

PLANIFICACIÓN DE CURSO

Primer Semestre Académico 2025

I. ACTIVIDAD CURRICULAR Y CARGA HORARIA

Asignatura	Marketing I	Código	ICA3201-2
Semestre de la Carrera	V semestre		
Carrera	Ingeniería Comercial		
Escuela	Escuela de Ciencias Sociales		
Docente(s)	Bárbara Elena Acuña Fernández		
Ayudante(s)	Por definir		
Horario	Martes 14:30 y jueves 16:15 hrs.		

Créditos SCT	6
Carga horaria semestral	180
Carga horaria semanal	10

Tiempo de trabajo sincrónico semanal	4.5
Tiempo de trabajo asincrónico semanal	5.5

II. DESCRIPCIÓN DEL CURSO

El curso está enfocado en proporcionar competencias investigativas para que los y las estudiantes puedan enfrentar desafíos que le permitan aplicar herramientas que le permita enfrentar con estructura y reflexión una idea de proyecto o una solución de problema.

III. RESULTADOS U OBJETIVOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS ESTE SEMESTRE

RA1:	Dominar conceptos y variables de investigación de mercado, a través de la aplicación de los conocimientos en trabajo práctico grupal (Simulación de Investigación de mercado).
RA2:	Aprender y distinguir entre investigación de mercado que busca identificar un problema y la que se realiza para resolver el problema.
RA3:	Conocer los distintos métodos de recopilación, codificación y análisis datos de investigación de mercado, como también tener la capacidad explicar la toma decisiones de un estudio de mercado.

RA4: Desarrollar una investigación aplicada a la realidad cuyo objetivo es orientarse a la toma de decisiones.

IV. UNIDADES, CONTENIDOS Y ACTIVIDADES

Título Unidad: Primeros pasos de la investigación de mercado					
Semana	Contenidos	Resultados de Aprendizaje	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
			Sincrónico	Asincrónico (trabajo autónomo de/la estudiante con bibliografía señalada por docente)	
1 (24 de marzo)	Presentación de la catedra. Introducción a investigación de mercado. Conceptos claves.		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
2 (31 de marzo)	Conceptos de marketing y su relación con la Investigación de mercado. Definición, conceptos y etapas del proceso de investigación de M°		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
3 (7 de abril)	Rol de investigación de M° en la toma de decisiones, relación de marketing con finanzas y recursos humanos.		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
4 (14 de abril)	Definición y tipo de problemas (objetos de un proceso de investigación) de una empresa y como se plantean para una investigación.		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
5 (21 de abril)	Desarrollo y Enfoque del Problema, Hipotesis de la Investigación, Modelos Teóricos.		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
6 (28 de abril)	Formulación del Diseño de Investigación. Certamen 1		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Evaluación sumativa
7 (5 de mayo)	Presentación 1. (LAB)		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Evaluación Expositiva

Título Unidad: Pasos finales de una investigación de mercado					
Semana	Contenidos	Resultados de Aprendizaje	Actividades de enseñanza y aprendizaje		Actividades de evaluación diagnóstica, formativa y/o sumativa
			Sincrónico	Asincrónico (trabajo autónomo de/la estudiante con bibliografía señalada por docente)	
8 (12 de mayo)	Investigación exploratoria, concluyente, descriptiva y causal		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
9 (19 de mayo)	Fuentes potenciales de error. Datos primarios y secundarios		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
(26 de mayo)	Semana de aprendizaje autónomo				
10 (2 de junio)	Procedimiento de investigación cualitativa		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
11 (9 de junio)	Tipos de datos cuantitativos, encuesta y observación		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Evaluación Expositiva
12 (16 de junio)	Muestreos diseño y procedimientos.		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
13 (23 de junio)	Tabulación y conclusiones. Certamen 2		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Evaluación sumativa

14 (30 de junio)	Retroalimentación de certamen 2 y ajustes finales de presentación 2		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Clase expositiva + actividad grupal
15 (7 de julio)	Presentación 2 (LAB)		Clase expositivas, diálogo en Clases, resolución de ejercicios	Lectura sugerida, uso de foro (preguntas/discusión)	Evaluación Formativa
16 (14 de julio)	Evaluaciones recuperativas (solo estudiantes que tengan justificada inasistencia una actividad)				

V. EVALUACIONES

Calculo de promedios del curso	Esta nota está constituida por: 1. Certamen 1 30% 2. Certamen 2 30% 1 LAB parcial 20% 2 LAB parcial 20%
--------------------------------	--

VI. NORMATIVA DEL CURSO

Inasistencias: El/la estudiante que no se presente a una evaluación presencial y/o una clase obligatoria deberá justificar ante la Dirección de Asuntos Estudiantiles (DAE) las razones de su inasistencia, a través del módulo de UCampus asignado para ello.

La documentación entregada será evaluada por la unidad mencionada, quien emitirá una resolución, la cual permitirá al estudiante solicitar al o la docente responsable de la asignatura Si la justificación no es entregada en este plazo y a la dirección que corresponde (DAE) o no se constituye como una justificación de la ausencia a cualquier actividad evaluada, será calificada automáticamente con la nota mínima de la escala (1,0).

Recomendación General para apelaciones de corrección: Ud. puede solicitar que se le vuelva a corregir una evaluación, por escrito (en una hoja aparte) y adjuntando la evaluación, inmediatamente que ésta le sea entregada (no en otra instancia, no se puede llevar la evaluación y luego volver a pedir corrección). La corrección puede ser por errores de suma de puntaje (en cuyo caso se resolverá de inmediato), o bien, pues Ud. considera insuficiente el puntaje asignado a algunas de sus respuestas. En este caso, la petición debe estar justificada en su hoja por escrito, describiendo porque considera que no tiene bien corregida su evaluación, luego se le volverá a corregir toda su evaluación, pudiendo subir o bajar su puntaje original.

Los/as estudiantes tienen derecho a revisión de su evaluación en la modalidad que el curso establezca y que no se revisarán evaluaciones respondidas con lápiz mina o si se usó corrector.

VII. INTEGRIDAD ACADÉMICA

Este curso se rige por las normativas internas de la Universidad tales como el Reglamento de Estudios de Pregrado, Reglamento de Convivencia, entre otros. Se considerarán infracciones a la honestidad académica las siguientes acciones:

- Reproducir o facilitar la reproducción de respuestas en cualquier tipo de evaluación académica. - Adulterar cualquier documento oficial como documento de asistencias, correcciones de pruebas o trabajos de investigación, entre otros.
- Plagiar u ocultar intencionalmente el origen de la información en cualquier tipo de instrumento de evaluación.
- Grabar las clases sin la autorización explícita del o la docente y el consentimiento del resto de estudiantes.

Todo acto contrario a la honestidad académica realizado durante el desarrollo, presentación o entrega de una actividad académica del curso sujeta a evaluación, será sancionado con la suspensión inmediata de la actividad y con la aplicación de la nota mínima (1,0) así también podrían evaluarse otras sanciones si corresponde.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	TIPO DE RECURSO
Naresh K. Malhotra. Investigación de Mercado (5ta edición).	e-libros
Joseph F. Hair, Jr. Robert P. Bush David J. Ortinau. Investigación de mercados, en un ambiente de información digital, cuarta dedición.	e-libros
Kotler, P. y Armstrong, G., (2013). Fundamentos de Marketing. México, México: editorial Pearson Educación.	e-libros