



UNIVERSIDAD  
POLITÉCNICA  
DE MADRID

PROCESO DE  
COORDINACIÓN DE LAS  
ENSEÑANZAS PR/CL/001



E.T.S. de Ingenieros  
Industriales

# ANX-PR/CL/001-01

## GUÍA DE APRENDIZAJE

### ASIGNATURA

**55000661 - Investigación De Mercados Y Marketing**

### PLAN DE ESTUDIOS

05IR - Grado En Ingenieria De Organizacion

### CURSO ACADÉMICO Y SEMESTRE

2025/26 - Segundo semestre

## Índice

---

### Guía de Aprendizaje

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

## 1. Datos descriptivos

---

### 1.1. Datos de la asignatura

<b>Nombre de la asignatura</b>	55000661 - Investigación de Mercados y Marketing
<b>No de créditos</b>	4.5 ECTS
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Curso</b>	Tercero curso
<b>Semestre</b>	Sexto semestre
<b>Período de impartición</b>	Febrero-Junio
<b>Idioma de impartición</b>	Castellano
<b>Titulación</b>	05IR - Grado en Ingeniería de Organización
<b>Centro responsable de la titulación</b>	05 - E.T.S. De Ingenieros Industriales
<b>Curso académico</b>	2025-26

## 2. Profesorado

---

### 2.1. Profesorado implicado en la docencia

<b>Nombre</b>	<b>Despacho</b>	<b>Correo electrónico</b>	<b>Horario de tutorías</b> *
Teresa Sanchez Chaparro (Coordinador/a)		teresa.sanchez@upm.es	- -

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

## 3. Competencias y resultados de aprendizaje

---

### 3.1. Competencias

CE29 - Capacidad para diseñar sistemas de gestión de calidad conforme a criterios reconocidos internacionalmente. Conocimiento de las causas de riesgos laborales y capacidad para el diseño de sistemas de prevención. Conocimiento de los enfoques de gestión medioambiental que promueven la sostenibilidad de las actividades productivas de la empresa.

CE32 - Capacidad de comprender la importancia del presupuesto y control de costes en la empresa. Conocimiento de las metodologías de contabilidad de costes.

CE33 - Conocimiento de los estados contables fundamentales de la empresa y su interrelación con la gestión y la generación de flujo de caja. Capacidad de analizar el estado de liquidez, endeudamiento y rentabilidad de la empresa.

CE35 - Conocimiento de las diversas formas societarias y de la regulación que afecta al funcionamiento de las empresas y su relación con el entorno y los empleados.

CE36 - Comprensión del papel de los mercados financieros. Conocimiento de los principales activos financieros, su utilidad y riesgos

CE37 - Conocimiento de las estrategias y planes de marketing de la empresa. Comprensión del papel de dichas estrategias en la creación de valor

CE38 - Conocimiento de la metodología y métodos cuantitativos de diseño de estrategias comerciales, seguimiento de las mismas y medidas de efectividad

CE39 - Comprensión de los elementos que configuran un plan de negocio. Conocimiento de las fuentes de capital y los estadios en la creación de un negocio.

CG1 - Conocer y aplicar conocimientos de ciencias y tecnologías básicas a la práctica de la Ingeniería de organización

CG2 - Poseer capacidad para diseñar, desarrollar, implementar, gestionar y mejorar productos, sistemas y procesos en los distintos ámbitos industriales, usando técnicas analíticas, computacionales o experimentales apropiadas

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 multidisciplinarios.

CG4 - Comprender el impacto de la ingeniería de organización 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, tanto 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

CG9 - Organización y planificación en el ámbito de la empresa, y otras instituciones y organizaciones de proyectos y equipos humanos

### **3.2. Resultados del aprendizaje**

RA1 - Comprender los conceptos básicos del álgebra lineal y conocimiento de los algoritmos esenciales de la misma.

## **4. Descripción de la asignatura y temario**

---

### **4.1. Descripción de la asignatura**

Asignatura que estudia de manera teórica y práctica los principios del Marketing en la empresa, estrategias de Producto, Precio, Distribución y Comunicación, así como los principios de investigación de mercados. La metodología de aprendizaje predominante es la realización de casos prácticos y trabajos individuales y en grupo con numerosas presentaciones en clase.

## 4.2. Temario de la asignatura

1. Información general de la asignatura
2. Marketing: gestión con los clientes
3. La empresa y la estrategia de marketing
4. El entorno del marketing
5. La gestión de la información de marketing (investigación de mercados)
6. Comportamiento de compra de los consumidores
7. Segmentación, targeting y posicionamiento
8. Estrategia de producto, servicios y marca
9. Estrategia de precios
10. Estrategias de distribución
11. Estrategias de Comunicación
12. Marketing Online y Redes sociales
13. Responsabilidad Social Corporativa y Marketing

## 5. Cronograma

### 5.1. Cronograma de la asignatura \*

Sem	Actividad tipo 1	Actividad tipo 2	Tele-enseñanza	Actividades de evaluación
1	<b>clase magistral</b> Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
2	<b>clase magistral</b> Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
3	<b>clase magistral</b> Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Exposiciones orales.</b> OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:30
4	<b>clase magistral</b> Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Exposiciones orales</b> OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:30
5	<b>clase magistral</b> Duración: 02:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Exposiciones orales</b> OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:30
6	<b>clase magistral</b> Duración: 02:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Exposiciones orales</b> OT: Otras técnicas evaluativas Evaluación Progresiva Presencial Duración: 01:00
7				
8	<b>clase magistral</b> Duración: 00:30 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
9	<b>clase magistral</b> Duración: 03:00 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			
10	<b>Clase</b> Duración: 02:15 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Trabajos en grupos. No recuperable</b> PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:45
11	<b>clase</b> Duración: 02:15 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Trabajos en grupos. No recuperable</b> PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:45

12	<b>clase</b> Duración: 02:15 LM: Actividad del tipo Lección Magistral			<b>Trabajos en grupos. No recuperable</b> PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:45  <b>Control de conocimientos</b> EX: Técnica del tipo Examen Escrito Evaluación Progresiva Presencial Duración: 02:00
13				<b>Trabajos en grupos. No recuperable</b> PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo Evaluación Progresiva Presencial Duración: 00:30
14				
15				
16				
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.

## 6. Actividades y criterios de evaluación

### 6.1. Actividades de evaluación de la asignatura

#### 6.1.1. Evaluación (progresiva)

Sem.	Descripción	Modalidad	Tipo	Duración	Peso en la nota	Nota mínima	Competencias evaluadas
3	Exposiciones orales.	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:30	5%	5 / 10	CG5 CE29 CE32 CE33
4	Exposiciones orales	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:30	5%	5 / 10	CG1 CG2 CG3 CG6 CG9 CE35
5	Exposiciones orales	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	00:30	5%	5 / 10	CE32 CE36 CE37 CE38 CE39
6	Exposiciones orales	OT: Otras técnicas evaluativas	Presencial	01:00	5%	5 / 10	CG1 CG4 CE36
10	Trabajos en grupos. No recuperable	PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo	Presencial	00:45	15%	5 / 10	CG3 CG5 CG6 CE29 CE33 CE39
11	Trabajos en grupos. No recuperable	PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo	Presencial	00:45	15%	5 / 10	CG5 CE33 CE36 CE37 CE38
12	Trabajos en grupos. No recuperable	PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo	Presencial	00:45	15%	5 / 10	CG4 CE32 CE36

12	Control de conocimientos	EX: Técnica del tipo Examen Escrito	Presencial	02:00	20%	4 / 10	CG1 CG2 CG3 CG5 CG6
13	Trabajos en grupos. No recuperable	PG: Técnica del tipo Presentación en Grupo	Presencial	00:30	15%	5 / 10	CG3 CG6 CG9

### 6.1.2. Prueba evaluación global

No se ha definido la evaluación sólo por prueba final.

### 6.1.3. Evaluación convocatoria extraordinaria

No se ha definido la evaluación extraordinaria.

## 6.2. Criterios de evaluación

La asignatura implica evaluaciones formativas que no son recuperables por evaluación global ordinaria ni extraordinaria, solo continua.

Sólo podrán recuperarse algunas actividades (presentaciones orales) a través de trabajos complementarios.

## 7. Recursos didácticos

---

### 7.1. Recursos didácticos de la asignatura

Nombre	Tipo	Observaciones
Libro	Bibliografía	Manual Básico de la asignatura: Gary A. & Kotler Ph. (2013). "Introducción al Marketing". 3º Ed. Pearson.

## 8. Otra información

---

### 8.1. Otra información sobre la asignatura

Los recursos didácticos, casos a estudiar y artículos a discutir, se van actualizando permanentemente durante el desarrollo de la asignatura. La renovación de los casos de estudio es constante.