

ANX-PR/CL/001-02
GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

Investigacion de mercados

CURSO ACADÉMICO - SEMESTRE

2015-16 - Segundo semestre

Datos Descriptivos

Nombre de la Asignatura	Investigacion de mercados
Titulación	05TI - Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales
Centro responsable de la titulación	E.T.S. de Ingenieros Industriales
Semestre/s de impartición	Octavo semestre
Módulo	Especialidad
Materia	Organizacion
Carácter	Optativa
Código UPM	55000608
Nombre en inglés	Marketing Research

Datos Generales

Créditos	3	Curso	4
Curso Académico	2015-16	Período de impartición	Febrero-Junio
Idioma de impartición	Castellano	Otros idiomas de impartición	

Requisitos Previos Obligatorios

Asignaturas Superadas

El plan de estudios Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales no tiene definidas asignaturas previas superadas para esta asignatura.

Otros Requisitos

El plan de estudios Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales no tiene definidos otros requisitos para esta asignatura.

Conocimientos Previos

Asignaturas Previas Recomendadas

Introduccion al marketing

Otros Conocimientos Previos Recomendados

El coordinador de la asignatura no ha definido otros conocimientos previos recomendados.

Competencias

CE28F - Conocimiento de la metodología y métodos cuantitativos de diseño de estrategias comerciales, seguimiento de las mismas y medidas de efectividad.

CG10 - Capacidad para generar nuevas ideas (Creatividad).

CG3 - Aplicar los conocimientos adquiridos para identificar, formular y resolver problemas dentro de contextos amplios y multidisciplinarios, siendo capaces de integrar conocimientos, trabajando en equipos multidisciplinares.

CG4 - Comprender el impacto de la ingeniería industrial en el medio ambiente, el desarrollo sostenible de la sociedad y la importancia de trabajar en un entorno profesional y responsable.

CG5 - Saber comunicar los conocimientos y conclusiones, de forma oral, escrita y gráfica, a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.

CG6 - Poseer habilidades de aprendizaje que permitan continuar estudiando a lo largo de la vida para su adecuado desarrollo profesional.

Resultados de Aprendizaje

RA332 - Investigación de mercados: Aprender a diseñar un proyecto de Investigación de Mercados.

RA333 - Conocer las principales técnicas y sus fundamentos así como casos claros de aplicación de las mismas.

RA334 - Interpretar y analizar la información obtenida de los estudios.

RA335 - Conocer los Estudios estandar más comúnmente empleados disponibles en el mercado...

Profesorado

Profesorado

Nombre	Despacho	e-mail	Tutorías
Pelaez Garcia, Miguel Angel	Admon Emp	miguelangel.pelaez@upm.es	Previa solicitud por correo electrónico
Vargas Perez, Ana Maria (Coordinador/a)	Admon Emp	ana.vargas@upm.es	X - 12:00 - 13:00 Previa solicitud por correo electrónico

Nota.- Las horas de tutoría son orientativas y pueden sufrir modificaciones. Se deberá confirmar los horarios de tutorías con el profesorado.

Descripción de la Asignatura

Es una asignatura basada en el aprendizaje de las distintas herramientas de investigación de mercados que se utilizan para la obtención y análisis de los datos del mundo empresarial. Se aplican técnicas cualitativas y cuantitativas que mejor se ajusten al tipo de investigación que necesita la empresa. La metodología principal de aprendizaje es la resolución de un problema del mercado o de una empresa (escogido desde el principio de la asignatura) utilizando las técnicas impartidas en clase y analizando la información obtenida de la aplicación de cada una de las herramientas.

Temario

1. Método y Ciencia
2. Técnicas cuantitativas y cualitativas en investigación de mercados
3. Diseño y Pretest de encuestas
4. Focus Group, Entrevista en Profundidad, Observación, Otras.
5. Diseño del informe de resultados. Análisis. Validez
6. Tendencias en investigación de mercados.

Cronograma

Horas totales: 17 horas y 10 minutos

Horas presenciales: 17 horas y 10 minutos (22%)

Peso total de actividades de evaluación continua:
100%

Peso total de actividades de evaluación sólo prueba final:
100%

Semana	Actividad Presencial en Aula	Actividad Presencial en Laboratorio	Otra Actividad Presencial	Actividades Evaluación
Semana 1	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 2	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 3	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 4	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	Aplicación técnicas en clase Duración: 00:00 TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación continua Actividad presencial
Semana 5	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 6	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	Prácticas/aplicación de técnicas Duración: 00:00 TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación continua Actividad presencial
Semana 7	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 8	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 9	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 10	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 11	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	

Semana 12	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 13	clase Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	Participación Duración: 00:00 OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación continua Actividad presencial
Semana 14			Prácticas/aplicación técnicas Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	Trabajo Grupal Duración: 00:00 PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación continua Actividad presencial
Semana 15				
Semana 16				
Semana 17				Examen Duración: 00:00 EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación sólo prueba final Actividad no presencial

Nota.- El cronograma sigue una planificación teórica de la asignatura que puede sufrir modificaciones durante el curso.

Nota 2.- Para poder calcular correctamente la dedicación de un alumno, la duración de las actividades que se repiten en el tiempo (por ejemplo, subgrupos de prácticas") únicamente se indican la primera vez que se definen.

Actividades de Evaluación

Semana	Descripción	Duración	Tipo evaluación	Técnica evaluativa	Presencial	Peso	Nota mínima	Competencias evaluadas
4	Aplicación técnicas en clase	00:00	Evaluación continua	TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo	Sí	10%		CG5, CG10
6	Prácticas/aplicación de técnicas	00:00	Evaluación continua	TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo	Sí	30%		CG6, CG4, CG10, CG5, CG3, CE28F
13	Participación	00:00	Evaluación continua	OT: Otras técnicas evaluativas	Sí	20%		CG5
14	Trabajo Grupal	00:00	Evaluación continua	PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo	Sí	40%		CE28F, CG3, CG5, CG10, CG6, CG4
17	Examen	00:00	Evaluación sólo prueba final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	No	100%		CE28F, CG3, CG5, CG10

Criterios de Evaluación

METODOLOGÍA DE LA ASIGNATURA:

- **Evaluación continua.** Se utilizará esta metodología para todos los alumnos matriculados.

- **Evaluación Final:**

Se utilizará esta metodología como excepción a la anterior.

Requerimiento: Enviar al profesor una carta firmada renunciando a la Evaluación continua.

Evaluación continua

- 30 % Aplicación de técnicas.
- 40% Trabajos en grupo.
- 20 % Participación.
- 10 % Prácticas.

Recursos Didácticos

Descripción	Tipo	Observaciones
Libro	Bibliografía	INVESTIGACION DE MERCADOS NARESH K. MALHOTRA , PRENTICE HALL MEXICO, 2008
Libro 2	Bibliografía	INVESTIGACION CUALITATIVA JUAN BAEZ Y PEREZ DE TUDELA , ESIC EDITORIAL, 2007

Otra Información

Los recursos didácticos, se van actualizando permanentemente durante el desarrollo del curso académico. Se utilizan muchos vídeos de las nuevas técnicas de investigación de mercados: Big Data, Redes Sociales. Casos y artículos actuales.