

**FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO DE ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL Y
FORMACIÓN DOCENTE
M00-SC-029-A02**

Instituto Tecnológico o Centro o Unidad: Instituto tecnologico Superior de San Andres tuxtla

Nombre del Servicio: Investigación de Mercado

Instructor(a): Judith Concepción Reyes Torres

Introducción La investigación de mercados es un proceso clave para cualquier negocio que busque comprender y satisfacer las necesidades de sus clientes y mantenerse competitivo en el mercado. En este artículo, exploraremos su definición, sus usos, la importancia y las ventajas y desventajas de llevar a cabo una investigación de mercados.

Este curso está especialmente estructurado para profesionales que trabajan en la industria del mercado, a fin de que obtengan las habilidades necesarias para navegar por el entorno competitivo y en constante cambio, atraer a los turistas, y brindar experiencias memorables que impulsen la satisfacción del cliente y la lealtad a largo plazo

- **Justificación** La justificación indica el porqué de la investigación, exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante.
- **Objetivo General:** suele plantearse como hipótesis o planteamiento de un problema al que se quiere dar solución, como propósito firme, es la meta final. Los objetivos generales deben ser reales, posibles y medibles, aunque se establezcan a largo plazo, para así poder analizar los resultados obtenidos en el tiempo.

El curso tiene como meta principal capacitar a los participantes para que puedan mejorar la competitividad y rentabilidad en el mercado que ofrecen, así como traer y retener a los clientes en un mercado altamente competitivo

- **Descripción del Servicio: (6)**

- a. Especificar tipo de mercado:
- b. Duración en horas del curso:
- c. Contenido temático del curso

Temas / Subtemas	Tiempo Programado	Actividades de aprendizaje
Que es una investigación de mercado	5	Comprension del tema
Tipos de mercados		

- d. Elementos didácticos para el desarrollo del curso :Equipo de computo ,internet y material de apoyo
- e. Criterio de evaluación:Asistencia

No.	Criterio	Valor	Instrumento de evaluación
1	Asistencia	50%	
2	Participación y entrega de trabajos	50%	

- **Competencias a desarrollar:** Investigadores de mercado llevan a cabo estudios de mercado en diferentes situaciones (por ejemplo, la apertura de una nueva empresa). Cuando una empresa desea comercializar un nuevo producto o servicio, tiene que averiguar si ese producto o servicio da respuesta a una necesidad, identificar al público objetivo y descubrir lo que opinan los usuarios. Además, un buen estudio de mercado permitirá conocer a la competencia.
- **Fuentes de Información:** Las fuentes de información son instrumentos para el conocimiento, búsqueda y acceso a la información. La difusión del uso de la comunicación a través del ordenador y de flujos de información a través de Internet, adquiere una importancia estratégica decisiva en las sociedades desarrolladas.

**Sociología del Consumo e Investigación de Mercado*
 Autor: Jose Maria Arribas Macho

**Investigación de Mercados*
 Autor: Veronica Rosendo Rios
 Editoria: Esic. Editorial

~~Judith Cocepcion Reyes Torres~~
 Nombre y Firma del Facilitador(a)




 Psic. Guadalupe Sanchez Aldama
 Nombre y Firma del Jefe(a) de
 Desarrollo Académico.