

GUÍA DOCENTE
“INVESTIGACIÓN DE MERCADOS I”

GRADO EN MARKETING

CURSO 2019-20

Fecha de publicación: 17.07.2019

I. Identificación de la Asignatura	
Tipo	OBLIGATORIA
Periodo de impartición	3 curso, 1Q semestre
Nº de Créditos	4,5
Idioma en que se imparte	Castellano

II. Presentación
<p>La asignatura va a dotar al alumnado de los conocimientos introductorios de la investigación de mercados como una herramienta básica para la toma de decisiones en marketing. Partiendo de unas nociones básicas de marketing el alumno tomará contacto con el diseño de investigación y las diferentes técnicas de investigación, algo que le capacitará profesionalmente para trabajar en un sector en alza, ya que cada vez son más las empresas que subcontratan las funciones de institutos de investigación. Los requisitos previos para cursar la asignatura son unos conocimientos básicos de marketing. Las recomendaciones sería mantenerse al día y establecer relaciones con el resto de las asignaturas específicas de marketing que se dan en este tercer curso y acostumbrarse a manejar los diferentes libros recomendados.</p>

III. Competencias
Competencias Generales
<p>CG01. Capacidad de análisis y síntesis: analizar, sintetizar, valorar y tomar decisiones a partir de los registros relevantes de información sobre la situación y previsible evolución de una empresa.</p> <p>CG02. Capacidad de organización y planificación: Aplicada a una empresa u organización, identificando sus fortalezas y debilidades.</p> <p>CG06. Habilidad para analizar, buscar y discriminar información proveniente de fuentes diversas: ser capaz de identificar las fuentes de información económica relevante, obtener y seleccionar información relevante imposible de reconocer por no profesionales.</p> <p>CG08. Capacidad para la resolución de problemas.</p> <p>CG09. Capacidad de tomar decisiones.</p>
Competencias Específicas
<p>CE03. Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa y en especial del área de marketing e investigación de mercados.</p> <p>CE04. Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados</p> <p>CE05. Redactar proyectos de gestión global o áreas funcionales de la empresa relativas al ámbito del marketing e investigación de mercados.</p> <p>CE09. Ser capaz de tomar decisiones relativas a las variables comerciales.</p> <p>CE12. Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación Comercial.</p> <p>CE19. Ser capaz de aplicar los conocimientos teóricos, metodológicos y de técnicas</p>

(de marketing e investigación de mercados) de forma conjunta, adquiridas a lo largo de la formación, trabajando en equipo y desarrollando las habilidades y destrezas de un profesional de marketing e investigación de mercados.

IV. Contenido

IV.1. Temario de la asignatura

Bloque temático	Tema	Apartados
I. La Investigación de Mercados	Tema 1. "Concepto y aplicación de la investigación comercial"	Nociones básicas, características y ámbito de aplicación de la investigación comercial.
II. Etapas y Diseño de la Investigación de Mercados	Tema 2. Etapas y Diseño de la Investigación de Mercados	Etapas de la Investigación de Mercados. Diferencias fundamentales entre los diferentes diseños y técnicas de investigación.
III. "Técnicas Cualitativas"	Tema 3: "La investigación cualitativa".	Descripción de los principales procedimientos cualitativos
IV. "Técnicas Cuantitativas"	Tema 4. "La encuesta"	Modalidades de aplicación de la encuesta.
	Tema 5. "El cuestionario"	Diseño de cuestionario.
	Tema 6. "El muestreo"	Selección de las unidades muestrales y determinación del tamaño muestral.

IV.2. Actividades Formativas

Tipo	Descripción
Lecturas	(AFE1) Preparación de contenidos teóricos. Lectura comprensiva de material docente recomendado.
Prácticas / Resolución de ejercicios	(AFE2, AFE4) Actividades de carácter práctico (trabajo individual, en grupo, participación en debates y crítica constructiva).
Otras	(AFE5) Asistencia a tutorías académicas.

V. Tiempo de Trabajo

Clases teóricas	20
Clases prácticas de resolución de problemas, casos, etc.	20
Prácticas en laboratorios tecnológicos, clínicos, etc.	0
Realización de pruebas	5
Tutorías académicas	13,5
Actividades relacionadas: jornadas, seminarios, etc	0
Preparación de clases teóricas	40
Preparación de clases prácticas/problemas/casos	20
Preparación de pruebas	16,5
Total de horas de trabajo del estudiante	135

VI. Metodología y Plan de Trabajo

Tipo	Periodo	Contenido
Clases Teóricas	Semana 1 a Semana 15	(MD1) Clase magistral.
Prácticas	Semana 1 a Semana 15	(MD2) Clases prácticas: trabajos individuales, grupales, debates y crítica constructiva.
Tutorías académicas	Semana 1 a Semana 15	(MD3) Tutorías académicas.

VII. Métodos de evaluación

VII.1. Ponderación para la evaluación

Evaluación Ordinaria:

Si el docente considera que la asistencia es obligatoria deberá especificarse con precisión. (Nota: para no admitir a un estudiante a una prueba por no cumplir con el mínimo de asistencia, se deberá poder justificar por el profesor utilizando un sistema probatorio, como por ejemplo, una hoja de firmas o el sistema de control de asistencia disponible en Aula Virtual).

La distribución y características de las pruebas de evaluación son las que se describen a continuación. Solo en casos excepcionales y especialmente motivados, el profesor podrá incorporar adaptaciones en la Guía. Dichos cambios requerirán, previa consulta al Responsable de la Asignatura, la autorización previa y expresa del Coordinador de Grado, quien notificará al Vicerrectorado con competencias en materia de Ordenación Académica la modificación realizada. En todo caso, las modificaciones que se propongan deberán atender a lo establecido en la memoria verificada. Para que tales cambios sean efectivos, deberán ser debidamente comunicados a comienzo de curso a los estudiantes a través del Aula Virtual. Con carácter general, la suma de las actividades no reevaluables no podrá superar el 50% de la nota de la asignatura y no podrán tener nota mínima. No será de aplicación este criterio en el caso de las prácticas de laboratorio o prácticas clínicas, cuando esté debidamente justificado.

Evaluación extraordinaria: Los alumnos que no consigan superar la evaluación

ordinaria, o no se hayan presentado, serán objeto de la realización de una evaluación extraordinaria para verificar la adquisición de las competencias establecidas en la guía.

Descripción de las pruebas de evaluación y su ponderación

1.- SEGUIMIENTO DE LA ASIGNATURA: Todos los alumnos deben seguir la asignatura desde el principio del semestre, lo que implica que todos los alumnos se responsabilizan de saber lo que se dice en clase independientemente de que un día no hayan podido acudir. Los alumnos deben cumplir los requisitos de disciplina y atención en clase. Además, lo que se dice y trabaja en clase es materia. Por lo tanto, la asistencia activa (atender, tomar apuntes, participar, etc.) es pieza clave para tener éxito en esta asignatura.

2.- EVALUACIÓN DE LA ASIGNATURA. La evaluación de la asignatura se realizará de la siguiente forma:

2.1.- Pruebas Prácticas.: 40% de la nota.

Son obligatorios y se podrán realizar tanto de forma individual como en grupo. Para aprobar la asignatura será necesario haber presentado la totalidad de las prácticas propuestas, especialmente las realizadas en grupo, o el alumno asumirá una nota de cero en la prueba no entregada. Se considerará que el estudiante ha adquirido las competencias evaluadas en las prácticas si su calificación en dicha prueba/s es mayor o igual a 5 sobre 10 puntos. En caso contrario se considera que el estudiante no ha adquirido dichas competencias. Es imprescindible superar esta parte para poder aprobar la asignatura y que la parte teórica se tenga en cuenta. Las competencias evaluadas en las prácticas son reevaluables. Las fechas de entrega de prácticas serán fijadas por el profesor y asumidas por el alumno. Las entregas fuera de plazo no serán admitidas bajo ninguna circunstancia (salvo fuerza mayor demostrable documentalmente por el alumno). Se determinarán y anunciarán en clase tanto las prácticas como los requisitos, las fechas de entrega y el modo de entrega de las mismas. Los alumnos se responsabilizarán de saber qué prácticas son las exigidas, fechas de entrega, modo de entrega y llevar un seguimiento de cuáles han entregado o no.

2.2.- Pruebas teóricas: 60% de la nota

Examen de contenidos teóricos y prácticos que ponderará un 60% de la nota. Se considerará que el estudiante ha adquirido las competencias evaluadas en la prueba escrita si su calificación en dicha prueba es mayor o igual a 5 sobre 10 puntos. En caso contrario se considera que el estudiante no ha adquirido dichas competencias. Es imprescindible superar esta parte para poder aprobar la asignatura y que la parte práctica se tenga en cuenta. Las competencias evaluadas en la prueba escrita son reevaluables. La prueba escrita es individual. No se permite el uso de material en la prueba.

SOLO SE GUARDA PARA LA CONVOCATORIA DE JUNIO LA NOTA DE LAS PRACTICAS REALIZADAS DURANTE EL DESARROLLO DE LA ASIGNATURA EN EL CURSO ACADÉMICO EN CURSO, SIEMPRE Y CUANDO SE HAYAN SUPERADO CON UN 5 SOBRE 10.

Para los alumnos Erasmus (in and out) y asimilados (por ejemplo, realizando prácticas externas):

- Es muy importante que tengan un nivel "alto" de español para seguir las clases.
- No hay excepciones de ningún tipo a la mecánica de la asignatura, esto incluye fechas, evaluación, etc. Los exámenes son siempre en Madrid y en las fechas que se fijen para todos los alumnos. No hay excepciones.

3. ORTOGRAFÍA. En la calificación de las actividades, trabajos y exámenes universitarios serán evaluados no solo los contenidos, sino también todos los aspectos que contribuyen a una correcta expresión escrita como son la presentación formal, la estructura y organización de las ideas y contenidos, la correcta ortografía, la puntuación, etc. En definitiva, se evaluará que la expresión sea la correspondiente a un nivel universitario.

VII.2. Evaluación de alumnos con dispensa académica

Para que un alumno pueda optar a esta evaluación, tendrá que obtener la 'Dispensa Académica' para la asignatura, que habrá solicitado al Decano/a o Director/a del Centro que imparte su titulación. La Dispensa Académica se podrá conceder siempre y cuando las peculiaridades propias de la asignatura lo permitan. Una vez que se haya notificado la concesión de la Dispensa Académica, el docente deberá informar al estudiante a través del Aula Virtual acerca del plan de evaluación establecido en cada caso.

Asignatura con posibilidad de dispensa: Si

VII.3. Revisión de las pruebas de evaluación

Conforme a la normativa de reclamación de exámenes de la Universidad Rey Juan Carlos.

VII.4. Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

Las adaptaciones curriculares para estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales, a fin de garantizar la igualdad de oportunidades, no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico serán pautadas por la Unidad de Atención a Personas con Discapacidad en virtud de la Normativa que regula el servicio de Atención a Estudiantes con Discapacidad, aprobada por Consejo de Gobierno de la Universidad Rey Juan Carlos.

Será requisito imprescindible para ello la emisión de un informe de adaptaciones curriculares por parte de dicha Unidad, por lo que los estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales deberán contactar con ella, a fin de analizar conjuntamente las distintas alternativas.

VII.5. Conducta Académica

Véase normativa de conducta académica

VIII. Recursos y Materiales Didácticos

Bibliografía

GARCÍA FERRER, GEMMA (2016): Investigación Comercial, Esic, 4º ed
 GARCÍA FERRER, GEMMA (2017): Investigación Comercial, Casos de investigación. Una práctica empresarial. Esic.

Bibliografía de Consulta

FERNANDEZ NOGALES, A.(2004): Investigación y técnicas de mercado, Esic, 2º ed.
 GRANDE ESTEBAN, I. Y ABASCAL FERNÁNDEZ, E. (2011): Fundamentos y técnicas de investigación comercial, Esic, 11ª edición, Madrid.
 GRANDE ESTEBAN, I., MERINO SANZ M. J., PINTADO BLANCO, T. y otros (2010): Introducción a la investigación de mercados, Esic, 1º ed.
 KRUGER, R.A. (1988): El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada. Pirámide, Madrid.

NOTA:

En el libro García Ferrer Gemma se puede consultar una extensa bibliografía

IX. Profesorado

Nombre y Apellidos	MARÍA REQUENA LAVIÑA
Correo Electrónico	prof.mrequena@eserp.com
Titulación Académica	Doctora acreditada