



UNIVERSIDAD
POLITÉCNICA
DE MADRID

PROCESO DE
COORDINACIÓN DE LAS
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S. de Edificación

ANX-PR/CL/001-01

GUÍA DE APRENDIZAJE

ASIGNATURA

545000131 - Investigacion De Mercados

PLAN DE ESTUDIOS

54ID - Doble Grado En Edificacion Y En Administracion Y Direccion De Empresas

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.....	7
8. Recursos didácticos.....	10
9. Otra información.....	11

1. Datos descriptivos

1.1. Datos de la asignatura

Nombre de la asignatura	545000131 - Investigacion 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	54ID - Doble Grado en Edificacion y en Administracion y Direccion de Empresas
Centro responsable de la titulación	54 - E.T.S. De Edificación
Curso académico	2025-26

2. Profesorado

2.1. Profesorado implicado en la docencia

Nombre	Despacho	Correo electrónico	Horario de tutorías *
Silverio Alarcon Lorenzo (Coordinador/a)	ETSIAAB, Dept.	silverio.alarcon@upm.es	X - 09:15 - 11:15 Ponerse en contacto con el profesor por email.

* 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 Gestion De Ventas

3.2. Otros conocimientos previos recomendados para cursar la asignatura

El plan de estudios Doble Grado en Edificación y en Administración y Dirección de Empresas no tiene definidos otros conocimientos previos para esta asignatura.

4. Competencias y resultados de aprendizaje

4.1. Competencias

CE48 - Comprender los procesos de toma de decisiones comerciales.

CE49 - Elaborar la estrategia comercial de la empresa.

CE50 - Capacidad para aplicar las técnicas de análisis de mercados.

CG14 - 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.

CG16 - 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.

CG19 - 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.

CG20 - 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

RA308 - Saber utilizar correctamente los conceptos e instrumentos básicos del análisis para su aplicación a la realidad económica

RA309 - Conocer y gestionar las fuentes de información económica relevante y su contenido

RA311 - Poder exponer y comunicar sus ideas y reflexiones, tanto de forma oral como escrita

RA310 - 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 conocerlo 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. Métodos cualitativos
4. Métodos cuantitativos
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	Tema 1 Duración: 04:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Asistencia a clase y participación. Esta actividad se desarrolla a lo largo de todo el curso, todas las semanas Duración: 00:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			Asistencia y participación activa en clase OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:00
2	Tema 2 Duración: 04:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
3	Tema 2 Duración: 04:00 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
4	Tema 3 Duración: 04:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
5	Tema 3 Duración: 04:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
6	Tema 4 Duración: 04:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
7	Tema 4 Duración: 04:00 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			Evaluación trabajos individuales y en grupo OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva No presencial Duración: 06:00
8	Tema 5 Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral Examen parcial Duración: 01:00 OT: Otras actividades formativas / Evaluación			Examen parcial EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 01:00
9	Tema 5 Duración: 04:00 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			

10	Tema 5 Duración: 04:00 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
11	Tema 6 Duración: 04:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
12	Tema 6 Duración: 04:00 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
13	Tema 6 Duración: 04:00 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
14	Tema 7 Duración: 04:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			Evaluación trabajos individuales y en grupo OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva No presencial Duración: 06:00
15	Estudio de caso Duración: 04:00 PR: Actividad del tipo Clase de Problemas			
16				Examen parcial EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 01:00 Examen escrito EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Global Presencial Duración: 02:00 Evaluación trabajos individuales y en grupo OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Global Presencial Duración: 00:20
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
1	Asistencia y participación activa en clase	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:00	10%	/ 10	CE50 CG16 CG20 CG19 CE48 CE49 CG14
7	Evaluación trabajos individuales y en grupo	OT: Otras técnicas evaluativas	No Presencial	06:00	10%	5 / 10	CG16 CG20 CE48 CE49 CG14
8	Examen parcial	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	01:00	30%	5 / 10	CE50 CG16 CG20 CG19 CE48 CE49 CG14
14	Evaluación trabajos individuales y en grupo	OT: Otras técnicas evaluativas	No Presencial	06:00	20%	5 / 10	CG20 CE48 CE49 CG14 CE50 CG16
16	Examen parcial	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	01:00	30%	5 / 10	CE50 CG16 CG20 CG19 CE48 CE49 CG14

7.1.2. Prueba evaluación global

Sem	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
16	Examen escrito	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	70%	5 / 10	CE50 CG16 CG20 CG19 CE48 CE49 CG14
16	Evaluación trabajos individuales y en grupo	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:20	30%	5 / 10	CE50 CG16 CG20 CG19 CE48 CE49 CG14

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	70%	5 / 10	CE50 CG16 CG20 CG19 CE48 CE49 CG14
Evaluación trabajos individuales y en grupo	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:20	30%	5 / 10	CG20 CG19 CE50 CG16 CE48 CE49 CG14

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 de entre 1 y 2 horas de duración: 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 si se estima necesario.

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 evaluación extraordinaria sigue los mismos criterios que la evaluación por prueba global.

8. Recursos didácticos

8.1. Recursos didácticos de la asignatura

Nombre	Tipo	Observaciones
Fernández Nogales, A. Investigación y técnicas de mercado, (2004). Esic Editorial. Madrid.	Bibliografía	
Grande I. y Abascal E. (2017). Fundamentos y técnicas de investigación comercial	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	
Malhotra, N. K. Investigación de Mercados (5ª edición), (2008), Ed. Pearson. México.	Bibliografía	
Malhotra N. (2016). Investigación de Mercados. Conceptos Esenciales	Bibliografía	
Moodle	Recursos web	

9. Otra información

9.1. Otra información sobre la asignatura

- La asignatura se relaciona con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible :
 - ODS 7, Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna,
 - ODS 11, Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles
 - ODS 12, Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.