

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera: Licenciado en Administración
Ord. N° 17/99 C.D.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Programa para el Ciclo Académico 2010/2011

Cátedra integrada por:
Profesor Titular: Néstor Donato Ferrari
Jefes de Trab. Prácticos: Mario Mailló
María Carmen Arzalluz

1. REQUISITOS DE CURSADO

- Asignatura correlativa previa: Comercialización II

2. OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA.

Objetivo final:

Que el alumno adquiera conocimientos y capacidades para diseñar y ejecutar búsquedas sistemáticas y el análisis de información pertinente para definir y solucionar problemas del área comercial.

Objetivos intermedios:

Que el alumno

- Comprenda la relación entre las necesidades de información para la toma de decisiones y la contribución a tal objeto de la investigación de mercados.
- Pueda identificar el tipo de investigación de mercados aplicable en cada situación de decisión.
- Pueda plantear con nitidez los objetivos de una investigación de mercados y pueda interpretar sus resultados en relación con las decisiones comerciales.
- Se familiarice con la utilización de las diversas técnicas disponibles en investigación de mercados.

3. CONTENIDOS

A. PROGRAMA SINTETICO.

Unidad Temática No.1: Aspectos conceptuales iniciales

Unidad Temática No.2: Problemas generales de medida.

Unidad Temática No.3: Métodos de obtención de información.

Unidad Temática No.4: Procesamiento y análisis de la información.

Unidad Temática No.5: Resultados de la investigación.

Unidad Temática No.6: Modelos para sistematización e implementación de la información.

B. PROGRAMA ANALITICO DE ESTUDIO.

UNIDAD TEMATICA Nº 1: ASPECTOS CONCEPTUALES INICIALES.

I. Contenido y bibliografía específica.

1. Conceptos básicos. Aplicaciones de la investigación de comercialización.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 3/18.

BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 3/37.

BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 3/8.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 3/11.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 1.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 1/21.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 1.

2. Variables de decisión. Estructuras de las situaciones de decisión.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 34/35 y 54.

BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 8/15.

BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 3.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 11/21.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 2.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 24/31.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 49/50.

3. Estrategia de la investigación. Criterios de decisión no probabilísticos. Criterios bayesianos. Valor de la información perfecta.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 25/39.

BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 227/241.

BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 15/61.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 124/135.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 32/49.

4. Formulación de un problema de investigación. Tipos de variables. Desarrollo de hipótesis de trabajo. Formulación del problema en términos operacionales.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 51/53.

BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 241/244.

BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 3.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 100/108.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 2.

BS.02 - SELLTIZ, Claire, JAHODA, Marie, DEUTSCH, Morton y COOK, Stuart W., págs. 47/65.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 63, 69 y 138/142.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 5.

5. Diseños de investigación.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 49/60.

BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 58/76.

BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 65/75.

BK.01 – KERLINGER, Fred N., caps. 17 a 21.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 97/100 y 136/148.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 3.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 64/69.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 50/54 y cap. 6.

6. Proceso de investigación.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 9/15 y 47/60.

BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 221/226.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 21/24.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 21/23.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 69/77.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 54/67.

7. Datos secundarios. Fuentes internas y externas. Limitaciones de los datos secundarios.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 49.

BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 265/292.

BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 75/79.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 155/163 y 173/185.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 4.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 78/87.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 7.

8. Sistemas de información mundial e Internet

- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 23.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 2.

9. Errores comunes en toda investigación.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 233/235.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 24/29.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs.100/105.
- BS.01 - SELLTIZ, Claire, JAHODA, Marie, DEUTSCH, Morton y COOK, Stuart W., págs. 174/180.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 87/93.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 8.

10. Problemas éticos en la investigación de mercados

- BF.23 - FERRARI, Néstor Donato, "Determinación de implicancias éticas en las decisiones de comercialización. Un contexto para su análisis"
- BF.24 - FERRARI, Néstor Donato, "Responsabilidad social empresarial. Alcances e interpretación".
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., en este texto, en cada capítulo se efectúan las consideraciones éticas pertinentes.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 4.

UNIDAD TEMATICA Nº 2: PROBLEMAS GENERALES DE MEDIDA

I. Contenido y bibliografía específica.

1. Técnicas y objetivos del muestreo. Muestras vs. censos. El procedimiento muestral.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 221/224.
- BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 385/392.
- BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 201/206.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 8.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 197/203.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 357/366.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 96/103 y 127/134.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 16.

2. Tipos de muestras. Muestras no probabilísticas.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 235/238.
- BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 469/480,
- BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 206/208.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 8.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 203/207.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 366/369.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 103/108.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 424/426.

3. Muestras probabilísticas

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 225/230.
BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 392/398 y 430/469.
BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 208/213.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 8.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 208/229 y 236/269.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 369/383.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 108/118.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 426/435.

4. Determinación del tamaño de la muestra.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 230/233 y 240/253.
BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, págs. 411/419.
BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 213/232.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 229/235.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 12.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 118/125 y 135/137.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 17.

5. Escalas de mediciones.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 170.
BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 160/167.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., caps. 25 y 29.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 292/301.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., caps. 8 y 9.
BS.02 - SELTZER, Claire, JAHODA, Marie, DEUTSCH, Morton y COOK, Stuart W., págs. 214/226.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 142/148.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 13.

6. Componentes de las mediciones

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 287/292.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 148/152.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 13.

7. Validez en las medidas. Evaluación.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 182/183.

BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 194/196.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 27.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 301/306.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 306/308.
BS.02 - SELLTIZ, Claire, JAHODA, Marie, DEUTSCH, Morton y COOK,
Stuart W., págs. 180/192.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 152/157.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 335/337.

8. Confiabilidad en las medidas. Evaluación.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 184/185.
BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 196/198.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 26.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 301/304 y
307.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 304/306.
BS.02 - SELLTIZ, Claire, JAHODA, Marie, DEUTSCH, Morton y COOK,
Stuart W., págs. 192/214,
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 152/154 y 157/159.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 334/338.

UNIDAD TEMATICA Nº 3: METODOS DE OBTENCION DE INFORMACION

I. Contenido y bibliografía específica.

01. Investigación mediante encuestas.

a) Fuentes de error.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 110/117.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 24.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 381/384.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 10.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 162/170.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 9.

b) Entrevista personal

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 117/120.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 28.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 396/406.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 200/202.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 170/173.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 220/225.

c) Entrevista telefónica

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 120/123.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 396/406.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 198/200.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 173/176.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 225/228.

d) Cuestionario por correo.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 123/126.
- BG.03 - GOODE, William J. y HATT, Paul K., cap. 12.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 396/406.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs.202/213.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 176/183.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 228/240.

e) Estrategias tendientes a reducir el error por falta de respuesta.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 126/128.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 396/406.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 183/191.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs.

02. Diseño de cuestionarios.

a) Aspectos básicos. Tipos de cuestionarios.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 145/147.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 385/387 y 413/418.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 317/323.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 195/209.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 15.

b) Elaboración de cuestionarios. Contenido de las preguntas. Tipos de preguntas.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 148/154.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 418/426.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 323/332.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 209/219.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 15.
- BF.11 – FERRARI, Néstor y LAMATTINA DE FERRARI, María (2002).

c) Elaboración de cuestionarios. Redacción de las preguntas. Ordenamiento del cuestionario. Pruebas preliminares.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 154/159.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 426/435.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 332/350.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 219/232.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 15.

03. Entrevistas en profundidad.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 81/82.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 393.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 174/178.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 235/240.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 144/145.

04. Entrevistas de sesiones de grupo.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 82/84.
BF.12 - FERRARI, Néstor Donato
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 387/393.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 166/174.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 240/243.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 133/140.

05. Entrevistas proyectivas.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 84/87.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 30.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 393/396.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 178/185.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 243/253.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 140/144.

06. Métodos de observación.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 87/91.
BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 31.
BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 406/410.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs.213/222.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 253/263.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 10.
BF.18 - FERRARI, Néstor y LAMATTINA DE FERRARI, María (2000/2002)

07. Paneles de consumidores.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 263/266.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs.

08. Medición de actitudes.

a) Aspectos generales.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 163/169.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 309/315.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 8.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 269/272.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 14.

b) Escalas de clasificación de actitudes.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 169/173.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., caps. 31 y 32.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 315/329.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 9.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 272/279.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 14.

c) Técnicas de combinación de escalas de actitudes.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 174/181.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 9.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 279/286.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 14.

09. Escalas multidimensionales.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 421/431.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 286/299.

10. Experimentación.

a) Aspectos básicos. Validez.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 259/263 y 276/281.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 23.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 332/341.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 232/244.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 306/319.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 11.

b) Diseños preexperimentales

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 263/264.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 23.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 341/343.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 244/247.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 319/324.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 11.

c) Diseños experimentales verdaderos.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 264/266 y 271/274.

BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 23.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 343/346.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 247/249.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 324/327.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 11.

d) Diseños cuasiexperimentales

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 274/276.

BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 23.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 346/350.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 249/250.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 327/331.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 11.

e) Diseños experimentales avanzados.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 266/268.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 356/361.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 250/254.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 331/337.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 11.

11. Pruebas de mercado.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 640/664.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 257/260.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 337/340.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 12.

UNIDAD TEMATICA N° 4: PROCESAMIENTO Y ANALISIS DE LA INFORMACION.

I. Contenido y bibliografía específica.

1. Corrección de la información.

BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 331/334.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 469/475.

BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 470/475.

BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 347/351.

BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 19.

2. Codificación y tabulación de la información.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 334/336.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 475/487.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 475/489.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 351/358.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 20.

3. Síntesis de la información, estadística y gráfica.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 336/339 Y 346/347.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 488/495.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 500/520.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 358/366.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 661/668.

4. Intervalos de confianza.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 248/249.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 12.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 498/502.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 15.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 369/375.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 21.

5. Principios de las pruebas de significancia.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 357/361.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 12.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 495/498.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 15.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 375/379.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 21.
- BF.15 - FERRARI (1998)

6. Comparación de dos medias o proporciones muestrales

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 338/342 Y 365/368.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., cap. 12.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 15.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 379/387.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 21.

7. Análisis de chi-cuadrado

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 361/365.
- BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 267/291.

- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 502/503 y 519/532.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., págs. 521/523.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 387/394.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 22.

8. Análisis de variancia.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 368/374.
- BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 337/352.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., caps. 13, 14 y 15.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 16.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 394/401.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 22.

9. Análisis de regresión y correlación.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, págs. 342/346, 350/352. Y 445/458.
- BK.01 – KERLINGER, Fred N., caps. 33 y 34.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 507/518,
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 17.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 401/410.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 23.

10. Técnicas multivariadas en la investigación de mercados.

- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., cap. 19 y 20.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 18/21.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 418/447.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 24.

UNIDAD TEMATICA Nº 5: RESULTADOS DE LA INFORMACION Y APLICACIONES.

I. Contenido y bibliografía específica.

1. Presentación de resultados. Tipos de informes. Organización.

- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 595/600.
- BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 22.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 477/487.
- BZ.01 – ZIKMUND, William G., 25.

2. Otros aspectos vinculados con informes. Ayudas gráficas y visuales. Presentaciones. Recepción de informes.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 600/606.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 487/495.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., págs. 661/673.

3. Aspectos sociales y legales de la investigación.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 65/67.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 498/509.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 4.

4. Aspectos éticos en la investigación de comercialización

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 58/65.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 24.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 509/518.
BZ.01 – ZIKMUND, William G., cap. 4.

5. Aplicaciones en segmentación de mercados.

BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., págs. 470/472 Y 524/555
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 450/459.

6. Estimaciones de potenciales.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 621/630.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 459/462.

7. Pronósticos cuantitativos de mercados.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 635/638.
BM.01 – MALHOTRA, Naresh K., cap. 23.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 462/470.

8. Pronósticos cualitativos de mercados.

BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., págs. 630/635.
BW.01 - WEIERS, Ronald M., págs. 470/474.

UNIDAD TEMATICA Nº 6: MODELOS PARA SISTEMATIZACIÓN E IMPLEMENTACION DE LA INFORMACION.

I. Contenido y bibliografía específica.

1. Introducción

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 35.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., caps. 1-4.
- BM.03 – MOTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., cap. 1.

2. Modelos de respuesta de mercado

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 86.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., caps. 7/10.
- BM.03 – MOTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., cap. 2.

3. Decisiones de promoción

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 44.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., cap. 15.

4. Decisiones sobre publicidad

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 67.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., cap. 14.
- BM.03 – MOTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., cap. 3.

5. Decisiones de la fuerza de ventas

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 83.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., cap. 16.
- BM.03 – MOTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., cap. 6.

6. Decisiones de precios

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 52.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., cap. 12.
- BM.03 – MOTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., cap. 4.

7. Decisiones de distribución

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 46.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., cap. 13.
- BM.03 – MOTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., cap. 5.

8. Decisiones de productos

- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE, tomo 49.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., caps. 11 y 19.
- BM.03 – MOTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., cap. 7.

9. Implementación de modelos de comercialización

- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., cap. 21.

4. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA GENERAL

Advertencias previas:

1. En cada unidad temática se incluyen referencias bibliográficas específicas, que pretenden orientar sobre el alcance y profundidad requerida para alcanzar el nivel de conocimientos que posibiliten un adecuado cumplimiento de los objetivos del curso. No son obligatorias en sí mismas, en la medida en que sean suplidas con el estudio de otros autores que analicen los mismos temas con similar o mayor intensidad.
2. Adicionalmente y bajo el título de bibliografía general, se indican otros textos utilizables para ampliación y/o profundización de los temas incluidos en el programa.
3. Cuando se indiquen capítulos y/o páginas, debe prestarse particular atención a la edición de que se trate (cuyo año se indica entre paréntesis), a fin de determinar en su caso, para ediciones anteriores o posteriores, las sustituciones que corresponda, cuando ello no esté expresamente indicado en el caso específico.
4. Eventualmente en algunos de los textos indicados existen, en algunos temas, ejemplificaciones conceptuales y estadísticas referidas a otros países. En algunos casos tales enfoques resultan perfectamente aceptables, como cuando se quiere visualizar la importancia de evaluar adecuadamente distintos contextos culturales y económicos, en los problemas de comercio internacional, etc. En otras situaciones, sin embargo, tales presentaciones deben interpretarse en términos ejemplificativos, como metodologías de análisis y presentación de datos. Se espera de los alumnos, en tales casos, un esfuerzo destinado a adaptar tales ejemplificaciones a los datos estadísticos y conceptuales de nuestra realidad.
5. Los apuntes tomados en clase reflejan la orientación sobre el enfoque, alcance y profundidad de los temas, pero por su naturaleza no pueden sustituir la necesidad de consulta de fuentes bibliográficas.

- BA.01 - AAKER, David A. y DAY, George, Investigación de mercados (México, Interamericana, 1983), 508 págs.
- BA.02 - ADLER, Max K., La moderna investigación de mercados (Madrid, Rialp, 1962), 195 págs.

- BB.01 - BOGO, Héctor Mario, Decisiones en comercialización (Buenos Aires, Macchi, 1967), 571 págs.
- BB.02 - BOGO, Héctor Mario, Planeamiento, mercados y precios (Buenos Aires, Ed. Macchi y López, 1975), 662 págs.
- BB.03 – BOGO, Héctor Mario, Cuadernos UADE (Buenos Aires, Universidad Argentina de la Empresa, 1995), varios tomos.
- BB.04 - BOYD, Ralph y WESTFALL, Ralph, Investigación de mercados. Texto y casos (México, UTEHA, 1964), 858 págs.
- BB.05 - BRAIDOT, Néstor, Marketing total (Buenos Aires, Ed. Tesis, 1992).
- BB.06 - BROWN, Lyndon, Comercialización y análisis del mercado (Buenos Aires, Selcon, 1965), 524 págs.
- BC.01 - CENTRO DE COMERCIO INTERNACIONAL (UNCTAD/GATT), Modulo 5: La investigación de mercados en el comercio internacional (Ginebra, 1983), 207 págs.
- BC.02 - CHURCHILL, Gilbert A., Marketing research. Methodological Foundations (Hinsdale, The Dryden Press, 1991), 1070 págs.
- BC.03 - CLEMENT, Carlos A., Publicaciones varias, en la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Nacional de Cuyo.
- BC.04 – CLEMENT, Carlos A. y FERRARI, Néstor Donato, Manual para nuevos exportadores (Mendoza, ProMendoza, 1997), 60 págs.
- BC.05 - COLAIACOVO, Juan Luis, Comercio exterior y negociaciones internacionales. Texto y casos, 2da. ed. (Rosario, Ed. del Río, 1983), 253 págs.
- BC.06 - COLAIACOVO, Juan Luis, Exportación, comercialización y administración internacional, 2da. ed. (Lima, Centro Internacional de Administración y Comercio, 1983), 346 págs.
- BD.01 - DAVIS, E.J., Investigación de mercados (Buenos Aires, El Ateneo, 1975), 192 págs.
- BF.01 - FERRARI, Néstor Donato, Aspectos destacables del comercio exterior argentino 1953/1985 (1985), 29 págs.
- BF.02 – FERRARI, Néstor Donato, Evolución, situación actual y perspectivas de las exportaciones de la Provincia de Mendoza 1987/1990 (Mendoza, Ministerio de Economía de la Provincia de Mendoza, 1991), 55 págs.
- BF.03 - FERRARI, Néstor Donato, Integración Argentino-Chilena: Coordinación de estrategias y políticas comerciales para la expansión del comercio con los países del Pacífico (1985), 30 págs.
- BF.04 - FERRARI, Néstor Donato, "Prácticas publicitarias. Un análisis internacional", publicado en Revista Alta Gerencia. Estrategias para la Administración, Ediciones Interoceánicas S.A., Nro. 8, 21 págs., mayo de 1992 y en Serie Estudios, Sección Administración, N° 41 Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Cuyo, 1994, 36 págs.
- BF.05 - FERRARI, Análisis del comportamiento dinámico del consumidor, Serie Estudios, Sección Administración, N° 2, Fac. de Ciencias Económicas, Univ. Nacional de Cuyo.
- BF.06 - FERRARI, Medición y utilización de las tasas de compras por impulso. Problemas que se plantean, en Rev. de la Fac. de Ciencias Económicas, Univ. Nacional de Cuyo, N° 61/62, págs. 9/18 (10 págs.).

- BF.07 - FERRARI, 3er. Estudio comparativo de precios en supermercados mendocinos, Serie Cuadernos, Sección Administración, N° 29, cap. III (Política de precios en supermercados). El mismo capítulo sale en "2do. Estudio, etc.", Serie Estudios, Sección Administración, N° 11, en ambos casos de la Fac. de Ciencias Económicas, Univ. Nacional de Cuyo.
- BF.08 - FERRARI, Néstor Donato y LAMATTINA DE FERRARI, María M., Control Total de Calidad. El aseguramiento de la calidad y la relación con los proveedores, publicado en las Memorias de las Jornadas de Ciencias Económicas 1991, organizadas por la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Nacional de Cuyo, 1991, 25 págs.
- BF.09 - FERRARI, Néstor Donato y LAMATTINA DE FERRARI, María M., "Sistemas de Gestión de Calidad y Aseguramiento de la Calidad: Las Normas ISO Serie 9000", publicado en Revista Alta Gerencia. Estrategias para la Administración (Buenos Aires, Edic. Interoceánicas, junio de 1993), 15 págs. y en Serie Estudios, Sección Administración, de la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Nacional de Cuyo.
- BF.10 - FERRARI, Néstor Donato y LAMATTINA DE FERRARI, María M., "Gestión de la Calidad en las Organizaciones de Servicios. La Norma ISO 9004 - 2", publicado en las Memorias de las Jornadas de Ciencias Económicas 1991, organizadas por la Facultad de Ciencias Económicas, de la Universidad Nacional de Cuyo, 1994.
- BF.11 - FERRARI, Néstor Donato y LAMATTINA DE FERRARI, María M., "Exploración del ambiente externo por parte de las organizaciones. Modalidades y estilos en la Provincia de Mendoza". Un análisis de las modalidades y estilos de exploración del ambiente externo por parte de empresas de Mendoza, de doce sectores seleccionados, 1997/1998, 130 págs.
- BF.12 - FERRARI, Néstor Donato, "Investigación sobre la determinación de imagen de las empresas de venta directa y de aspectos determinantes de la actividad. Diseño, aplicación y resultados", 1999, 39 págs. Publicado en Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, Año LI, N° 119/120, 1999.
- BF.13 - FERRARI, Néstor Donato "Manual para nuevos exportadores", en colaboración con el Prof. Carlos A. Clement, 1997.
- BF.14 - FERRARI, Néstor Donato "Comercialización directa", 1997, 20 págs. Memorias de las Jornadas de Ciencias Económicas 1996, 20 págs.
- BF.15 - FERRARI, Néstor Donato "Aplicaciones de Estadística en Investigación de Comercialización", Jornadas de Ciencias Económicas 1998, 20 págs.
- BF.16 - FERRARI, Néstor Donato "La comercialización en la República Argentina. Ambiente político legal", Jornadas de Ciencias Económicas 2002, 30 págs.
- BF.17 - FERRARI, Néstor Donato y LAMATTINA DE FERRARI, María M., "Scanning las dimensiones ambientales: incertidumbre, cambio y complejidad", Jornadas de Ciencias Económicas 2002, 20 págs.
- BF.18 - FERRARI, Néstor Donato y LAMATTINA DE FERRARI, María M., "Prácticas Comerciales en empresas argentinas" (en colaboración), 2000/2002.
- BF.23 - FERRARI, Néstor Donato, "Determinación de implicancias éticas en las decisiones de comercialización. Un contexto para su análisis", Revista de la Facultad de Ciencias Económicas, Universidad nacional de Cuyo, Año LVII,

- Nº 126 Enero – diciembre 2006).
- BF.24 - FERRARI, Néstor Donato, "Responsabilidad social empresaria. Alcances e interpretación", 2006, 16 págs.
- BF.19 - FOGG, C. Davis, Diagnóstico en mercadotecnia (México, Addison Wesley Iberoamericana, 1990), 305 págs.
- BF.20 - FRANK, KUEHN y MASSY, Análisis de Mercados. Técnicas cuantitativas (México, Trillas).
- BF.21 - FRATALOCCHI, Aldo, Como exportar o importar (Buenos Aires, Cangallo, 1980), 572 págs.
- BF.22 - FULD, Leonard M., Inteligencia comercial. Técnicas para analizar la competencia (Bogotá, Legis, 1990), 210 págs.
- BG.01 - GREEN, Paul E. y FRANK, Ronald E., Investigación de mercados. Aplicación de nuevas técnicas (México, Limusa Wiley, 1972), 208 págs.
- BG.02 - GREEN, Paul E. y TULL, Donald S., Investigación de mercadeo (Bogotá, Prentice Hall, 1978), 669 págs.
- BG.03 - GOODE, William J. y HATT, Paul K., Métodos de investigación social (México, Trillas, 1967), 469 págs.
- BK.01 - KERLINGER, Fred N., Investigación del comportamiento (México, McGraw Hill, 1994), 748 págs.
- BK.02 - KINNEAR, Thomas C. y TAYLOR, James R., Investigación de mercados (Bogotá, McGraw Hill, 1990), 737 págs.
- BK.03 - KONRAD, Evelyn y ERICKSON, Rod, Como emplear con éxito la investigación de mercados (México, Editora Técnica, 1969), 253 págs.
- BK.04 - KOTLER, Philip y LILIEN, Gary L., Toma de decisiones en mercadotecnia (México, CECSA, 1992), 647 págs.
- BL.01 - LAMBIN, Jean Jacques, Marketing estratégico (Madrid, McGraw-Hill de México, 1987), 328 págs.
- BL.02 - LAMBIN, Jean Jacques, Información, decisión y eficacia comercial (Bilbao, Deusto, 1968), 506 págs.
- BL.03 - LEDESMA, Carlos A., Principios de comercio internacional (Buenos Aires, Macchi, 1993), 470 págs.
- BL.04 - LOPEZ ALTAMIRANO, Alfredo y OSUNA CORONADO, Manuel, Introducción a la investigación de mercados (México, Diana, 1990), 218 págs.
- BL.05 - LUCK, David J., WALES, Hugh G. y TAYLOR, Donald A., Marketing research (New Jersey, Prentice-Hall, 1970), 645 págs.
- BM.00 - McDANIEL, Carl y GATES, Roger, Investigación de Mercados, 6ta. Ed. (México, Thomson, 2005), 693 págs.
- BM-01 - MALHOTRA, Narres K., Investigación de mercados (México, Parson, 2008), 885 págs.
- BM.02 - MONTEVERDE, Agustín A., Estrategias para la competitividad internacional (Buenos Aires, Macchi, 1992), 301 págs.
- BM.03 - MONTGOMERY, David B. Y URBAN, Glen L., Marketing científico (Madrid, Pirámide, 1969), 350 págs.
- BM.04 - MUCHNIK, Carlos A., La investigación en la comercialización de productos (Buenos Aires, Edic. Macchi, 1970), 139 págs.
- BM.05 - MENDELZON - ALE, Introducción a las bases de datos relacionales, Introducción a las bases de datos relacionales (Buenos Aires, Pearson Educación, 2000), 271 págs.

- BN.01 - NELSON, James E., The practice of marketing research (Boston, Kent Publishing Co., 1982), 667 págs.
- BP.01 - PETERSON, Robert A., Marketing research (Plano, Business Publications, 1982), 679 págs.
- BP.02 - POPE, Jeffrey, Investigación de mercados. Guía maestra para el profesional (Bogotá, Edit. Norma, 1984), 348 págs.
- BP.03 - PORTER, Michael E., Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia (México, CECOSA, 1980), 407 págs.
- BS.01 - SCHONER, Bertrand y UHL, Kenneth P., Investigación de mercados (México, Limusa Wiley, 1979), 626 págs.
- BS.02 - SELLTIZ, Claire, JAHODA, Marie, DEUTSCH, Morton y COOK, Stuart W., Métodos de investigación en las relaciones sociales (Madrid, Rialp, 1965), 670 págs.
- BW.01 - WEIERS, Ronald M., Investigación de mercados (México, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1986), 540 págs.
- BW.02 - WILENSKY, Alberto, Marketing estratégico (Buenos Aires, Ed. Tesis, 1986), 334 págs.
- BZ.01 - ZIKMUND, William G., Investigación de mercados (México, Prentice-Hall Hispanoamericana S.A., 1997), 739 págs.

5. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

El desarrollo del curso se basa en la participación activa de los alumnos. Ello implica la intervención de los mismos en diversos temas en desarrollo, como así también en la resolución de ejercicios y casos. Adicionalmente, deberán realizar actividades de investigación, con aplicación de las técnicas respectivas, organizados en pequeños grupos y, eventualmente, participar en actividades globales de investigación a realizar por todo el curso. Las clases son teórico-prácticas con un total de cuatro (4) horas semanales.

6. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se realiza una evaluación continua de los alumnos, en función de los diversos requerimientos del curso. En la primera semana, bajo el nombre de "Pautas para el desarrollo de la asignatura", se distribuye la bibliografía requerida para cada parcial y examen final y las características de los trabajos a realizar.

El conjunto de requerimientos previstos para la aprobación del curso y su respectiva ponderación en la calificación final es el siguiente:

a) Aprobación de dos exámenes parciales (con un recuperatorio previsto)	30 %
b) Trabajo de investigación en grupos pequeños	15 %
c) Participación global en actividad general de investigación	8 %
d) Resolución de casos y ejercicios.	12 %
e) Asistencia en participación en clases, en especial en relación con las oportunidades en que se discuten casos y otras actividades (mínima general 70 %, parcial de resolución de casos y actividades: 80 %)	5 %
f) Examen final (se requiere mínimo del 60 %).	30 %

7. CONDICIONES DE REGULARIDAD

Los alumnos que hayan cumplimentado los requisitos b) a e) anterior y hayan aprobado los dos exámenes parciales (utilizando, en su caso, el recuperatorio previsto), tendrán carácter de **alumno regular** y podrán acceder al examen final.

Quienes no hayan cumplimentado los requisitos para ser considerados alumnos regulares, podrán rendir un "examen integrador" de la totalidad de los contenidos desarrollados en el curso de la asignatura, sujeto a las condiciones establecidas en la Ordenanza 18/03. Este examen se rendirá en la fecha y horario previsto para el primer final inmediato posterior al desarrollo de la asignatura. Tendrá carácter teórico práctico, pero para la mayor parte de los aspectos prácticos se dará la opción de recibir con anticipación los temas respectivos, los que debidamente elaborados y con las formalidades respectivas serán presentados en la misma fecha del examen final. Para ello deberán ponerse en contacto con la cátedra con una antelación de no menos de diez (10) días a la fecha de tal examen.

Quienes no hayan cumplimentado los requisitos para ser considerados alumnos regulares y no hayan aprobado o no se hayan inscripto para rendir el "examen integrador" tendrán el carácter de **alumno libre**. Los alumnos libres que aspiren a rendir la asignatura tendrán que ponerse en contacto con no menos de treinta (30) días de anticipación al examen final, a fin de cumplimentar las actividades prácticas respectivas.

8. CONDICIONES DE APROBACIÓN

La calificación final surge de una ponderación de todas y cada una de las actividades mencionadas en el punto 6. Metodología de Evaluación. El puntaje mínimo para aprobación es 60 %, resultante de la aplicación de esa ponderación, pero en el examen final no podrá obtenerse un puntaje inferior de 60 %. Sin perjuicio de estos mínimos, para la calificación final se utiliza un sistema de calificación relativa, que considera el rendimiento de todos los alumnos del curso. Ello implica que con un curso normal, los alumnos de mayor puntaje total pueden ser calificados con diez (10) puntos, aunque no hayan obtenido puntaje máximo en todas y cada una de las actividades previstas.

9. ESCALA DE CALIFICACIONES PREVISTAS POR LA ORDENANZA N° 10-2005 CD

De acuerdo con lo determinado en la Ordenanza N° 1-2004, la escala de calificaciones aplicables es la siguiente:

Escala de porcentajes o puntos	Nota o calificación
0 a menor que 10	(0) cero
Igual o mayor de 10 a menor que 30	(1) uno
Igual o mayor de 30 a menor que 50	(2) dos
Igual o mayor de 50 a menor que 60	(3) tres
Igual o mayor de 60 a menor que 65	(4) cuatro
Igual o mayor de 65 a menor que 70	(5) cinco
Igual o mayor de 70 a menor que 75	(6) seis
Igual o mayor de 75 a menor que 80	(7) siete
Igual o mayor de 80 a menor que 87	(8) ocho
Igual o mayor de 87 a menor que 94	(9) nueve
Igual o mayor de 94 a menor que 100	(10) diez