreo con su uso. 5. Comprender la fórmula para determinar tamaños de muestra de un estudio de mercado. 	<p>Proyecto Lista de cotejo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Análisis de casos	Pintarron Internet Impresos de casos Equipo multimedia

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	II. Elaboración y aplicación de la herramienta de recolección de datos.
2. Horas Prácticas	12
3. Horas Teóricas	8
4. Horas Totales	20
5. Objetivo	El alumno recopilará información a través de la elaboración y aplicación de instrumentos cualitativos y cuantitativos para obtener la información necesaria para el estudio.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Instrumentos cualitativos	Identificar los instrumentos cualitativos de recolección de datos, su uso y aplicación en un estudio de mercado. Describir el proceso de elaboración de instrumentos cualitativos.	Elaborar instrumentos cualitativos de recolección de datos acorde al diseño del estudio de mercado.	Responsabilidad Activo Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Respeto Toma de decisiones
Instrumentos cuantitativos	Identificar los instrumentos cuantitativos de recolección de datos, su aplicación y uso en el estudio de mercado. Describir el proceso de elaboración de instrumentos cuantitativos.	Elaborar instrumentos cuantitativos de recolección de datos acorde al diseño del estudio de mercado.	Responsabilidad Activo Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Respeto Toma de decisiones

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Recopilación de la información	<p>Identificar los elementos que integran un programa de recolección de información: grupo de trabajo, asignación de responsabilidades, tiempo, lugar y costos.</p> <p>Describir el proceso de aplicación de instrumentos de recolección de información.</p>	<p>Elaborar un programa de recolección de información.</p> <p>Obtener información mediante la aplicación de instrumentos cualitativos y cuantitativos.</p>	<p>Responsabilidad</p> <p>Activo</p> <p>Trabajo en equipo</p> <p>Puntualidad</p> <p>Compromiso</p> <p>Respeto</p> <p>Toma de decisiones</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
<p>A partir de un proyecto elaborará un reporte que contenga:</p> <ul style="list-style-type: none">- instrumento de recolección de datos aplicado.-Justificación del instrumento seleccionado.-Programa de recolección de información.	<ol style="list-style-type: none">1. Identificar los instrumentos cualitativos y cuantitativos de recolección de información, su uso y aplicación2. Comprender el procedimiento de elaboración de instrumentos cualitativos y cuantitativos de recolección de información.3. Identificar elementos de un programa de recolección de información.4: Comprender el proceso de aplicación del instrumento de recopilación de información.	<p>Proyecto Lista de cotejo</p>

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Análisis de casos	Pintarron Internet Impresos de casos e instrumentos Equipo multimedia

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

UNIDADES TEMÁTICAS

1. Unidad Temática	III. Análisis y presentación de resultados
2. Horas Prácticas	20
3. Horas Teóricas	5
4. Horas Totales	25
5. Objetivo	El alumno Interpretará los resultados obtenidos a través del estudio de mercado para determinar la aceptación del proyecto.

Temas	Saber	Saber hacer	Ser
Codificación de la herramienta	Explicar el proceso de codificación de la información en un estudio de mercado.	Codificar información.	Responsabilidad Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Tolerancia Respeto Ética
Instrumentos estadísticos para análisis de datos	Describir el proceso de análisis de datos con instrumentos estadísticos.	Obtener resultados del estudio de mercado.	Responsabilidad Trabajo en equipo Puntualidad Compromiso Tolerancia Respeto Ética

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

Proceso de evaluación		
Resultado de aprendizaje	Secuencia de aprendizaje	Instrumentos y tipos de reactivos
A partir de un proyecto elaborará un resumen ejecutivo que contenga: Los resultados del estudio Gráficas de los resultados Conclusiones	<ol style="list-style-type: none">1. Comprender el proceso de codificación de la información recopilada.2. Analizar los datos por medio de software computacional.3. Interpretar los resultados obtenidos para elaborar conclusiones y recomendaciones.	Proyecto Lista de cotejo

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

Proceso enseñanza aprendizaje	
Métodos y técnicas de enseñanza	Medios y materiales didácticos
Aprendizaje basado en proyectos Equipos colaborativos Análisis de casos	Pintarron Internet Impresos de casos Equipo multimedia

Espacio Formativo		
Aula	Laboratorio / Taller	Empresa
X		

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

CAPACIDADES DERIVADAS DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS QUE CONTRIBUYE LA ASIGNATURA

Capacidad	Criterios de Desempeño
Elaborar estudios de mercado a través del análisis de la oferta y la demanda para determinar la demanda potencial que atenderá el proyecto de turismo sustentable.	Elabora un reporte que contenga: <ul style="list-style-type: none">- Objetivos- Diseño del estudiopoblación metamarco de la muestratécnica de muestreotamaño de la muestraherramienta (cuestionario, focus group, entrevista a profundidad)- Resultados- Conclusiones

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX

ESTUDIO DE MERCADO

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

Autor	Año	Título del Documento	Ciudad	País	Editorial
Baca, G.	(2006)	<i>Evaluación de proyectos</i>	D.F.	México	Mcgraw-Hill interamericana
Fischer, L. y Espejo, J.	(2008)	<i>Investigación de mercados un enfoque práctico.</i>	D.F.	México	Servicio Express de impresión
Kotler. P.	(2006)	<i>Dirección de marketing</i>	D.F.	México	Pearson
Kotler, P.	(2005)	<i>Fundamentos de Mercadotecnia</i>	D.F.	México	Pearson Prentice Hall
Malhotra, N.	(2008)	<i>Investigación de mercados</i>	D.F.	México	Pearson Prentice Hall
Münch, L.	(2005)	Métodos y técnicas de investigación	D.F.	México	Trillas
Baca, G.	(2006)	<i>Evaluación de proyectos</i>	D.F.	México	Mcgraw-Hill interamericana

ELABORÓ: COMITÉ DE DIRECTORES DE LA LICENCIA PROFESIONAL

APROBÓ: C. G. U. T.

REVISÓ: COMISIÓN ACADÉMICA Y DE VINCULACIÓN DEL ÁREA

FECHA DE ENTRADA EN VIGOR: SEPTIEMBRE 2010

F-CAD-SPE-23-PE-XXX