



UNIVERSIDAD  
POLITÉCNICA  
DE MADRID

PROCESO DE  
COORDINACIÓN DE LAS  
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S. de Ingenieros de  
Caminos, Canales y Puertos

# ANX-PR/CL/001-01

## GUÍA DE APRENDIZAJE

### ASIGNATURA

**45000248 - Investigación De Mercados**

### PLAN DE ESTUDIOS

04GD - Doble Grado En Ingeniería Civil Y Territorial Y En Ade

### CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2022/23 - Primer semestre

## Índice

---

### Guía de Aprendizaje

1. Datos descriptivos.....	1
2. Profesorado.....	1
3. Conocimientos previos recomendados.....	2
4. Competencias y resultados de aprendizaje.....	2
5. Descripción de la asignatura y temario.....	3
6. Cronograma.....	5
7. Actividades y criterios de evaluación.....	7
8. Recursos didácticos.....	9
9. Otra información.....	10

## 1. Datos descriptivos

---

### 1.1. Datos de la asignatura

<b>Nombre de la asignatura</b>	45000248 - Investigación de Mercados
<b>No de créditos</b>	6 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Curso</b>	Cuarto curso
<b>Semestre</b>	Séptimo semestre
<b>Período de impartición</b>	Septiembre-Enero
<b>Idioma de impartición</b>	Castellano
<b>Titulación</b>	04GD - Doble Grado en Ingeniería Civil y Territorial y en ADE
<b>Centro responsable de la titulación</b>	04 - Escuela Técnica Superior De Ingenieros De Caminos, Canales Y Puertos
<b>Curso académico</b>	2022-23

## 2. Profesorado

---

### 2.1. Profesorado implicado en la docencia

<b>Nombre</b>	<b>Despacho</b>	<b>Correo electrónico</b>	<b>Horario de tutorías</b> *
Vicente Alcaraz Carrillo De Albornoz		vicente.alcarazc@upm.es	J - 11:00 - 14:00 V - 11:00 - 14:00
Francisco Jose Nuñez Frasquet		francisco.nunez@upm.es	M - 19:00 - 21:00 V - 17:00 - 19:00
Juan Molina Millan		juan.molina@upm.es	M - 10:00 - 13:00 X - 10:00 - 13:00

Antonio Sanchez Soliño (Coordinador/a)	6ª planta	antonio.sanchezso@upm.es	X - 16:00 - 20:00 J - 16:00 - 20:00
---	-----------	--------------------------	--

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

### 3. Conocimientos previos recomendados

---

#### 3.1. Asignaturas previas que se recomienda haber cursado

- Marketing Y Gestión De Ventas

#### 3.2. Otros conocimientos previos recomendados para cursar la asignatura

El plan de estudios Doble Grado en Ingeniería Civil y Territorial y en ADE no tiene definidos otros conocimientos previos para esta asignatura.

### 4. Competencias y resultados de aprendizaje

---

#### 4.1. Competencias

30AD. E07 - Comprender los procesos de toma de decisiones comerciales.

30AD. E08 - Elaborar la estrategia comercial de la empresa.

30AD. E09 - Capacidad para aplicar las técnicas de análisis de mercados.

30AD. G01 - Que los estudiantes sean capaces de comprender, interpretar, sintetizar y evaluar de forma crítica información proveniente de fuentes diversas en el ámbito de la administración y dirección de empresas.

30AD. G03 - Que los estudiantes sean capaces de comunicar conocimientos y conclusiones del ámbito de la administración y dirección de empresas, tanto de forma oral como escrita, a públicos especializados y no especializados, expresándose de manera fluida y sin ambigüedades.

30AD. G06 - Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipos multidisciplinares, aplicando los conocimientos adquiridos en el ámbito de la administración y dirección de empresas, fomentando el espíritu de equipo y la coordinación en las tareas de los diversos miembros.

30AD. G07 - Que los estudiantes sean capaces de trabajar en entornos diversos, comprendiendo y adaptándose a situaciones nuevas en el ámbito de la administración y dirección de empresas.

## 4.2. Resultados del aprendizaje

RA171 - RA177 - Saber utilizar correctamente los conceptos e instrumentos básicos del análisis para su aplicación a la realidad económica.

RA193 - RA140 - Poder exponer y comunicar sus ideas y reflexiones, tanto de forma oral como escrita

RA172 - RA178 - Conocer y gestionar las fuentes de información económica relevante y su contenido. Ser capaz de analizar esa información, y de extraer conclusiones sobre diversos aspectos de la realidad económica.

## 5. Descripción de la asignatura y temario

---

### 5.1. Descripción de la asignatura

El Marketing actual tiene como eje central la soberanía del consumidor, por ello tratar de conocerle lo mejor posible se ha convertido en una prioridad empresarial. Si a esta premisa general le sumamos una competencia cada vez mayor junto con una necesidad imperiosa de que las nuevas decisiones de inversión comercial sean rentables, llegamos a la conclusión de que es absolutamente necesario disponer de herramientas que permitan la toma de decisiones de inversión acertadas. El área dentro de la disciplina del Marketing que se ocupa de dar respuesta a esta necesidad de información es la Investigación de Mercados, cuyo propósito no es otro que obtener información relevante y detallada acerca de los mercados objetivo de la empresa. El análisis posterior de la información así obtenida también es responsabilidad de la Investigación de Mercados. El propósito de la asignatura es enseñar los fundamentos de la Investigación de Mercados. La asignatura cubre tanto aspectos teóricos como prácticos. La realización de las prácticas en grupo e individuales planificadas persigue que el alumno conozca los fundamentos de la disciplina a partir del diseño y realización de su propia investigación de mercados. Por último realizarán una exposición oral en grupo del trabajo de la investigación de mercados realizada a lo largo del curso.

## 5.2. Temario de la asignatura

1. Introducción a la investigación de mercados
2. Diseño de la investigación
3. Investigación cualitativa
4. Métodos cuantitativos
5. Muestro y trabajo de campo
6. Análisis e interpretación de los datos
7. Preparación y presentación del informe

## 6. Cronograma

### 6.1. Cronograma de la asignatura \*

Sem	Actividad en aula	Actividad en laboratorio	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1	<b>Tema 1</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Asistencia a clase y participación. Esta actividad de evaluación se desarrolla a lo largo de todo el curso, todas las semanas.</b> OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación continua Presencial Duración: 00:00
2	<b>Tema 2</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
3	<b>Tema 2</b> Duración: 03:45 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
4	<b>Tema 3</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
5	<b>Tema 3</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
6	<b>Tema 4</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
7	<b>Tema 4</b> Duración: 03:45 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			<b>Trabajo individual</b> TI: Técnica del tipo Trabajo Individual Evaluación continua No presencial Duración: 06:00
8	<b>Tema 5</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
9	<b>Tema 5</b> Duración: 03:45 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
10	<b>Tema 5</b> Duración: 03:45 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
11	<b>Tema 6</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
12	<b>Tema 6</b> Duración: 03:45 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			

13	<b>Tema 6</b> Duración: 03:45 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
14	<b>Tema 7</b> Duración: 03:45 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Trabajo en grupo</b> TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo Evaluación continua No presencial Duración: 06:00
15	<b>Tema 7. Estudio de caso</b> Duración: 03:45 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
16				<b>Examen final</b> EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación continua Presencial Duración: 02:00  <b>Examen final</b> EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación sólo prueba final Presencial Duración: 02:00
17				

Para el cálculo de los valores totales, se estima que por cada crédito ECTS el alumno dedicará dependiendo del plan de estudios, entre 26 y 27 horas de trabajo presencial y no presencial.

\* El cronograma sigue una planificación teórica de la asignatura y puede sufrir modificaciones durante el curso derivadas de la situación creada por la COVID-19.



## 7. Actividades y criterios de evaluación

### 7.1. Actividades de evaluación de la asignatura

#### 7.1.1. Evaluación (progresiva)

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
1	Asistencia a clase y participación. Esta actividad de evaluación se desarrolla a lo largo de todo el curso, todas las semanas.	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:00	10%	/ 10	30AD. G06 30AD. G07 30AD. E07 30AD. E08 30AD. E09 30AD. G03 30AD. G01
7	Trabajo individual	TI: Técnica del tipo Trabajo Individual	No Presencial	06:00	10%	/ 10	30AD. G06 30AD. G07 30AD. E07 30AD. E08 30AD. E09 30AD. G03 30AD. G01
14	Trabajo en grupo	TG: Técnica del tipo Trabajo en Grupo	No Presencial	06:00	20%	/ 10	30AD. G06 30AD. G07 30AD. E07 30AD. E08 30AD. E09 30AD. G03 30AD. G01
16	Examen final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	60%	4 / 10	30AD. G07 30AD. E07 30AD. E08 30AD. E09 30AD. G03 30AD. G01

#### 7.1.2. Prueba evaluación global

Sem	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
16	Examen final	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	100%	5 / 10	30AD. G06 30AD. G07 30AD. E07 30AD. E08 30AD. E09 30AD. G03 30AD. G01

### 7.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
Examen final extraordinario	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	100%	5 / 10	30AD. G06 30AD. G07 30AD. E07 30AD. E08 30AD. E09 30AD. G03 30AD. G01

## 7.2. Criterios de evaluación

### EVALUACIÓN CONTINUA (EVALUACIÓN PROGRESIVA/DISTRIBUIDA)

La calificación final de la asignatura se obtendrá ponderando cada actividad de evaluación, tal como aparecen descritas en el cronograma y en la tabla de actividades de evaluación, por su peso correspondiente.

### EVALUACIÓN SÓLO PRUEBA FINAL (EVALUACIÓN MEDIANTE PRUEBA GLOBAL)

La evaluación por prueba global consistirá en un examen escrito compuesto por una serie de ejercicios teóricos y prácticos sobre toda la materia desarrollada a lo largo del curso. Se valorará especialmente la capacidad del alumno para aplicar los conocimientos adquiridos en la materia a las situaciones específicas que se planteen en los ejercicios.

### EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

La evaluación extraordinaria sigue los mismos criterios que la evaluación mediante prueba global de la convocatoria ordinaria.

## 8. Recursos didácticos

### 8.1. Recursos didácticos de la asignatura

Nombre	Tipo	Observaciones
Malhotra, N. K. Investigación de Mercados (5ª edición), (2008), Ed. Pearson. México.	Bibliografía	
Malhotra, N. K. Investigación de Mercados. Conceptos esenciales. (2015). Ed. Pearson, México.	Bibliografía	
Fernández Nogales, A. Investigación y técnicas de mercado, (2004). Esic Editorial. Madrid.	Bibliografía	
Grande Esteban, I y Abascal Fernández, E. Fundamentos y técnicas de investigación comercial. ESIC. 12ª edición	Bibliografía	
Luque, T. Técnicas de análisis de datos en Investigación de Mercados (2ª Ed.) (2012), Ed. Pirámide, Madrid.	Bibliografía	
Luque, T. Investigación de MKT 3.0 , (2017). Ed. Pirámide, Madrid	Bibliografía	
Moodle	Recursos web	

## 9. Otra información

---

### 9.1. Otra información sobre la asignatura