

2010: Hacia el proceso de autoevaluación y autorregulación. "***Asumiendo el reto para la excelencia profesional***"

---

### **Misión**

Promover la formación humanista y profesional en el área de los negocios, con responsabilidad social, y capacidad de gestión integral, mediante la investigación, la docencia y la acción social, para generar los cambios que demanda el desarrollo del país.

### **Visión**

Ser líderes universitarios en la formación humanista y el desarrollo profesional en la gestión integral de los negocios, para obtener las transformaciones que la sociedad globalizada necesita para el logro del bien común.

### **Valores**

- ✓ Prudencia
- ✓ Tolerancia
- ✓ Solidaridad
- ✓ Integridad
- ✓ Perseverancia
- ✓ Alegría

## **CATEDRA DE GERENCIA DE INVESTIGACION DE MERCADOS**

### **PROGRAMA DEL CURSO DN-0423**

### **GERENCIA DE INVESTIGACION DE MERCADOS**

## **I ciclo lectivo 2010 (Primer semestre)**

### **Información general:**

**Curso del VII ciclo del plan de estudios del 2002**

**Requisitos: DN-0321 y DN-0322**

**Correquisitos: No tiene**

**Créditos: 03**

**Horas lectivas por semana: 3**

**Días y horas: Ver Guía de Horarios**

**Inicia: Lunes 8 de marzo de 2010**

**Finaliza: Sábado 3 de julio de 2010**

**Exámenes: Del 5 al 17 de julio 2010**

**La Cátedra está compuesta por:**

### **Sede central:**

**Grupo 001: MBA Humberto Martínez Salas (1)**

**Grupo 002: MBA Roque Rodríguez Chacón**

**Grupo 003: MBA Humberto Martínez Salas**

**Grupo 004: MBA Jean-Jacques Oguilve Pérez**

**Grupo 005: MBA Jiménez Fonseca Antonio**

**Grupo 006: MBA Oscar Acuña Fernández**

### **Sedes regionales y recintos:**

**Paraíso: MBA William Jaubert Solano**

**Guanacaste: MBA Víctor Julio Baltodano Zúñiga**

**Pacífico: MBA Jorge López Romero**

**Occidente: M.Sc. Jesús Orozco Delgado**

**Guápiles: MBA Walter Anderson**

**Limón: Licda. Karlenny Clark Nelson**

**(1) Coordinador de Cátedra. E-mail: [gerencia@qualimark.net](mailto:gerencia@qualimark.net)**

### **I. Descripción del curso:**

El curso pretende formar al estudiante de Administración de Negocios en los temas fundamentales de la Investigación de Mercados (IM), con la finalidad de que pueda dirigir esa función dentro de una organización, o que pueda subcontratar y evaluar exitosamente los servicios de IM para una empresa o Institución. Procurando que esa gestión sea integral y con gran sentido de responsabilidad y ética.