



**UADEC**

## **UNIDAD 3**

# **TÉCNICAS PARA EL ANÁLISIS DE MERCADO**



# INTRODUCCIÓN

Bienvenidos a esta tercera unidad donde abordaremos las principales técnicas para recopilar, procesar y analizar información en una investigación de mercados, tanto desde el enfoque cuantitativo como cualitativo.

Se estudiarán los conceptos de población y muestra, el diseño de encuestas e instrumentos de recolección de datos cuantitativos, así como las técnicas de análisis estadístico, el procesamiento de información y el análisis de la competencia. Estos elementos permiten obtener datos objetivos que sustentan la toma de decisiones.

También se explorarán las técnicas cualitativas de investigación, orientadas a comprender las motivaciones y percepciones del consumidor mediante métodos como la entrevista, la observación, los grupos de enfoque y el panel de consumidores.

En conjunto, esta unidad busca que los estudiantes desarrollen la capacidad de aplicar métodos cuantitativos y cualitativos de manera complementaria, fortaleciendo su análisis del mercado y su habilidad para diseñar estrategias basadas en información confiable.

## OBJETIVO DE LA MATERIA

El estudiante comprenderá las principales técnicas cuantitativas y cualitativas para la recolección de datos en una investigación de mercados internacional, así como las fuentes de información desde donde podría obtener los datos necesarios para el desarrollo de su investigación.

# CONTENIDO TEMÁTICO

## UNIDAD III: Técnicas para el Análisis de Mercados

- Técnicas cuantitativas de investigación de mercados.
  - Población y muestra.
  - La encuesta y sus tipos.
  - Diseño de instrumentos para la obtención de información cuantitativa.
  - Técnicas de análisis estadístico.
  - Procesamiento de información
- Técnicas cualitativas de investigación de mercados.
  - Población y muestra.
  - Diseño de instrumentos de recolección de datos cualitativos.
  - La entrevista.
  - Panel de consumidores.
  - Observación.
  - Grupos de enfoque.
  - Técnicas de análisis de datos cualitativos.

## EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
Actividad: la encuesta	3
Actividad: diseño de recolección de datos y la entrevista	3
Control de lectura: técnicas de análisis	3
Foro: la observación	3
Evaluación de la unidad	3
<b>TOTAL</b>	<b>15 PUNTOS</b>

# ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Demanda Esperada del Producto	Competencia Interna y Externa	Competencia Interna y Externa