

**ANX-PR/CL/001-01**  
**GUÍA DE APRENDIZAJE**

**ASIGNATURA**

Investigación de mercados

**CURSO ACADÉMICO - SEMESTRE**

2016-17 - Segundo semestre

## Datos Descriptivos

---

<b>Nombre de la Asignatura</b>	Investigacion de mercados
<b>Titulación</b>	05TI - Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales
<b>Centro responsable de la titulación</b>	Escuela Técnica Superior de Ingenieros Industriales
<b>Semestre/s de impartición</b>	Octavo semestre
<b>Módulos</b>	Especialidad
<b>Materias</b>	Organizacion
<b>Carácter</b>	Optativa
<b>Código UPM</b>	55000608
<b>Nombre en inglés</b>	Marketing research

## Datos Generales

---

<b>Créditos</b>	3	<b>Curso</b>	4
<b>Curso Académico</b>	2016-17	<b>Período de impartición</b>	Febrero-Junio
<b>Idioma de impartición</b>	Castellano	<b>Otros idiomas de impartición</b>	

## Requisitos Previos Obligatorios

---

### Asignaturas Previas Requeridas

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 multidisciplinares, 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

---

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...

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

## Profesorado

---

### Profesorado

Nombre	Despacho	e-mail	Tutorías
Pelaez Garcia, Miguel Angel <b>(Coordinador/a)</b>	Admon Emp	miguelangel.pelaez@upm.es	Previa solicitud por correo electrónico
Sanchez Chaparro, Teresa	Admon Emp	teresa.sanchez@upm.es	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	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas</b> Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 2	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas</b> Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 3	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas</b> Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 4	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas</b> Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	<b>Aplicación técnicas en clase</b> Duración: 00:00 TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación continua Actividad presencial
Semana 5	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas</b> Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	
Semana 6	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas</b> Duración: 00:45 OT: Otras actividades formativas	<b>Prácticas/aplicación de técnicas</b> Duración: 00:00 TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación continua Actividad presencial
Semana 7	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 8	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 9	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 10	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 11	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	

Semana 12	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	
Semana 13	<b>clase</b> Duración: 00:40 LM: Actividad del tipo Lección Magistral		<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	<b>Participación</b> Duración: 00:00 OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación continua Actividad presencial
Semana 14			<b>Prácticas/aplicación técnicas</b> Duración: 00:30 OT: Otras actividades formativas	<b>Trabajo Grupal</b> Duración: 00:00 PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación continua Actividad presencial
Semana 15				
Semana 16				
Semana 17				<b>Examen</b> 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%		CE28F, CG6, CG4, CG3, CG5, CG10
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, CG6, CG4, CG3, CG5, CG10
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.