

PROYECTO DE TRABAJO CURSO: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

1.- AMBITO DEL PROYECTO

El grupo conformado por alumnos del ramo Investigación de Mercado (que se dicta en el VII Semestre /4° año) realizará un estudio específico de mercado de carácter introductorio, con un tamaño de muestra acorde a las necesidades de información, que satisfaga una necesidad real en una Pyme asociada a la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC). El número de observaciones no podrá exceder la capacidad que tiene un grupo de 3 o 4 personas, para realizar encuestas, durante un período acotado de tiempo.

2.- OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un Estudio de Mercado para enfrenar una problemática real definida por el Empresario/Ejecutivo de la empresa.

3.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir claramente el rango de aplicación y los objetivos de la investigación a realizar, es decir, el problema real a ser estudiado por la empresa.
- Definir la metodología de investigación (tipo de estudios, población objetivo, tipo de muestreo, tamaño de la muestra, cuestionarios) considerando las limitaciones presupuestarias de muestras grandes y por ende del alcance del estudio.
- Implementar el estudio y analizar los datos, información, para generar conocimiento desde el estudio realizado.
- Obtener un informe final, que sirva de base a decisiones que enfrente la Pyme.

4.- INFORME FINAL

El informe final de la investigación se entregará una semana antes que finalicen las clases (30 de Junio del 2008).

El estudio deberá contemplar, a lo menos, las siguientes unidades:

- Antecedentes y problema a investigar
- Objetivos generales y específicos de la investigación
- Metodología de la investigación
- Análisis de la información capturada
- Conclusiones
- Anexos
- Bibliografía y fuentes de información

7.- SEGUIMIENTO Y ORIENTACIÓN DEL ESTUDIO.

Durante el período de clases, el profesor y el ayudante, estarán atentos a la solución de dudas y orientaciones de cualquier consulta relativa al desarrollo del proyecto. De igual manera, será de vital importancia para el éxito del trabajo, la generación de una relación formal con periodicidad determinada al comenzar el estudio, entre el empresario y / o ejecutivo a cargo de la empresa y el equipo de trabajo.

Se realizará una primera visita a la empresa, la que realizará el equipo de alumnos acompañado del profesor del curso.

Se recomienda encarecidamente que las visitas a la empresa por parte del equipo de estudiantes sean a lo menos 4 a 5.

Se recomiendan a lo menos una entrega parcial, que permita observar el avance del trabajo y la debida retroalimentación para el equipo por parte del profesor guía.

8.- EVALUACIÓN

Respecto del alumno, el proyecto se evaluará considerando las siguientes variables

- a) Formalidad del informe
- b) Claridad del estudio
- c) Cumplimiento de los objetivos
- d) Uso del instrumental técnico
- e) Profundidad de la investigación

Respecto de la experiencia empresa asociada a la CNC / Escuela Ingeniería Comercial, el proyecto se evaluará a partir del cumplimiento de los objetivos formulados entre la empresa base socia de la CNC, el equipo (grupo) de estudiantes y el profesor