|  |
| --- |
| **VII SEMESTRE** |
| ***Descripción General:*** |
| Asignatura : Sistema de información de Marketing  Año : 4to Año  Horas : 4-0-0  Requisitos : Administración de Mercado y Política de Productos I |
| ***Objetivos Generales:*** |
| * Entregar las herramientas pertinentes para gestionar la búsqueda de información en el ámbito del marketing y su utilización efectiva para la toma de decisiones. |
| ***Contenido Unidades Temáticas:*** |
| *UNIDAD 1 SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADO*  * 1. Conceptos y componentes de un sistema de información.   2. Sistema de registro interno.   3. Sistema de inteligencia de marketing.   4. Sistema de apoyo a las decisiones de marketing.  *UNIDAD 2 LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO EN LA TOMA DE DECISIONES DE*  *MARKETING*  * 1. Papel de la investigación de mercado en la gerencia de marketing.   2. Negocio de la investigación de mercados.   3. Proceso de la investigación de mercados.   4. Decisión de llevar a cabo la investigación.  *UNIDAD 3 DETERMINAR EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y LAS FUENTES DE DATOS*  * 1. Tipo de investigación.   2. Diseño de la investigación.   3. Fuentes de datos.   4. Cambios tecnológicos.   5. Diseño de la investigación internacional y fuentes de datos.   6. Sistema de soporte para las decisiones de marketing.  *UNIDAD 4 DESARROLLO DEL PROCESAMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS*  * 1. Proceso de medición.   2. Medición de actividades.   3. Diseño de controles.   4. Recolección de datos.   5. Investigación exploratoria.  *UNIDAD 5 DISEÑO DE FORMATO PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS*  * 1. Importancia de los cuestionarios.   2. Componentes de los cuestionarios.   3. Diseño de los cuestionarios.  *UNIDAD 6 CASOS Y APLICACIONES* |
| ***Bibliografía de Referencia:*** |
| * Kotler, Philip; Dirección de Mercadotecnia, Edit. Prentice-Hall, 1996. * Solomon y Stuart; Marketing, Edit. Prentice-Hall, 2° Edición, 2001. * Taylor, Kinnear; Investigación de Mercado, Edit. McGraw-Hill, 1998. * Zikmund, William G.; Investigación de Mercados, Edit. Prentice-Hall, 1998. |