

27625 - Investigación de mercados II

Información del Plan Docente

Año académico: 2023/24

Asignatura: 27625 - Investigación de mercados II

Centro académico: 109 - Facultad de Economía y Empresa

Titulación: 450 - Graduado en Marketing e Investigación de Mercados

Créditos: 6.0

Curso: 3

Periodo de impartición: Segundo semestre

Clase de asignatura: Obligatoria

Materia:

1. Información básica de la asignatura

El objetivo de la asignatura consiste en el aprendizaje de los procedimientos 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 de marketing. Se trata de que el estudiante profundice en el desarrollo de una investigación de mercados de carácter cuantitativo.

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 la Meta 12.5 del Objetivo 12.

2. Resultados de aprendizaje

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

- Planificar la realización de un estudio de mercado.
- Conocer las fases del proceso de investigación basado en técnicas cuantitativas.
- Realizar un plan de muestreo
- Diseñar y realizar una investigación cuantitativa.
- Seleccionar y elegir adecuadamente técnicas de obtención de información.
- Realizar un análisis de la información exhaustivo.
- Elaborar y presentar el informe de una 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: Planificación de un Estudio de Mercado

Tema 2: El Plan de Muestreo y la Obtención de Información

Tema 3: El Análisis de la Información

Tema 4: Elaboración y Presentación del Informe de una Investigación de Mercados

4. Actividades académicas

- Clases teóricas: donde se desarrollarán los principales conceptos. 15 horas
- Clases prácticas: en las que se plantearán casos prácticos, ejercicios, comentarios de lecturas y trabajo en equipo. 45 horas.
- Seminarios y tutorías: servirán para revisar aquellas dudas surgidas de las clases teóricas y prácticas y supervisar los trabajos y ejercicios propuestos. 4 horas.
- Estudio y trabajo personal: 83 horas
- Pruebas de evaluación: 3 hora

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

En **primera convocatoria** existen dos sistemas de evaluación:

1) Evaluación Continua: se realizarán dos tipos de actividades. Para optar por este sistema es necesario realizar TODAS las actividades.

Actividad 1: prueba escrita sobre los contenidos teóricos y teórico-prácticos. 2 puntos (nota mínima 1 sobre 2).

Actividad 2: trabajo en grupo para el desarrollo de una investigación de mercados. 8 puntos (nota mínima de 3,2 puntos sobre

8). Para poder evaluarlo es imprescindible entregar TODAS las partes del trabajo. A pesar de ser una actividad grupal, parte de la valoración es individual según el trabajo realizado por cada estudiante.

2) Prueba Global: el estudiante que no opte o no supere la asignatura mediante la evaluación continua o desee mejorar su calificación, puede presentarse a la PRUEBA ESCRITA global que constará de dos partes:

Parte I: prueba escrita sobre los contenidos teóricos y teórico-prácticos. 2 puntos (nota mínima 1 sobre 2). Los estudiantes que en el sistema de evaluación continua no alcancen la puntuación mínima en la Actividad 1 (Prueba en el aula), tendrán que realizar esta Parte I.

Parte II: prueba con ordenador sobre los contenidos teórico-prácticos y prácticos 8 puntos (nota mínima 3,2 sobre 8).

En **Segunda Convocatoria** solo existirá la posibilidad de realizar una PRUEBA ESCRITA similar a la de la primera convocatoria

Criterios de Evaluación:

Para superar la asignatura la nota obtenida deberá ser igual o superior a 5. En el caso de que alguna de las partes o en ambas no obtuvieran la calificación mínima establecida, la nota final de la asignatura será la más baja de ambas.

Se valorará que el estudiante conozca, entienda y sea capaz de utilizar, en diferentes contextos, los conceptos y herramientas estudiados en clase. Además, se valorará la capacidad para integrar y sintetizar los conocimientos adquiridos