

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE COAHUILA**



**EXPERIMENTACION,
ESTUDIOS
CUALITATIVOS
Y MUESTREO**

UNIDAD III

Introducción Unidad III

INTRODUCCIÓN A LA UNIDAD

La investigación de mercado puede llevarse a cabo mediante dos métodos conocidos: el método cuantitativo y el método cualitativo. Cuando se realiza una investigación cualitativa se vuelve menos probabilística, dado que se realiza mediante el análisis de los fenómenos en el medio ambiente en el cual se desarrolla y considera la perspectiva de la persona que lleva a cabo la investigación, profundizando en experiencias, opiniones y en la forma en la que los investigadores perciben su realidad.

Para aplicar este método, se deben establecer al igual que en el método cuantitativo, los objetivos, hipótesis y planteamientos. Además se considera que el diseño de la investigación cualitativa, la muestra, la recolección de datos y el análisis surgen desde el planteamiento del problema hasta el trabajo de campo.

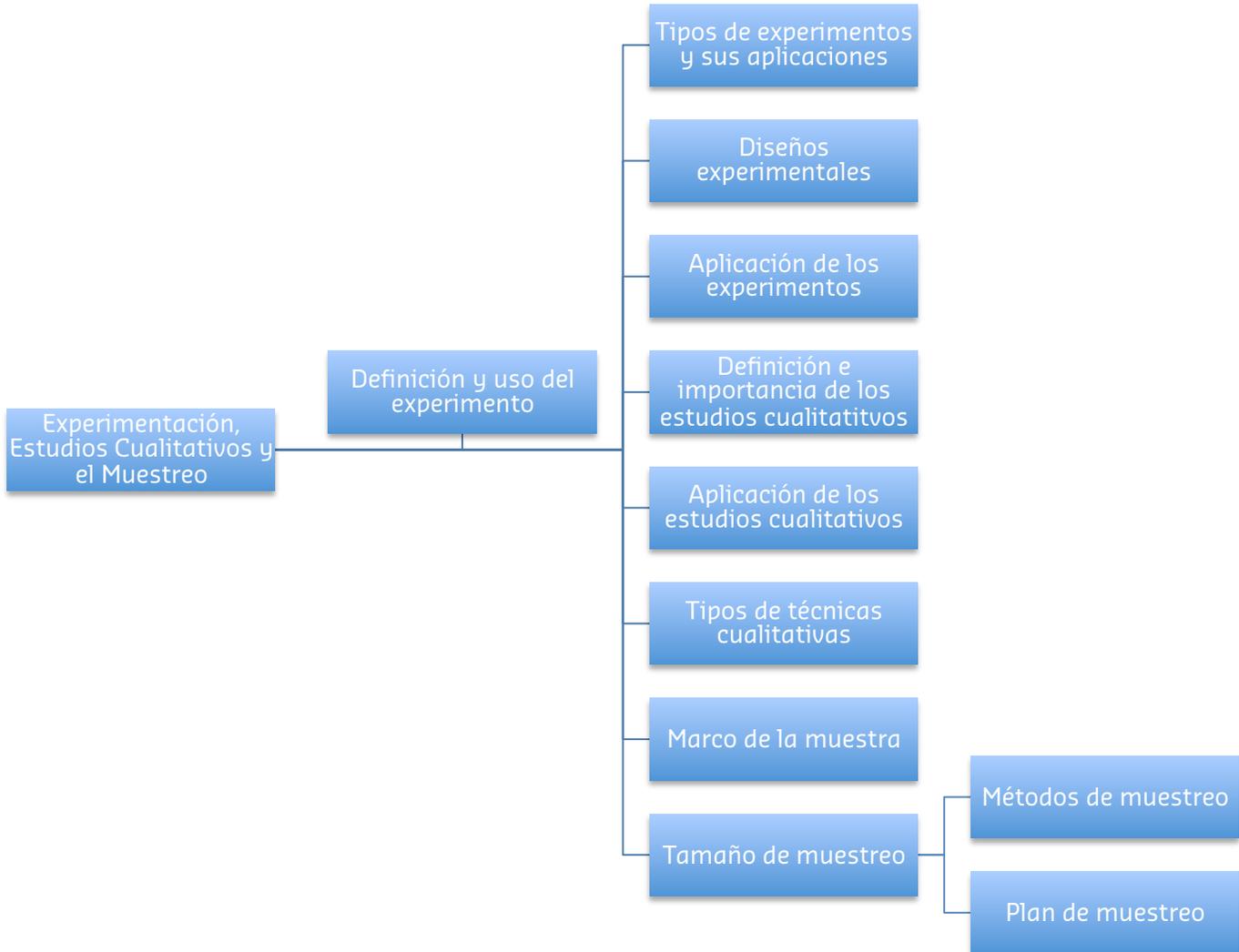
En esta unidad analizaremos las herramientas utilizadas por el método cualitativo, como son los diferentes tipos de experimentos y el análisis mediante el muestreo. Con estas herramientas se podrá facilitar la obtención de información relevante para el diseño de estrategias en los negocios.

OBJETIVO DE LA UNIDAD

Describir y evaluar los diseños experimentales y las diferencias entre los diseños preexperimentales, experimentales verdaderos, cuasi experimentales y estadísticos.

Introducción Unidad III

MAPA DE TEMAS



Introducción Unidad III

EVALUACIÓN DE LA UNIDAD

EVALUACIÓN	PUNTOS
Actividad: Aplicación	5
Actividad: Muestreo Estratificado	5
EVALUACIÓN DE LA UNIDAD	5
TOTAL	15

ACTIVIDADES DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Experimentación	Aplicación de los experimentos	Aplicación
La Muestra		Muestreo Estratificado

EJERCICIOS DE LA UNIDAD

TEMA	SUBTEMA	ACTIVIDAD
Experimentación	Tipos de técnicas cualitativas	Técnicas