

27618 - Introducción a la investigación de mercados

Información del Plan Docente

Año académico: 2024/25

Asignatura: 27618 - Introducción a la investigación de mercados

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

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 y, en particular, a la actividad de marketing. En definitiva, se trata de introducir al estudiante en las tareas que configuran este sistema de información-investigación en el área de marketing.

Estos planteamientos y objetivos están alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la agenda 2030 y determinadas metas concretas (<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>), contribuyendo en cierta medida a su logro:

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

- Explicar el papel y la naturaleza de la Investigación de Mercados.
- Conocer las diferentes fases del proceso de Investigación de Mercados.
- Seleccionar, utilizar y valorar las fuentes de información relevantes.
- Saber cuáles son los distintos diseños de investigación de mercados.
- Conocer la investigación de mercados con encuestas y diseñar y valorar cuestionarios.
- Identificar y desarrollar en un estudio de mercado las diferentes fases del proceso de investigación de mercados.
- 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: Escalas de medición

Tema 5: Tipos de encuestas

Tema 6: Otras técnicas de obtención de información primaria I

Tema 7: Otras técnicas de obtención de información primaria II

Tema 8: Elaboración del informe y presentación de resultados

Tema 9: 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

En las clases teóricas expositivas, el profesor presentará los conceptos fundamentales de la asignatura estructurados en temas. Además, se realizarán actividades teórico-prácticas que ayuden a comprender y aplicar los contenidos de los distintos temas.

En las clases prácticas, se darán indicaciones y se supervisarán las actividades y los trabajos propuestos. Los estudiantes deben acudir a estas clases habiendo revisado con anterioridad los contenidos previos que van a ser objeto de aplicación en cada clase práctica. Además, deberán ir cumpliendo con las fechas indicadas para el desarrollo de las actividades y trabajos, de cara a poder realizar una adecuada supervisión.

Se pondrá a disposición de los estudiantes, en Moodle y/o en el servicio de reprografía del Centro, 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 el horario de tutorías se pretende solucionar las posibles dudas que le hayan quedado al estudiante después de haber asistido a las clases, trabajado los materiales y realizado las actividades y los trabajos propuestos.

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 evaluación de la asignatura para las DOS CONVOCATORIAS oficiales se realiza a través de un SISTEMA DE EVALUACIÓN GLOBAL. Dicho sistema consistirá en un examen global.

El examen se calificará de 0 a 10 puntos y constará de dos partes: la primera parte consistirá en una serie de preguntas de test y/o más o menos cortas sobre los contenidos teóricos y teórico-prácticos desarrollados a lo largo del semestre y la segunda parte consistirá en una serie de preguntas abiertas de desarrollo, más o menos cortas y/o largas, sobre los contenidos teórico-prácticos y prácticos desarrollados a lo largo del semestre. La primera parte tendrá una puntuación máxima de 6 puntos y la segunda de 4 puntos. Si al corregir 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 que se pondrá en actas será la suma de la puntuación obtenida en ambas partes.

Para superar la asignatura es necesario que, habiéndose obtenido al menos la nota mínima exigida en cada una de las partes, la suma de ambas sea igual o superior a 5 puntos.

En la evaluación del examen se utilizarán los siguientes criterios: 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; y precisión y claridad en las repuestas.

6. Objetivos de Desarrollo Sostenible

4 - Educación de Calidad