



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y RECURSOS HUMANOS SÍLABO

SISTEMA DE INFORMACIÓN DE MERCADOS

I. DATOS GENERALES

1. Departamento Académico	: Ciencias Administrativas y Recursos Humanos
2. Escuela Profesional	: Marketing
3. Programa	: Pregrado
4. Semestre Académico	: 2025 – II
5. Tipo de asignatura	: Obligatoria
6. Modalidad de asignatura	: Presencial
7. Código de asignatura	02506105040
8. Ciclo	: Quinto
9. Créditos	4
10. Horas semanales totales	7
Horas lectivas de teoría	3
Horas lectivas de práctica	2
Horas lectivas totales	5
Horas no lectivas de teoría	: -
Horas no lectivas de práctica	: -
Horas no lectivas totales	: -
Horas de Trabajo Independiente	2
11. Requisito	: Estadística Aplicada a la Gestión Empresarial
12. Docente	: Girón Franco, Graciela Lisbeth.

II. SUMILLA

La asignatura pertenece al área curricular de estudios especializados, tiene como propósito proveer la información requerida de los mercados mediante las diversas técnicas y procedimientos de investigación comercial, para reducir el nivel de incertidumbre en la toma de decisiones en el ámbito comercial.

Desarrolla las siguientes unidades de aprendizaje: 1. Comprensión de los mercados: procesos, métodos, técnicas e instrumentos de investigación. 2. Diseño muestral y trabajo de campo. 3. Procesamiento de información y análisis de resultados. 4. Comunicación de los resultados.

La asignatura exige del estudiante la elaboración de una monografía sobre una investigación de mercados.

III. COMPETENCIA Y SUS COMPONENTES COMPRENDIDOS EN LA ASIGNATURA

3.1. Competencia

Investigación

Realiza investigaciones, relacionadas con su profesión, bajo la guía de un profesional de mayor experiencia.

3.2. Componentes

Capacidades

- Utiliza el lenguaje de la ciencia y el método científico en la construcción de conocimiento en ciencias empresariales y sus posibilidades de aplicación en las organizaciones.
- Aplica técnicas de recuperación y del análisis de contenido de datos e informaciones, a partir de fuentes bibliográficas y bases de datos confiables
- Utiliza el método científico, modelos y técnicas cuantitativos y cualitativos, para producir conocimiento organizacional con relevancia social y rigurosidad.
- Utiliza las mejores evidencias científicas disponibles para identificar problemas de investigación y tomar decisiones organizacionales.

Actitudes y valores

- Búsqueda de la verdad.
- Integridad (honestidad, equidad, justicia, solidaridad y vocación de servicio)
- Conservación ambiental
- Trabajo en equipo.

IV. PROGRAMACIÓN DE CONTENIDOS

UNIDAD 1								
COMPRESIÓN DE LOS MERCADOS: PROCESOS, MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN								
CAPACIDAD: Utiliza el lenguaje de la ciencia y el método científico en la construcción de conocimiento en ciencias empresariales y sus posibilidades de aplicación en las organizaciones.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
1	- La investigación de mercados: objeto y método de estudio. - Importancia de los sistemas de información de mercados – SIM.	- Comprende los alcances del sílabo: competencia, capacidades y contenidos. Reconoce las normas de comportamiento y evaluación de los aprendizajes. - Comprende el concepto de objeto y método de estudio en una investigación de mercado. (CPC: a, d, j) Taller 1: Analizan casos reales para identificar el objeto y método de estudio de la investigación de mercados.	Sesión N°1 Presentación del sílabo Exposición – diálogo	3	2	-		2
		Actividad N°1: Expone la importancia de los sistemas de información de mercados para la toma de decisiones en la organización. Elabora un diagrama con apoyo de una herramienta de IA. - Revisa la Guía para Desarrollar la Investigación Formativa. <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Con ayuda de una herramienta de IA, investiga sobre tipos de investigación que se utilizan en la investigación de mercados. Elabora un gráfico de llaves	Sesión N°2 Taller Trabajo en equipo Uso de Chat GPT u otra					
2	Tipos y metodología de investigación de mercados	- Discute el gráfico de llaves sobre tipos de investigación que se utilizan en la investigación de mercados. Taller 2: Comprende los tipos y métodos de la investigación de mercados y su aplicación en las organizaciones, a través del análisis de un caso. (CPC: a, j) Organiza el Trabajo de Investigación Formativa – TIF: (una monografía sobre una investigación de mercados).	Sesión N°3 Exposición – diálogo Trabajo en equipo	3	2	-		2
		Actividad N°2: Elige el tema de su investigación, según las orientaciones del docente. - Elige y justifican su tema de investigación - Comprende el esquema del plan de investigación - Aplica orientaciones para el registro de fuentes de información según la norma APA. <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Visiona el video Métodos, técnicas e instrumentos de investigación. ¿Cuál es la diferencia? https://youtu.be/yUQ_OVtLNco?si=C11d_CeFRtPxmFFr - Elabora cuadro comparativo	Sesión N°4 Exposición efectiva					
3	Técnicas e Instrumentos (cuantitativos y cualitativos)	- Discute el cuadro comparativo sobre metodologías, técnicas e instrumentos de investigación. (CPC: a, k) Taller 3: Selecciona la metodología, técnica e instrumento de investigación según el objetivo de investigación, en un caso.	Sesión N°5 Exposición – diálogo Recensión del video Trabajo en pares	3	2	-		2
		Actividad N°3: Diferencia las ventajas, desventajas y los objetivos de las técnicas e instrumentos de investigación. (CPC: a, d, k) - Utilizando una herramienta de IA, ejemplificar situaciones de aplicación de las técnicas e instrumentos para su posterior análisis. <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Lee el artículo https://www.fide.edu.pe/blog/detalle/236-fases-del-proceso-de-la-investigacion-de-mercados/. Grafica el proceso.	Sesión N°6 Trabajo en pares Uso de ChatGPT u otra Ejemplificaciones					
4	- Fases de la investigación de mercados - Diseño de la investigación - Configuración de un sistema de información marketing SIM	- Explica el gráfico sobre el proceso de investigación de mercados elaborado. - Comprende la investigación comercial, sus fases, diseños y presupuestos. - Aplica conceptos para diseñar un tipo de investigación que será utilizado para su trabajo final, considerando los elementos del protocolo de investigación. Taller 4: Elabora, con ayuda de una herramienta de IA, un diagrama considerando los elementos que configuran un sistema de información de marketing.	Sesión N°7 Exposición – diálogo Taller Uso de ChatGPT u otra Ejemplificaciones	3	2	-		2
		Actividad N°4: Monitoreo I. Presenta el Plan de Investigación Formativa, según las pautas de la Guía de Investigación Formativa. (una monografía sobre una investigación de mercados). (CPC: m) <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Investiga los conceptos de población y muestra, considera 5 referencias confiables, para cada uno. Elabora fichas de registro.	Sesión N°8 Presentación efectiva Realimentación docente					

UNIDAD 2 DISEÑO MUESTRAL Y TRABAJO DE CAMPO								
CAPACIDAD: Aplica técnicas de recuperación y del análisis de contenido de datos e informaciones, a partir de fuentes bibliográficas y bases de datos confiables.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
5	- Población y muestra. - Estimación de la población y marcos muestrales, identificación de fuentes confiables	- Presenta los conceptos identificados y elabora un concepto propio sobre población y muestra. - Comprende la diferencia entre población y muestra. Taller 5: A partir de casos de estudio, define la población objetivo, identifica posibles marcos muestrales, evalúa y selecciona fuentes confiables para la obtención de información. (CPC: a, j, k)	Sesión N° 9 Exposición – diálogo Taller Trabajo en equipo	3	2	-	-	2
		Actividad N°5: Estima a la población universo e identifica el marco muestral para su trabajo de investigación formativa, considerando fuentes confiables. Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI): - Con ayuda de una herramienta de IA, elabora un cuadro comparativo sobre tipos y técnicas de muestreo	Sesión N° 10 Taller Exposiciones efectivas					
6	- Tipos y técnicas de muestreo - Cálculo del tamaño muestral - Dilema ético en sistema de información de mercados.	- Discute el cuadro comparativo sobre tipos y técnicas de muestreo. Taller 6: Compara los distintos tipos de muestreo y explica su utilidad en un caso aplicativo. - Elige el tipo y técnica de muestreo pertinente al objeto y tipo de investigación - Realiza aplicaciones de muestreo estadístico, según tipos. (CPC: a, k) - Desarrolla ejercicios de aplicación en Excel.	Sesión N°11 Exposición – diálogo Taller	3	2	-	-	2
		Actividad N°6: Dilema ético: Tergiversar deliberadamente los métodos o los resultados de la investigación. (CPC: g) - Reflexiona los valores institucionales de la USMP. Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI): - Lee el artículo Diseño Muestral https://todoestadistica.com/disenio-muestral/ Elabora un gráfico del proceso identificado.	Sesión N°12 Informe sobre dilema y reflexión de los valores institucionales					
7	- El diseño muestral - Validación del diseño muestral	- Explica el gráfico elaborado, identificando las etapas de proceso de diseño muestral. - Comprende la importancia del diseño muestral en la investigación de mercado. Taller 7: Construye el diseño muestral, considerando el objeto, el tipo y el acceso a la población. - Explica y fundamenta el tipo de muestreo considerado en el trabajo de investigación formativa. (CPC: a, k)	Sesión N° 13 Exposición – diálogo Taller	3	2	-		2
		Actividad N°7: Monitoreo II. Presenta el avance del Trabajo de Investigación Formativa – TIF, con la recopilación y análisis de la información para la elaboración de una monografía sobre una investigación de mercados. (CPC: m) Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI): - Identifica 5 cuestionarios relacionados a la investigación que realiza y elabora una matriz descriptiva.	Sesión N° 14 Presentación efectiva Realimentación docente					
8	- Diseño de instrumentos de recolección de datos - El trabajo de campo	- Describe las características de los cuestionarios identificados en la matriz descriptiva. Actividad N°8: Selecciona el instrumento más adecuado para la recolección de la información primaria. - Elabora una matriz de operacionalización, que sustente las preguntas que se considerarán en el instrumento. (CPC: a, k) - Elabora un mapa mental sobre la fase del trabajo de campo.	Sesión N°15 Exposición – diálogo Taller Uso de Chat GPT u otra	3		-	-	-
	Examen Parcial: Evalúa las capacidades de la primera y segunda unidad de aprendizaje. (CPC: m)		Sesión N°16 Evaluación		2			
	Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI): Investiga sobre la planificación del trabajo de campo utilizando una herramienta de IA, solicita los pasos, recursos y recomendaciones clave para organizar y ejecutar esta etapa de la investigación. Elabora una infografía.		•					2

UNIDAD 3 PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS								
CAPACIDAD: Utiliza el método científico, modelos y técnicas cuantitativos y cualitativos, para producir conocimiento organizacional con relevancia social y rigurosidad.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
9	Planificación del trabajo de campo	- Explica la infografía elaborada sobre la planificación del trabajo de campo. Taller 9: Elabora los componentes de un plan de acción para la recopilación de la información primaria - trabajo de campo (CPC: a, k)	Sesión N°17 Exposición dialogada Trabajo en pares	3	2	-		2
		Actividad N°9: Elabora los lineamientos y recomendaciones para la ejecución del presupuesto destinado al recojo de datos, tomando como base un caso aplicado de investigación de mercados. <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Investiga sobre la planificación del procesamiento de datos en la investigación de mercados, utilizando una herramienta de IA, considera las etapas a seguir. Elabora un gráfico.	Sesión N°18 Trabajo en pares					
10	Planificación del procesamiento de datos.	- Discute el gráfico elaborado sobre la planificación del procesamiento de datos. - Comprende las etapas del procesamiento de datos, para métodos cuantitativos y cualitativos. Elabora un diagrama. (CPC: a, k). Taller 10: Reconoce la importancia del control de calidad de los datos recabados, y los ingresa en un soporte informático para su procesamiento.	Sesión N°19 Exposición – diálogo Trabajo en pares	3	2	-		2
		Actividad N°10: Identifica y prepara los archivos de datos apropiados para el procesamiento estadístico (Excel y software libre), basándose en la estructura y contenido del instrumento de recolección de información empleado en la investigación formativa. - Describe la base de datos generada en base a la investigación formativa.	Sesión N°20 Trabajo en equipo Reporte					
11	XIX Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios.	Actividad N°11: Elabora reportes de participación en la Jornada de Intercambio de Experiencias Empresariales y de Negocios. (CPC: m) <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Lee el artículo Estadística descriptiva e inferencial en el análisis de datos. https://www.cognodata.com/blog/estadistica-descriptiva-e-inferencial-analisis-datos/?utm_source=chatgpt.com Elabora un diagrama de llaves.	Sesión N°21 Conferencias y seminarios de discusión	3	2	-		2
			Sesión N°22 Elaboración de reportes					
12	Tratamiento y análisis de los datos (análisis descriptivo e inferencia estadística.) Interpretación de los datos	- Explica el diagrama de llaves elaborado sobre conceptos de estadística descriptiva e inferencial. Taller 12: Aplica técnicas de estadística descriptiva e inferencial. (CPC: a,k) - Interpreta resultados en contexto del trabajo de investigación. (CPC: j)	Sesión N°23 Exposición – diálogo	3	2	-		2
		Actividad N°12: Monitoreo III. Presenta el esquema de redacción y avance del Trabajo de Investigación Formativa – TIF: Elaboración de una monografía sobre una investigación de mercados. (CPC: m) <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Investiga diferentes formas de presentar resultados de una investigación de mercados, revisando informes ya elaborados disponibles en línea, identifica formatos, recursos visuales y estilos de redacción más utilizados.	Sesión N°24 Presentaciones efectivas Realimentación docente					

UNIDAD 4 COMUNICACIÓN DE LOS RESULTADOS								
CAPACIDAD: Utiliza las mejores evidencias científicas disponibles para identificar problemas de investigación y tomar decisiones organizacionales.								
SEMANA	CONTENIDOS CONCEPTUALES	CONTENIDOS PROCEDIMENTALES	ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	HORAS LECTIVAS		HORAS NO LECTIVAS		HTI
				HT	HP	HT	HP	
13	• Diseño de resultados	- Explica los formatos, recursos visuales y estilo de redacción más utilizados en la presentación de resultados. Taller 13: Selecciona la forma de presentar los resultados (gráficos, tablas, infografías, dashboards). (CPC: a, k)	Sesión N°25 Exposición – diálogo Taller	3	2	-	-	2
		Actividad N°13: Simula decisiones de marketing con la información obtenida a partir del análisis realizado. (CPC: d) <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Prepara el informe final del Trabajo de investigación formativa.	Sesión N°26 Trabajo en equipo Reporte					
14	- Organización de los resultados - Toma de decisiones	- Organiza los resultados de la investigación realizada en base a los objetivos planteados. (CPC: a, j, k) - Propone recomendaciones para la toma de decisiones de marketing. (CPC: d) <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Prepara la presentación de resultados del trabajo de investigación formativa.	Sesión N°27 Exposición – diálogo	3	2	-	-	2
		Actividad N°14: Monitoreo IV. Entrega del Trabajo final de Investigación Formativa: Elaboración de una monografía sobre una investigación de mercados. (CPC: m)	Sesión N°28 Realimentación docente					
15	• Comunicación de experiencias investigativas en la elaboración de una monografía sobre una investigación de mercados	Actividad N°15: Realiza exposiciones interactivas sobre aspectos cognitivos, procedimentales y actitudinales manifestados en la elaboración de la monografía sobre una investigación de mercados. (CPC: i) <u>Tarea académica para las horas de trabajo independiente (HTI):</u> - Prepara el examen final.	Sesión N° 29 Sustentación individual del trabajo de investigación Realimentación docente	3	2	-	-	2
			Sesión N° 30 Sustentación individual del trabajo de investigación Realimentación docente					
16	Examen final: Tiene carácter integrador, evalúa la competencia de la asignatura y las capacidades de las cuatro unidades de aprendizaje. (CPC: i, m)		Sesión N° 31 Evaluación	3	2	-	-	2
			Sesión N° 32 Reporte					

V. ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS

La actividad docente en las sesiones y experiencias independientes de aprendizaje se orienta al desarrollo de capacidades y logro de la competencia del perfil profesional de los graduados, en correspondencia al modelo educativo y enfoque pedagógico asumido por la USMP. Ello supone que la adquisición de conocimientos por el estudiante no es resultante de la transmisión de la información por el docente, sino que es una construcción individual del propio estudiante en un contexto social en el que se relacionan, de manera activa, las estructuras cognitivas ya existentes con los nuevos contenidos por aprender; aplicables en distintos contextos de desempeño personal y social, por lo que el estudiante es considerado el actor principal de su aprendizaje y el profesor un mediador, organizador y orientador de experiencias de aprendizaje que los estudiantes han de vivir, a lo largo de su formación.

La **estrategia didáctica preferente es el aprendizaje invertido (flipped learning)**, sin embargo, el profesor podrá utilizar las estrategias de aprendizaje y enseñanza basado en problemas, las técnicas de la problematización y la contextualización de los contenidos educativos, el estudio de casos; la lectura comprensiva de textos impresos, visuales y audiovisuales (recensión), sesiones en línea, diversos tipos de foros; plataformas web para simulaciones y el análisis de información, así como diversas formas de comunicación educativa sincrónica, entre otras. Especial mención merece la aplicación del método investigativo orientado a la búsqueda creadora de información, que propicia en el estudiante un mayor nivel de independencia cognoscitiva y pensamiento crítico, acorde con las exigencias de la sociedad actual, caracterizada por el valor del conocimiento y su aplicación práctica en la solución de problemas que nos plantea la realidad y el desarrollo de la ciencia y la tecnología.

VI. RECURSOS DIDÁCTICOS

Libros digitales, portafolio, sesiones en línea, foros, chats, correo, video tutoriales, wikis, blog, e-books, videos explicativos, organizadores visuales, presentaciones multimedia, herramientas IA entre otros.

VII. EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación del aprendizaje comprende:

- **Evaluación diagnóstica.** Se realiza al inicio de la asignatura y de las sesiones de aprendizaje, para conocer los saberes que los estudiantes poseen al emprender el estudio de los contenidos educativos programados y sirve al profesor para adoptar las decisiones académicas pertinentes. Su aplicación es de responsabilidad profesional en su función docente.
- **Evaluación de proceso (EP).** Se realiza a través de la observación progresiva del desempeño del estudiante en la realización de la exigencia académica de la asignatura y las actividades de aprendizaje significativo previstas en el sílabo. **Evalúa preferentemente el saber hacer y las actitudes** de las capacidades demostradas por los estudiantes. Se consolida y reporta mensualmente al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, en las fechas programadas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las evaluaciones mensuales que corresponde al desempeño académico del estudiante: $EP = (EP1 \times 0.25) + (EP2 \times 0.25) + (EP3 \times 0.25) + (EP4 \times 0.25)$.
- **Evaluación de resultados (ER).** Se realiza mediante la aplicación de un examen parcial (Ep) y otro examen final (Ef), elaborados técnicamente por el profesor, considerando los siguientes dominios de aprendizaje: a) conocimiento (manejo de información), b) comprensión, c) aplicación, d) análisis, e) síntesis y f) evaluación (juicio de valor), **examinándose preferentemente el saber conceptual y el saber hacer**. Los resultados son reportados al Sistema de Ingreso de Notas de la Facultad, dos veces durante el semestre, en las fechas establecidas. Tiene un peso de 50% para la nota final y resulta del promedio ponderado de las dos evaluaciones escritas programadas: $ER = (Ep \times 0.4) + (Ef \times 0.6)$.

El **Promedio final (PF)** resulta de la aplicación de la siguiente fórmula:

$$PF = \frac{EP + ER}{2}$$

VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

8.1. Bibliográficas

- López Ortuño, E. (2020). *Sistemas de Información de Mercados*. España, Editorial Marcombo.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. (11ª. Ed.). México: Pearson Educación.
- Linares, J. (2009). *Investigación de mercados*. (2ª. ed.). Perú: Editorial San Marcos EIRL.
- Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados: Conceptos esenciales*. (1ª ed.). México: Pearson Educación.
- Merino, M., Pintado, T., Sánchez-Herrera, J., & Grande, I. (2015). *Introducción a la investigación de mercados* (2ª ed.). Madrid: Esic Editorial.

8.2. Electrónicas

- ADEX Data Trade Estudios de mercado <https://www.adexdatatrade.com/Members/EstudiosMercado.aspx>

a) Marketing	b) Finanzas	c) Contabilidad	d) Gestión	e) A. Legal	f) Economía	g) Ética	h) D. Global	i) Comunicación en Negocios	j) Sis. Información	k) Cuantitativo	l) Política	m) Integradora	Carga total del estudiante
53	0	0	4.5	0	0	2	0	12	6	16.5	0	18	112

Sistematizado por: Graciela Girón Franco

Fecha: 25 de julio de 2025

Revisión pedagógica: René Del Águila Riva