

27518 - Introducción a la investigación de mercados

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 27518 - Introducción a la investigación de mercados

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 449 - Graduado en Finanzas y Contabilidad

Créditos: 6.0

Curso: 2

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Obligatoria

Materia:

1. Información básica de la asignatura

Esta asignatura tiene como objetivo principal que el estudiante aprenda los procedimientos básicos de diseño y ejecución de investigaciones que tengan por objeto la búsqueda y el tratamiento de información relativa a hechos, actitudes, opiniones, conductas y actividades de carácter económico y social que puedan afectar a la actividad de la empresa.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de Naciones Unidas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), en concreto, las actividades previstas en la asignatura contribuirán al logro de los objetivos:

Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos.

Meta 4.4: De aquí a 2030 aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.

2. Resultados de aprendizaje

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

1. Explicar el papel y la naturaleza de la Investigación de Mercados.
2. Conocer las diferentes fases del proceso de Investigación de Mercados.
3. Seleccionar, utilizar y valorar las fuentes de información relevantes.
4. Identificar y valorar en un estudio de mercado, las diferentes fases del proceso realizado.
5. Diseñar y valorar cuestionarios.
6. Ser capaz de comunicar de forma oral y/o escrita conocimientos, ideas y resultados de las actividades realizadas.

3. Programa de la asignatura

Tema 1: La investigación de mercados

Tema 2: Diseño de la investigación de mercados

Tema 3: Investigación con encuestas

Tema 4: Tipos de encuestas

Tema 5: Otras técnicas de obtención de información primaria I

Tema 6: Otras técnicas de obtención de información primaria II

Tema 7: Elaboración del informe y presentación de resultados

Tema 8: Ética en la investigación de mercados

4. Actividades académicas

Las actividades formativas se reparten en las siguientes horas:

- Clases magistrales: 30 horas
- Clases prácticas: 30 horas

- Estudio personal: 87 horas
- Pruebas evaluación: 3 horas

Clases teóricas: se presentarán los conceptos fundamentales de la asignatura y se realizarán actividades teórico-prácticas.

Clases prácticas: se darán indicaciones y se supervisarán las actividades y trabajos propuestos.

En Moodle y/o en el servicio de reprografía del Centro estará disponible el material docente que ayude a seguir las clases. Dicho material constituye un elemento de apoyo, pero nunca sustitutivo de los contenidos vistos en clase.

En principio, la metodología de impartición de la docencia y su evaluación está previsto que pivote alrededor de clases presenciales. No obstante, si las circunstancias lo requieren, podrán realizarse de forma online.

5. Sistema de evaluación

La asignatura se evaluará mediante evaluación global tanto en primera convocatoria como en segunda convocatoria.

Evaluación Global:

Constará de dos partes:

- Primera parte: preguntas de test y/o más o menos cortas sobre los contenidos teóricos y teórico-prácticos desarrollados a lo largo del semestre. Puntuación: 6 puntos (nota mínima 3 puntos).
- Segunda parte: preguntas abiertas de desarrollo, más o menos cortas y/o largas, sobre los contenidos teórico-prácticos y prácticos desarrollados a lo largo del semestre. Puntuación: 4 puntos (nota mínima 1,5 puntos).

La nota de la **primera y segunda convocatoria** será la siguiente:

Si en la primera parte no se obtiene una puntuación mínima de al menos 3 puntos, no se evaluará la segunda parte, poniéndose en actas la nota de la primera parte. Si en la primera parte se alcanza la puntuación mínima exigida, se evaluará la segunda parte. Si en la segunda parte no se alcanza una puntuación mínima de al menos 1,5 puntos, se pondrá en actas la nota de la primera parte, con una puntuación máxima de 4,5 puntos. Si en la segunda parte se supera también la nota mínima, la nota en actas será la suma de la puntuación obtenida en ambas partes.

Para superar la asignatura es necesario obtener la nota mínima exigida en cada una de las partes y que la suma de ambas sea igual o superior a 5 puntos.

Criterios de Evaluación:

- Conocimiento, comprensión y capacidad para utilizar los conceptos y herramientas estudiados en clase.
- Capacidad para integrar y sintetizar los conocimientos adquiridos.
- Adecuación de las repuestas a los contenidos teóricos, teórico-prácticos y prácticos desarrollados durante el curso académico según la programación de la asignatura.
- Precisión y claridad en las respuestas.