



UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE MADRID

PROCESO DE
COORDINACIÓN DE LAS
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S. de Ingenieros
Informáticos

ANX-PR/CL/001-01

GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

105000382 - Investigación De Mercados

PLAN DE ESTUDIOS

10ID - Doble Grado En Ingenieria Informatica Y En Ade

CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2025/26 - 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.....	9
8. Recursos didácticos.....	12

1. Datos descriptivos

1.1. Datos de la asignatura

Nombre de la asignatura	105000382 - Investigación de Mercados
No de créditos	6 ECTS
Carácter	Obligatoria
Curso	Tercero curso
Semestre	Quinto semestre
Período de impartición	Septiembre-Enero
Idioma de impartición	Castellano
Titulación	10ID - Doble Grado en Ingeniería Informática y en ADE
Centro responsable de la titulación	10 - E.T.S. De Ingenieros Informáticos
Curso académico	2025-26

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia

Nombre	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías *
Javier Salvador Azpiazu Cuenca (Coordinador/a)	5216	javersalvador.azpiazu@upm .es	M - 10:00 - 12:00 X - 12:00 - 14:00 Los horarios de tutorías pueden encontrarse sujetos a cambios. Se ruega consultar previamente la disponibilidad horaria para las

tutorías.

* 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 Informática y en ADE no tiene definidos otros conocimientos previos para esta asignatura.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

4.1. Competencias

30AD-CG06 - 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-CE07 - Comprender los procesos de toma de decisiones comerciales.

30AD-CE08 - Elaborar la estrategia comercial de la empresa.

30AD-CE09 - Capacidad para aplicar las técnicas de análisis de mercados.

30AD-CG01 - 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-CG03 - 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-CG07 - 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

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.

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

RA177 - Saber utilizar correctamente los conceptos e instrumentos básicos del análisis para su aplicación a 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. Investigación cuantitativa
5. Muestreo 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 tipo 1	Actividad tipo 2	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
2	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
3	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
4	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			

5	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
6	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
7	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
8	<p>Clases teóricas y prácticas Duración: 01:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas). Duración: 01:00 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p> <p>Examen parcial Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación</p>			<p>Examen parcial EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 02:00</p>
9	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			

10	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
11	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
12	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
13	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			
14	<p>Clases teóricas y prácticas (2 horas y 30 minutos) Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral</p> <p>Trabajos individuales y en grupo (actividades guiadas) (1 hora y 30 minutos). Duración: 01:30 AC: Actividad del tipo Acciones Cooperativas</p>			

15	<p>Examen parcial Duración: 02:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación</p> <p>Evaluación de "Asistencia y participación en el aula" Duración: 00:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación</p> <p>Evaluación de trabajos individuales y en grupo. Duración: 00:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación</p>			<p>Examen parcial EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 02:00</p> <p>Evaluación de trabajos individuales y en grupo. OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva y Global Presencial Duración: 00:00</p> <p>Asistencia y participación en el aula. OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:00</p>
16				<p>Examen EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Global Presencial Duración: 02:00</p>
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.

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
8	Examen parcial	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	30%	5 / 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CE09
15	Examen parcial	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	30%	5 / 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CE09
15	Evaluación de trabajos individuales y en grupo.	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:00	30%	5 / 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CG06 30AD-CE09
15	Asistencia y participación en el aula.	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:00	10%	/ 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CG06 30AD-CE09

7.1.2. Prueba evaluación global

Sem	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
15	Evaluación de trabajos individuales y en grupo.	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:00	30%	5 / 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CG06 30AD-CE09

16	Examen	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	70%	5 / 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CE09
----	--------	-------------------------------------	------------	-------	-----	--------	--

7.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
Prueba de evaluación extraordinaria.	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	02:00	70%	5 / 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CE09
Evaluación trabajos individuales y en grupo.	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:00	30%	5 / 10	30AD-CE07 30AD-CG03 30AD-CE08 30AD-CG07 30AD-CG01 30AD-CG06 30AD-CE09

7.2. Criterios de evaluación

Evaluación Progresiva

Durante el curso se realizan diversas actividades formativas, tanto individuales como en grupos, con el objetivo de que el alumnado pueda adquirir las competencias asociadas a la asignatura. Los detalles específicos de cada actividad se proporcionarán al alumno durante las sesiones de clase a lo largo del curso.

De manera general se aplica este sistema de evaluación progresiva, que se estructura de la siguiente forma:

1. Asistencia y participación: 10% del valor final de la calificación.
2. Realización de actividades individuales: 10% del valor final de la calificación.
3. Realización y presentación de trabajos en grupo: 20% del valor final de la calificación.
4. Exámenes escritos: 60% del valor final de la calificación.

Tanto en las actividades individuales como en las actividades en grupo se podrán combinar entregas y presentaciones orales realizadas por los alumnos.

Evaluación Global

La evaluación global consistirá en un examen escrito con un valor del 70% de la nota final, y la entrega y posible presentación oral de trabajos que podrán ser tanto individuales como en grupo con un valor del 30% de la nota final. El coordinador de la asignatura concretará estas actividades para los alumnos que se presenten a este tipo de evaluación, pudiendo tener en cuenta su realización o no en el marco de la evaluación progresiva.

Evaluación extraordinaria

La prueba de evaluación extraordinaria incluirá un examen escrito de todo el temario de la asignatura y podrá incluir actividades como las previstas en la evaluación global que el profesor concretará durante el curso.

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, I. y Abascal, E. Fundamentos y técnicas de Investigación comercial, (13ª ed.), (2017), Esic Editorial, Madrid.	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	