



Guía pedagógica y de evaluación del módulo

Investigación de mercados

Currículum Laboral

Área(s):

Contaduría y Administración

Carrera(s):

Profesional Técnico-Bachiller en Administración

Profesional Técnico-Bachiller en Contabilidad

4º Semestre

Editor: Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Módulo: Investigación de mercados

Área(s): Contaduría y Administración

Carrera(s): PT-B en Administración
PT-B en Contabilidad

Semestre(s): Cuarto

Horas por semana: 5

Fecha de diseño o actualización: 4 de noviembre de 2024

Vigencia: a partir de la aprobación de la Junta Directiva y en tanto no se genere un documento que lo actualice.

© Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio, sin autorización por escrito del CONALEP.

Directorio

Rodrigo Alejandro Rojas Navarrete
Dirección General

Hugo Nicolás Pérez González
Secretaría Académica

Patricia Alejandra Bernal Monzón
Dirección de Diseño Curricular

Investigación de mercados

Contenido

	Pág.
I	Guía pedagógica
1	Descripción 5
2	Generalidades pedagógicas 6
3	Orientaciones didácticas 8
4	Estrategias de aprendizaje 10
5	Autonomía didáctica 12
II	Guía de evaluación
6	Descripción 13
7	Tabla de ponderación 15
8	Matriz de valoración o rúbrica 16

I. Guía pedagógica

1. Descripción

La Guía Pedagógica, es un documento que integra elementos técnico-metodológicos planteados de acuerdo con los principios y lineamientos del **Modelo Académico del CONALEP**, para orientar la práctica educativa del docente y el proceso de aprendizaje en el alumnado en el desarrollo de habilidades previstas en los programas de estudio.

Tomando en consideración el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior (MCCEMS) el docente asume el rol de diseñador didáctico, innovador educativo, agente de transformación social, el cual se rige por principios orientadores, acompañando al estudiantado hacia una participación activa que potencialice su desarrollo; identificando los intereses y necesidades de aprendizaje que le lleven a resolver desafíos en su contexto, favoreciendo con ello el modelo de una escuela abierta, que atienda a la diversidad cultural, lingüística, de género, a la interacción entre grupos sociales, la coherencia entre los valores y objetivos de cada módulo.

Considerando al alumnado como protagonista para la transformación social, a través del desarrollo de un pensamiento crítico, analítico y flexible, se busca acercarle elementos de apoyo que le muestren cómo desarrollar **habilidades, conocimientos, actitudes y valores** en un contexto específico. Mediante la guía pedagógica el alumno podrá **autogestionar su aprendizaje** por medio del uso de estrategias flexibles y apropiadas que se puedan transferir y adoptar a nuevas situaciones y contextos, e ir dando seguimiento a sus avances a través de la autoevaluación, la coevaluación y la evaluación formativa.

2. Generalidades pedagógicas

Nuestro modelo académico se fundamenta en una base pedagógica centrada en la teoría constructivista con un enfoque humanista, que reconoce la diversidad local, regional, nacional e internacional; combinado con el nuevo MCCEMS permite mantener una didáctica que apuesta por el desarrollo de la voluntad de aprender y por la conexión entre el contenido teórico y la realidad.

Se pretende fomentar un aprendizaje, situado, profundo y significativo, que promueva la transversalidad mediante el desarrollo de estrategias de enseñanza basadas en proyectos integradores, que articulen los conocimientos con las unidades de aprendizaje y con los recursos socioemocionales, orientando a la formación integral del estudiantado.

El alumnado asume un rol protagónico en el proceso educativo, involucrándose en la resolución de problemas económicos, políticos, sociales y ambientales para contribuir a la construcción de un mundo más justo, pacífico y sostenible, bajo el acompañamiento, orientación y conducción del docente, quien, basándose en su experiencia, buscará combinar estrategias didácticas que incorporen materiales y recursos significativos para el aprendizaje del estudiante.

De acuerdo con lo anterior, se debe considerar que el papel que juega el alumnado y el personal docente en el marco del Modelo Académico del CONALEP tenga, entre otras, las siguientes características:

El alumnado:

- ❖ Gestiona su aprendizaje permanente.
- ❖ Mejora su capacidad para resolver problemas.
- ❖ Trabaja de forma colaborativa.
- ❖ Se comunica asertivamente.
- ❖ Busca información actualizada de fuentes confiables.
- ❖ Construye su conocimiento.
- ❖ Adopta una posición crítica, autónoma y propositiva.
- ❖ Realiza responsablemente los procesos de autoevaluación y coevaluación.
- ❖ Se vuelve agente de transformación social.
- ❖ Actúa con valores y principios éticos.
- ❖ Practica hábitos saludables para el autocuidado.
- ❖ Construye un pensamiento crítico, analítico y flexible.

El personal docente:

- ❖ Considera necesidades e intereses de los estudiantes que propicien la motivación y participación activa.
- ❖ Domina y estructura los saberes para facilitar experiencias de aprendizaje.
- ❖ Planifica los procesos de enseñanza dirigidos al logro de resultados de aprendizaje de manera efectiva, creativa e innovadora aplicado a su contexto.
- ❖ Evalúa los aprendizajes con un enfoque formativo, retroalimentando para la búsqueda de la mejora continua.
- ❖ Construye ambientes para el aprendizaje autónomo y colaborativo.
- ❖ Contribuye a la generación de un ambiente que facilite el desarrollo sano e integral de los estudiantes.
- ❖ Propone proyectos integradores en búsqueda de la transversalidad, para la solución de problemáticas contextuales, vinculadas a la comunidad generando el sentido de la experimentación pedagógica.
- ❖ Utiliza tecnologías de la información y comunicación, tecnologías de aprendizaje y conocimiento, tecnologías del empoderamiento y participación, como recursos didácticos.
- ❖ Agente de transformación social.
- ❖ Participa de forma colaborativa en el trabajo de academias.

3. Orientaciones didácticas

Para el logro del propósito de cada **unidad de aprendizaje** del módulo, se recomienda al personal docente lo siguiente:

- Identificar los componentes básicos de los resultados de aprendizaje para realizar la planeación didáctica, seleccionando actividades pertinentes y contextualizadas, considerando los elementos con los que se puede trabajar el contenido y que promuevan la reflexión, el diálogo y la discusión.
- Plantear el objetivo de cada actividad, asegurando su contextualización de acuerdo con las características de la comunidad, municipio, región y estados, y aplicando métodos y estrategias que favorezcan aprendizajes significativos.
- Abordar conocimientos previos a través de actividades diseñadas para explorar saberes e ideas precedentes, seleccionando aquellas que activen la atención del estudiantado y promuevan la participación.
- Retroalimentar las actividades y trabajos del estudiantado para orientar sobre sus avances y áreas de mejora, promoviendo la coevaluación, autoevaluación y heteroevaluación para favorecer una retroalimentación formativa y asertiva.
- Plantear actividades dirigidas al trabajo directo con la comunidad, como complemento a lo revisado en clase, y fomentar el aprendizaje práctico fuera del aula, incluyendo dinámicas con la comunidad y familiares.
- Aplicar la transversalidad buscando proyectos que se interrelacionen de forma horizontal y vertical basado en el mapa curricular.
- Promover la coevaluación, autoevaluación y heteroevaluación para favorecer la retroalimentación formativa y asertiva
- Crear o mantener un repositorio de información digital donde el estudiantado pueda consultar los materiales necesarios.
- Ajustes razonables: Realizar adaptaciones en las prácticas de instrucción y evaluación para estudiantes con necesidades especiales, eliminando barreras y permitiendo su plena participación.
- Ambiente educativo inclusivo: Fomentar un entorno educativo inclusivo y accesible para todos los estudiantes, asegurando la comunicación efectiva entre docentes, padres y especialistas para atender las necesidades específicas de cada estudiante.
- Promover la transparencia, honestidad y responsabilidad en las acciones cotidianas de los estudiantes, desarrollando su pensamiento crítico a través de debates y análisis éticos.
- Motivar a los estudiantes a participar activamente en la vida comunitaria, comprender sus derechos y deberes, y realizar proyectos que integren principios de derechos humanos y respeto mutuo.

- Igualdad: Mantener y promover una postura que fomente la inclusión y valoración de la diversidad, integrando información sobre igualdad y no discriminación. Asegurar entornos educativos inclusivos y seguros, especialmente para mujeres, niñas, adolescentes y personas en situación de vulnerabilidad, impulsando la cultura de paz y respeto en toda la comunidad escolar.
- Durante el desarrollo del módulo, se recomienda considerar la Didáctica de la Formación Socioemocional y los acuerdos del MCCEMS, a fin de integrar en sus prácticas educativas los Recursos Socioemocionales y Ámbitos de la Formación socioemocional del currículum ampliado, enfatizando la formación de estudiantes responsables y comprometidos con su bienestar y el de su comunidad. Los acuerdos se pueden encontrar en las siguientes ligas:
 - Acuerdo número 09/05/24 que modifica el diverso número 09/08/23 por el que se establece y regula el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior. https://sep.gob.mx/work/models/sep1/Resource/26394/1/images/a09_05_24.pdf
 - Acuerdo número 09/08/23 por el que se establece y regula el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5699835&fecha=25/08/2023#gsc.tab=0
 - Anexo del Acuerdo número 09/08/23 por el que se establece y regula el Marco Curricular Común de la Educación Media Superior, https://www.dof.gob.mx/2023/SEP/ANEXO_ACUERDO_MCCEMS.pdf

4. Estrategias de aprendizaje

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 1.1, se recomienda al alumnado:

- Realizar individualmente un resumen acerca del tema investigación de mercados.
- Investigar individualmente acerca de las técnicas cuantitativas de mercado y trae ejemplos.
- Debatir en forma grupal acerca del tema investigación de mercados.
- Realizar mesas redondas para la interpretación del tema segmentación de mercados.
- Realizar en equipo un trabajo escrito acerca de la segmentación de mercados.
- Recopilar información acerca del tema investigación de mercados y segmentación de mercados.
- Realizar en equipos un mapa mental acerca de del proceso de investigación de mercados.
- Elaborar una muestra administrativa acerca de la planeación e investigación de mercados.
- Comentar en forma grupal dudas acerca del tema.
- **Realizar la actividad de evaluación 1.1.1 considerando la rúbrica correspondiente.**

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 1.2, se recomienda al alumnado:

- Reunir en forma individual revistas, referente a la forma de actuar de los consumidores.
- Realizar en equipo un cuadro sinóptico acerca del comportamiento del consumidor.
- Realizar un comparativo acerca de los consumidores de un estado y otro tomando en cuenta un mismo producto.
- Recaudar imágenes, fotos, folletos etcétera., acerca del tema medios de publicidad en el ámbito del comerciante.
- Investigar individualmente el impacto de la mercadotecnia en las redes sociales/digitales.
- **Realizar la actividad de evaluación 1.2.1 considerando la rúbrica correspondiente.**

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 2.1, se recomienda al alumnado:

- Realizar en forma individual un resumen del tema identificación de la muestra.
- Recopilar información documental acerca del tema muestra.
- Realizar individualmente ejercicios acerca del muestreo.
- Elaborar individualmente un mapa conceptual acerca del tema muestreo.
- Realizar en equipo un cuadro comparativo acerca del tema selección del procedimiento de muestreo.
- **Realizar la actividad de evaluación 2.1.1 considerando la rúbrica correspondiente.**

Para el desarrollo del resultado de aprendizaje 2.2, se recomienda al alumnado:

- Realizar un ejercicio de un cuestionario acerca de un producto específico.
- Graficar en equipo la información de dicho cuestionario.
- Presentar en equipo un informe detallado de los datos obtenidos derivados del cuestionario.
- **Realizar la actividad de evaluación 2.2.1 considerando la rúbrica correspondiente.**

5. Autonomía didáctica

De acuerdo con el MCCEMS, las y los docentes tienen la facultad de decidir estrategias pedagógicas basadas en el contexto y las necesidades del estudiantado, utilizando el PAEC, las progresiones de aprendizaje, resultados de aprendizaje o competencias laborales, para planificar y retroalimentar los procesos de enseñanza. La flexibilidad permite adaptar estos programas a la diversidad de contextos educativos y características tanto del estudiantado como del personal docente.

Con ello, se reconoce que la función del personal docente implica, ante todo, una labor de investigación y promoción del autoaprendizaje; fomentando actividades que consideren el aprendizaje contextualizado, colaborativo, participativo y lúdico, así como el diálogo, el trabajo en equipo y la utilización pertinente, sostenible y responsable de las tecnologías de la información, comunicación, conocimiento y aprendizaje digital (TICCAD), en los procesos de la vida cotidiana con una perspectiva crítica de los contenidos y materiales disponibles en medios electrónicos, plataformas virtuales y redes sociales.

En este sentido, el personal docente seleccionará y realizará prácticas y actividades transversales que garanticen un mayor desarrollo de aprendizajes y habilidades, basadas en su experiencia, el contexto del grupo, la comunidad y el desempeño del estudiantado, priorizando las corrientes pedagógicas actuales y las tecnologías de información y comunicación (TIC), las tecnologías del aprendizaje y conocimiento (TAC) y las tecnologías del empoderamiento y la participación (TEP) como herramientas de apoyo al proceso de enseñanza – aprendizaje. De igual manera, se espera que el estudiantado asuma su responsabilidad y tome un papel activo en el proceso de desarrollo de habilidades, conocimientos, actitudes y valores que le permitirán ingresar al mundo laboral y participar de manera destacada en la sociedad.

II. Guía de evaluación

6. Descripción

La guía de evaluación es un documento que define el proceso de recolección y valoración de las evidencias requeridas por el módulo desarrollado y tiene el propósito de orientar en la evaluación de las habilidades, conocimientos y actitudes adquiridos por el estudiantado, asociados a los Resultados de Aprendizaje; en donde, además, se describen las técnicas y los instrumentos a utilizar, así como la ponderación de cada actividad de evaluación.

Durante el proceso de enseñanza - aprendizaje es importante considerar tres finalidades de evaluación: diagnóstica, formativa y sumativa.

La **evaluación diagnóstica** nos permite establecer un punto de partida fundamentado en la detección de la situación en la que se encuentran nuestros estudiantes. Permite también establecer vínculos socio-afectivos entre el docente y su grupo. El estudiantado a su vez podrá obtener información sobre los aspectos donde deberá hacer énfasis en su dedicación. El docente podrá identificar intereses, necesidades y características del grupo para orientar adecuadamente sus estrategias. En esta etapa pueden utilizarse mecanismos informales de recopilación de información.

La **evaluación formativa** se realiza durante todo el proceso de aprendizaje del estudiantado, de manera constante, ya sea al finalizar cada actividad de aprendizaje o en la integración de varias de éstas. Tiene como finalidad informar al estudiantado de sus avances con respecto a los aprendizajes que deben alcanzar y advertirle sobre dónde y en qué aspectos tiene debilidades o dificultades para poder regular sus procesos. Aquí se admiten errores, se identifican y se corrigen; es factible trabajar colaborativamente. Asimismo, el personal docente puede asumir nuevas estrategias que contribuyan a mejorar los resultados del grupo, entendiendo que la evaluación es un proceso que construye para retroalimentar y tomar decisiones orientadas a la mejora continua, en distintos rubros.

Finalmente, la **evaluación sumativa** es adoptada básicamente por una función social, ya que mediante ella se asume una acreditación, una promoción, un fracaso escolar, índices de deserción, etc., a través de criterios estandarizados y claramente definidos. Las evidencias se elaboran en forma individual, puesto que se está asignando, convencionalmente, un criterio o valor. Manifiesta la síntesis de los logros obtenidos por ciclo o período escolar.

Con respecto al agente o responsable de llevar a cabo la evaluación, se distinguen tres categorías: la **autoevaluación** que se refiere a la valoración que hace el alumno sobre su propia actuación, lo que le permite reconocer sus posibilidades, limitaciones y cambios necesarios para mejorar su aprendizaje. Los roles de evaluador y evaluado coinciden en la misma persona.

La **coevaluación** es aquella en la que las y los alumnos se evalúan mutuamente, es decir, evaluadores y evaluados intercambian su papel alternativamente; las y los alumnos en conjunto, participan en la valoración de los aprendizajes logrados, ya sea por algunos de sus miembros o del grupo en su conjunto; la coevaluación permite al alumnado y al profesorado:

- Identificar los logros personales y grupales
- Fomentar la participación, reflexión y crítica constructiva ante situaciones de aprendizaje
- Opinar sobre su actuación dentro del grupo
- Desarrollar actitudes que promuevan la integración del grupo
- Mejorar su responsabilidad e identificación con el trabajo
- Emitir juicios valorativos acerca de otros en un ambiente de libertad, compromiso y responsabilidad

La **heteroevaluación** es el tipo de evaluación que con mayor frecuencia se utiliza, donde el docente es quien evalúa, su variante externa, se da cuando agentes no integrantes del proceso enseñanza-aprendizaje son los evaluadores, otorgando cierta objetividad por su no implicación.

En dos rúbricas diferentes de la guía de evaluación se establece un indicador específico para la autoevaluación y coevaluación; a su vez, la heteroevaluación queda establecida en una rúbrica que podría ser evaluada por un experto o docente que no haya impartido el módulo a ese grupo.

Cada uno de los Resultados de Aprendizaje (RA) tiene asignada al menos una actividad de evaluación (AE), a la que se le ha determinado una ponderación con respecto a su complejidad y relevancia. Las ponderaciones de las AE deberán sumar 100%.

7. Tabla de ponderación

La ponderación que se asigna en cada una de las actividades de evaluación se representa en la Tabla de ponderación que, además, contiene los Resultados y Unidades de aprendizaje a las cuales pertenecen. La columna “Actividad de evaluación” indica la codificación asignada a ésta desde el programa de estudios y que a su vez queda vinculada al Sistema de Evaluación Escolar (SAE). Asimismo, la columna “Peso específico”, señala el porcentaje definido para cada actividad; la columna “Peso logrado” es el nivel que la o el alumno alcanzó con base en las evidencias o desempeños demostrados; y la columna “Peso acumulado” se refiere a la suma de los porcentajes alcanzados en las diversas actividades de evaluación a lo largo del ciclo escolar.

Unidad de aprendizaje	Resultado de aprendizaje	Actividad de evaluación	% Peso específico	% Peso logrado	% Peso acumulado
1. Planeación de la investigación	1.1 Define los objetivos de investigación de acuerdo con el problema de mercado identificado en la empresa.	1.1.1	30		
	1.2 Realiza la investigación preliminar de mercado mediante sondeos de opinión al consumidor.	1.2.1	25		
% PESO PARA LA UNIDAD			55 %		
2. Recopilación y análisis de la información	2.1 Selecciona la muestra de la población a encuestar a través del cálculo estadístico.	2.1.1	30		
	2.2 Realiza encuestas mediante la aplicación de cuestionarios a la muestra de población seleccionada.	2.2.1	15		
% PESO PARA LA UNIDAD			45 %		
PESO TOTAL DEL MÓDULO			100%		

8. Matriz de valoración o rúbrica

Otro elemento que complementa a la Tabla de ponderación es la rúbrica o matriz de valoración, que establece los indicadores y criterios a considerar para evaluar una habilidad, destreza o actitud. Una matriz de valoración o rúbrica es, como su nombre lo indica, una matriz de doble entrada en la cual se establecen, por un lado, los indicadores o aspectos específicos que se deben tomar en cuenta como mínimo indispensable para evaluar si se ha logrado el resultado de aprendizaje esperado y, por otro, los criterios o niveles de calidad o satisfacción alcanzados. En las columnas centrales se describen los criterios que se van a utilizar para evaluar esos indicadores, explicando cuáles son las características de cada uno. Los criterios que se han establecido son:

- ✓ **Excelente**, ha alcanzado el resultado de aprendizaje, además de cumplir con los estándares o requisitos establecidos como necesarios en el logro de la habilidad, destreza o actitud, es decir, va más allá de lo que se solicita como mínimo, aportando elementos adicionales en pro del indicador.
- ✓ **Bueno**, ha alcanzado el resultado de aprendizaje, es decir, cumple con los estándares o requisitos establecidos como necesarios para demostrar el logro de la habilidad, destreza o actitud.
- ✓ **Suficiente**, ha alcanzado el resultado de aprendizaje con áreas de mejora.
- ✓ **Insuficiente**, no ha logrado alcanzar el resultado de aprendizaje.

Siglema:	INME-20	Nombre del módulo:	Investigación de mercados	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
Resultado de aprendizaje:	1.1 Define los objetivos de investigación de acuerdo con el problema de mercado identificado en la empresa.		Actividad de evaluación:	1.1.1 Elabora el planteamiento de una investigación de mercados de cualquier producto considerando: <ul style="list-style-type: none"> • Planteamiento del problema • Definición de objetivos • Planteamiento de la hipótesis 	

INDICADORES	%	CRITERIOS			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Planteamiento del problema	30	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa una relación de variables, si es multivariable, considera la variable principal. • Se expresa en forma de pregunta, o de manera declarativa. • Posibilita la prueba empírica de variables, es decir busca respuesta o solución a un problema. • Considera el lugar y el periodo que cubrirá el proceso de investigación. • Especifica la población objetivo que se investigará. • Incluye un análisis sobre el origen del problema. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa una relación de variables, si es multivariable, considera la variable principal. • Se expresa en forma de pregunta, o de manera declarativa. • Posibilita la prueba empírica de variables, es decir busca respuesta o solución a un problema. • Considera el lugar y el periodo que cubrirá el proceso de investigación. • Especifica la población objetivo que se investigará. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expresa una relación de variables, si es multivariable, considera la variable principal. • Se expresa en forma de pregunta, o de manera declarativa. • Posibilita la prueba empírica de variables, es decir busca respuesta o solución a un problema. • Considera el lugar y el periodo que cubrirá el proceso de investigación. 	Omite o explica erróneamente alguno de los siguientes rubros: <ul style="list-style-type: none"> • Expresa una relación de variables, si es multivariable, considera la variable principal. • Se expresa en forma de pregunta, o de manera declarativa. • Posibilita la prueba empírica de variables, es decir busca respuesta o solución a un problema. • Considera el lugar y el periodo que cubrirá el proceso de investigación.
Definición de objetivos	30	<ul style="list-style-type: none"> • Valora los beneficios que se obtendrán con la investigación. • Es mensurable, es decir sirve de referencia para 	<ul style="list-style-type: none"> • Valora los beneficios que se obtendrán con la investigación. • Es mensurable, es decir sirve de referencia para 	<ul style="list-style-type: none"> • Valora los beneficios que se obtendrán con la investigación. • Es mensurable, es decir sirve de referencia para 	Omite o determina de manera imprecisa alguno de los siguientes elementos:

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		determinar su grado de logro. <ul style="list-style-type: none"> • Su estructura comprende: verbo, contenido y finalidad. • Establece el propósito fundamental de la investigación • Son específicos y medibles • Establece tiempos • Esta alineado a sus necesidades garantizando la relevancia y utilidad • Permite medir el grado de satisfacción del cliente • Permite medir el reconocimiento del producto para afinar la estrategia de marketing 	determinar su grado de logro. <ul style="list-style-type: none"> • Su estructura comprende: verbo, contenido y finalidad. • Establece el propósito fundamental de la investigación • Son específicos y medibles • Establece tiempos • Esta alineado a sus necesidades garantizando la relevancia y utilidad • Permite medir el grado de satisfacción del cliente 	determinar su grado de logro. <ul style="list-style-type: none"> • Su estructura comprende: verbo, contenido y finalidad. • Establece el propósito fundamental de la investigación • Son específicos y medibles • Establece tiempos 	<ul style="list-style-type: none"> • Valora los beneficios que se obtendrán con la investigación. • Es mensurable, es decir sirve de referencia para determinar su grado de logro. • Su estructura comprende: verbo, contenido y finalidad. • Establece el propósito fundamental de la investigación • Son específicos y medibles • Establece tiempos
Planteamiento de la hipótesis	35	<ul style="list-style-type: none"> • Está íntimamente ligado al planteamiento del problema. • Las variables son comprensibles, precisas y concretas. • La relación entre variables es clara y verosímil (lógica). • La relación planteada entre variables es observable y medible. • Considera si los recursos que se tienen son adecuados y suficientes para la comprobación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Está íntimamente ligado al planteamiento del problema. • Las variables son comprensibles, precisas y concretas. • La relación entre variables es clara y verosímil (lógica). • La relación planteada entre variables es observable y medible. 	<ul style="list-style-type: none"> • Está íntimamente ligado al planteamiento del problema. • Las variables son comprensibles, precisas y concretas. • La relación entre variables es clara y verosímil (lógica). 	Omite alguna de las siguientes condiciones: <ul style="list-style-type: none"> • Está íntimamente ligado al planteamiento del problema. • Las variables son comprensibles, precisas y concretas. • La relación entre variables es clara y verosímil (lógica).

INDICADORES	%	CRITERIOS			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Actitudes Autoevaluación	5	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. • Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. • Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. • Propicia empatía y promueve actividades en beneficio del grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. • Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. • Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. • Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. 	<p>Omite realizar cualquiera de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. • Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.
	100				

Siglema:	INME-20	Nombre del módulo:	Investigación de mercados	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
Resultado de aprendizaje:	1.2 Realiza la investigación preliminar de mercado mediante sondeos de opinión al consumidor.		Actividad de evaluación:	1.2.1 Realiza un sondeo sobre un producto específico entre la población tomando en cuenta: <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos culturales. • Aspectos sociales. • Aspectos personales. 	

INDICADORES	%	CRITERIOS			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Enfoques de la investigación.	40	Observación: <ul style="list-style-type: none"> • Observar los anuncios publicitarios de la competencia para obtener información de su gasto en publicidad y sus estrategias de promoción y nuevos productos. • Visita los puntos de venta de la competencia para observar precios, distribución física, modelos de productos. Encuesta: <ul style="list-style-type: none"> • Debe contener preguntas directamente a los consumidores, se pueden hallar datos relativos a sus creencias, preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos. • Contiene preguntas directas e indirectas. • Propone el experimento que se aplique directamente al producto de la muestra establecida. 	Observación: <ul style="list-style-type: none"> • Observar los anuncios publicitarios de la competencia para obtener información de su gasto en publicidad y sus estrategias de promoción y nuevos productos. • Visita los puntos de venta de la competencia para observar precios, distribución física, modelos de productos. Encuesta: <ul style="list-style-type: none"> • Debe contener preguntas directamente a los consumidores, se pueden hallar datos relativos a sus creencias, preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos. • Contiene preguntas directas e indirectas. 	Observación: <ul style="list-style-type: none"> • Observar los anuncios publicitarios de la competencia para obtener información de su gasto en publicidad y sus estrategias de promoción y nuevos productos. Encuesta: <ul style="list-style-type: none"> • Debe contener preguntas directamente a los consumidores, se pueden hallar datos relativos a sus creencias, preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos. 	Omite alguna de las siguientes acciones: Observación: <ul style="list-style-type: none"> • Observar los anuncios publicitarios de la competencia para obtener información de su gasto en publicidad y sus estrategias de promoción y nuevos productos. Encuesta: <ul style="list-style-type: none"> • Debe contener preguntas directamente a los consumidores, se pueden hallar datos relativos a sus creencias, preferencias, opiniones, satisfacción, comportamientos.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Métodos de contacto	20	<p>Utiliza uno de los siguientes medios de contacto para realizar el sondeo, explicando las razones de la selección.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono. • Personal. • Correo electrónico. • Redes sociales/digitales. <p>Explica, al menos cuatro ventajas que tiene el medio seleccionado respecto de los otros, para la obtención de la información.</p>	<p>Utiliza uno de los siguientes medios de contacto para realizar el sondeo, explicando las razones de la selección.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono. • Personal. • Correo electrónico. • Redes sociales/digitales. 	<p>Utiliza uno de los siguientes medios de contacto para realizar el sondeo, explicando las razones de la selección.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono. • Personal. • Correo electrónico. 	<p>Omite utilizar uno de los siguientes medios de contacto para realizar el sondeo, explicando las razones de la selección:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono. • Personal. • Correo electrónico.
Cuestionario Claridad y cobertura del tema	30	<ul style="list-style-type: none"> • Las preguntas son muy claras, específicas y están formuladas para obtener datos precisos • El sondeo cubre exhaustivamente todos los aspectos relevantes del producto y el mercado objetivo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las preguntas son mayormente claras y específicas, pero podrían beneficiarse de pequeños ajustes. • El sondeo cubre la mayoría de los aspectos relevantes, aunque algunos temas menores están ausentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las preguntas son algo vagas o pueden llevar a respuestas ambiguas. • El sondeo cubre algunos aspectos relevantes, pero omite varios puntos importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las preguntas son confusas o mal formuladas, lo que dificulta la obtención de datos precisos. • El sondeo no cubre los aspectos relevantes y deja muchas áreas importantes sin abordar.
Cuestionarios requisitados Coevaluación	10	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra organización al entregar su trabajo • Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. • Demuestra confianza en sus propias capacidades. • Muestra disposición y asume el rol asignado en el trabajo colaborativo. • Propicia empatía y promueve actividades en beneficio del grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra organización al entregar su trabajo • Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. • Demuestra confianza en sus propias capacidades. • Muestra disposición y asume el rol asignado en el trabajo colaborativo. • Entrega la muestra de 5 cuestionarios aplicados 	<ul style="list-style-type: none"> • Muestra organización al entregar su trabajo. • Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. • Demuestra confianza en sus propias capacidades. • Entrega la muestra de 4 cuestionarios aplicados 	<p>Omite realizar cualquiera de lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Muestra organización al entregar su trabajo • Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. • Demuestra confianza en sus propias capacidades • Entrega la muestra de 4 cuestionarios aplicados.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		<ul style="list-style-type: none">Entrega la muestra de 6 o más cuestionarios aplicados			
	100				

Siglema:	INME-20	Nombre del módulo:	Investigación de mercados	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
Resultado de aprendizaje:	2.1 Selecciona la muestra de la población a encuestar a través del cálculo estadístico.			Actividad de evaluación:	2.1.1 Selecciona la muestra para la investigación de mercado, deberá considerar: <ul style="list-style-type: none"> • Unidad de muestreo • Procedimiento de muestreo

INDICADORES	%	CRITERIOS			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Unidad de muestreo	40	<ul style="list-style-type: none"> • Se considera a quién va dirigido el producto en aspectos de sexo o edad, nivel socioeconómico, estilo de vida, etc. • Determina el tipo de información que obtendrá. • Identifica el tipo de fuente de información que tendrá como base para la selección de los encuestados. • Selecciona el tipo de instrumento idóneo para el tipo de individuos que considera para la determinación de la muestra. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se considera a quién va dirigido el producto en aspectos de sexo o edad, nivel socioeconómico, estilo de vida, etc. • Determina el tipo de información que obtendrá. • Identifica el tipo de fuente de información que tendrá como base para la selección de los encuestados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se considera a quién va dirigido el producto en aspectos de sexo o edad, nivel socioeconómico, estilo de vida, etc. • Determina el tipo de información que obtendrá. 	Omite realizar cualquiera de lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Se considera a quién va dirigido el producto en aspectos de sexo o edad, nivel socioeconómico, estilo de vida, etc. • Determina el tipo de información que obtendrá.
Procedimiento de muestreo	40	<ul style="list-style-type: none"> • Sigue el procedimiento establecido para el tipo de muestreo que determina el Docente. • Determina el número de individuos a encuestar. • El resultado se obtiene sin errores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sigue el procedimiento establecido para el tipo de muestreo que determina el Docente. • Determina el número de individuos a encuestar. • El resultado se obtiene sin errores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sigue el procedimiento establecido para el tipo de muestreo que determina el Docente. • Determina el número de individuos a encuestar. 	Omite realizar cualquiera de lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> • Sigue el procedimiento establecido para el tipo de muestreo que determina el Docente. • Determina el número de individuos a encuestar.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		<ul style="list-style-type: none"> Indica otro método que podría utilizar, señalando las ventajas con relación al utilizado. 			
Análisis	20	<ul style="list-style-type: none"> La muestra está bien definida y descrita, con una unidad de muestreo y un procedimiento de muestreo claros y justificables, asegurando una alta representatividad y minimización de sesgos. 	<ul style="list-style-type: none"> La muestra es adecuada y la mayoría de los aspectos están bien descritos y justificados, aunque hay áreas que podrían mejorarse para garantizar una representatividad y precisión óptimas. 	<ul style="list-style-type: none"> La muestra cumple con los requisitos básicos, pero presenta limitaciones en la definición y justificación de la unidad de muestreo y el procedimiento, lo que podría afectar la representatividad y precisión. 	<ul style="list-style-type: none"> La muestra no cumple con los requisitos necesarios, con deficiencias significativas en la definición de la unidad de muestreo y el procedimiento, afectando negativamente la calidad y la validez de la investigación.
	100				

Siglema:	INME-20	Nombre del módulo:	Investigación de mercados	Nombre del alumno:	
Docente evaluador:				Grupo:	Fecha:
Resultado de aprendizaje:	2.2 Realiza encuestas mediante la aplicación de cuestionarios a la muestra de población seleccionada.		Actividad de evaluación:	2.2.1 Recopila y analiza la información para la investigación de mercados, elaborando un informe detallado de resultados que deberá contener: <ul style="list-style-type: none"> • Planteamiento del problema • Descripción de la muestra • Uso de herramientas digitales. • Resultado del sondeo • Cuestionarios aplicados en anexo • Gráficas • Bibliografía • Conclusiones HETEROEVALUACIÓN	

INDICADORES	%	CRITERIOS			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Recopilación de la información	40	Diseña el cuestionario considerando preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • Cerradas o dicotómicas. • Abiertas o libres. • Filtro. • De clasificación. • El tipo de pregunta utilizada es la ideal para el tipo de información que se pretende recopilar • El número de instrumentos aplicados es representativo de la población. 	Diseña el cuestionario considerando preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • Cerradas o dicotómicas. • Abiertas o libres. • Filtro. • De clasificación. • El tipo de pregunta utilizada es la ideal para el tipo de información que se pretende recopilar 	Diseña el cuestionario considerando preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • Cerradas o dicotómicas. • Abiertas o libres. • Filtro. • De clasificación. 	Omite cualquiera de las siguientes actividades: Diseña el cuestionario considerando preguntas: <ul style="list-style-type: none"> • Cerradas o dicotómicas. • Abiertas o libres. • Filtro. • De clasificación.
Procesamiento de la información.	20	<ul style="list-style-type: none"> • Separa, ordena y codifica la información. • En el ordenamiento de la información, las 	<ul style="list-style-type: none"> • Separa, ordena y codifica la información. • En el ordenamiento de la información, las 	<ul style="list-style-type: none"> • Separa, ordena y codifica la información. • En el ordenamiento de la información, las 	Omite realizar cualquiera de las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> • Separa, ordena y codifica la información.

INDICADORES	%	C R I T E R I O S			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
		respuestas abiertas son interpretadas correctamente en las opciones posibles. <ul style="list-style-type: none"> El procesamiento de la información recabada se realiza en una hoja de cálculo o de manera electrónica. Grafica la información. 	respuestas abiertas son interpretadas correctamente en las opciones posibles. <ul style="list-style-type: none"> El procesamiento de la información recabada se realiza en una hoja de cálculo o de manera electrónica. 	respuestas abiertas son interpretadas correctamente en las opciones posibles.	<ul style="list-style-type: none"> En el ordenamiento de la información, las respuestas abiertas son interpretadas correctamente en las opciones posibles.
Contenido del informe.	20	<ul style="list-style-type: none"> Planteamiento del problema. Descripción de la muestra. Resultado del sondeo. Cuestionarios aplicados en anexo. Gráficas. Bibliografía. Conclusiones. Fotografías o imágenes. Gráficas 	<ul style="list-style-type: none"> Planteamiento del problema. Descripción de la muestra. Resultado del sondeo. Cuestionarios aplicados en anexo. Gráficas. Bibliografía. Conclusiones. 	<ul style="list-style-type: none"> Planteamiento del problema. Descripción de la muestra. Resultado del sondeo. Cuestionarios aplicados en anexo. Gráficas. Bibliografía. 	Omite integrar en el informe cualquiera de los siguientes elementos: <ul style="list-style-type: none"> Planteamiento del problema. Descripción de la muestra. Resultado del sondeo. Cuestionarios aplicados en anexo. Gráficas. Bibliografía.
Presentación del informe.	10	El informe contiene una portada con los siguientes datos <ul style="list-style-type: none"> Nombre del alumno. Fecha de entrega. Título de la investigación. Describe los resultados obtenidos y las gráficas elaboradas. Considera las reglas ortográficas y de sintaxis. Anexa los cuestionarios requisitados y las tablas de resumen para la obtención del informe. 	El informe contiene una portada con los siguientes datos <ul style="list-style-type: none"> Nombre del alumno. Fecha de entrega. Título de la investigación. Describe los resultados obtenidos y las gráficas elaboradas. Considera las reglas ortográficas y de sintaxis. Anexa los cuestionarios requisitados. 	El informe contiene una portada con los siguientes datos <ul style="list-style-type: none"> Nombre del alumno. Fecha de entrega. Título de la investigación. Describe los resultados obtenidos y las gráficas elaboradas. Considera las reglas ortográficas y de sintaxis. 	Omite alguno de los siguientes datos en la portada: <ul style="list-style-type: none"> Nombre del alumno. Fecha de entrega. Título de la investigación. Describe los resultados obtenidos y las gráficas elaboradas. Considera las reglas ortográficas y de sintaxis.

INDICADORES	%	CRITERIOS			
		Excelente	Bueno	Suficiente	Insuficiente
Actitudes	10	<ul style="list-style-type: none"> Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. Propicia empatía y promueve actividades en beneficio del grupo. 	<ul style="list-style-type: none"> Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. Muestra responsabilidad al entregar el trabajo cuidando aspectos de limpieza, orden y ortografía. 	<ul style="list-style-type: none"> Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente. 	<p>Omite realizar alguno de los siguientes elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Muestra perseverancia al aprovechar los errores marcados en actividades previas para mejorar su trabajo. Muestra organización al entregar su trabajo en la fecha establecida por el Docente.
	100				