

GUÍA DOCENTE

DENOMINACIÓN DE LA ASIGNATURA

Denominación: **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

Código: 100127

Plan de estudios: **GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

Curso: 4

Denominación del módulo al que pertenece: DIRECCIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Materia: DIRECCIÓN E INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Carácter: OBLIGATORIA

Duración: PRIMER CUATRIMESTRE

Créditos ECTS: 6

Horas de trabajo presencial: 60

Porcentaje de presencialidad: 40%

Horas de trabajo no presencial: 90

Plataforma virtual: <http://moodle.uco.es/m1718/>

DATOS DEL PROFESORADO

Nombre: ARRIAZA BALMON, MANUEL (Coordinador)

Departamento: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIAS

área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA

Ubicación del despacho: Facultad de CCEyEE. Planta baja

E-Mail: arriaza@uco.es

Teléfono: 957 21 88 92

Nombre: RODRÍGUEZ ENTRENA, MACARIO

Centro: ETSIAM

Departamento: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIAS

área: ECONOMÍA, SOCIOLOGÍA Y POLÍTICA AGRARIA

Ubicación del despacho: Edificio Gregor Mendel (C5), 3ª Planta

E-Mail: mrentrena@uco.es

Teléfono: 957 21 84 42

REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

Requisitos previos establecidos en el plan de estudios

Ninguno.

Recomendaciones

Sería recomendable que los alumnos hubieran cursado Estadística.

COMPETENCIAS

- C64 Conocer y evaluar el mercado y el entorno integrado dentro del sistema de información del marketing ((rel.CB1, CB2, CB4, CU2, CE1,CE2).
- C107 Ser capaz de diseñar e implantar las estrategias de marketing (rel.CB3, CB5, CU3, CE3,CE4,CE5, CE6 Y CE7).

OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura consiste en adiestrar a los alumnos en:

- el reconocimiento de los problemas que se le puedan presentar en su actuación ante los mercados.
- la búsqueda de la información necesaria para abordar sus soluciones.
- el tratamiento de la misma con los métodos más apropiados.
- la obtención de resultados y conclusiones pertinentes.

GUÍA DOCENTE

- la redacción del informe final de la investigación.

CONTENIDOS

1. Contenidos teóricos

BLOQUE 1: OBTENCIÓN DE DATOS EN UNA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

1. Introducción a la investigación de mercados. Conceptos y objetivos. Fases en el proceso de investigación de mercados. Medición de la información: escalas. Fuentes de información primarias y secundarias.
2. Recogida de información primaria en investigación de mercados. La observación y sus características. La experimentación: clases de experimentos. Las técnicas cualitativas.
3. Recogida de información primaria mediante encuesta. El método de encuesta. El cuestionario y las preguntas. Tipos de encuestas. Los paneles y sus tipos. El muestreo. Muestreo probabilístico y no probabilístico.
4. Tamaño y selección de la muestra. Muestreo simple: magnitudes continuas y proporciones. Casos de poblaciones finitas e infinitas. Caso de más de una variable. Procedimientos para seleccionar la muestra.

BLOQUE 2: DESCRIPCIÓN Y BÚSQUEDA DE RELACIONES ENTRE VARIABLES

5. Contraste de hipótesis estadísticas. Elaboración y contrastación de hipótesis. Tipos de errores en un contraste de hipótesis.
6. Análisis descriptivo y bivariante. Análisis de datos y escala de medida de las variables. Análisis descriptivo de las variables. Estadísticos de tendencia central. Estadísticos de dispersión. Uso de estadísticos según tipo de variable. Búsqueda de relaciones entre dos variables.
7. Relaciones y diferencias entre dos variables. Análisis de medias y proporciones. Análisis de frecuencias. Análisis de la varianza. Análisis de correlación.

BLOQUE 3. ANÁLISIS MULTIVARIANTE DE DATOS

8. Técnicas de dependencia. Conceptos. Regresión lineal simple y múltiple. Análisis discriminante.
9. Técnicas de interdependencia. Conceptos. Análisis factorial: factores comunes y componentes principales. Análisis de conglomerados (cluster).

BLOQUE 4. ELABORACIÓN DEL INFORME

10. Presentación de los resultados. El informe. Elementos del informe. Presentación del informe escrito. Características específicas de un informe oral.

2. Contenidos prácticos

En cada tema se propondrán y se resolverán los correspondientes ejercicios y casos prácticos. De forma complementaria, los alumnos utilizarán el paquete de análisis de datos SPSS en el aula de informática para la resolución de los ejercicios propuestos y resueltos en clase.

Las prácticas en el aula de informática incluyen las siguientes sesiones:

Módulo 1. Introducción a SPSS y estadística descriptiva.

Módulo 2. Uso de tablas y gráficos para buscar relaciones.

Módulo 3. Comparación de medias entre grupos.

GUÍA DOCENTE

Módulo 4. Análisis de correlación y regresión lineal múltiple.

Módulo 5. Análisis discriminante y regresión logística.

Módulo 6. Análisis factorial y de grupos (cluster).

Módulo 7. Resumen de análisis descriptivo, bivalente y multivariante.

METODOLOGÍA

Aclaraciones generales sobre la metodología (opcional)

La disponibilidad del material teórico y práctico a través de la plataforma Moodle permitirá al alumno seguir el desarrollo de la asignatura y preparar el examen que incluirá preguntas tipo test, preguntas cortas y resolución de problemas.

La asistencia a clase no se valora en la nota final. Los estudiantes a tiempo parcial estarán, por tanto, en igualdad de derechos y oportunidades con todos sus compañeros.

Adaptaciones metodológicas para alumnado a tiempo parcial y estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales

Para los estudiantes a tiempo parcial se tendrá en cuenta su condición y disponibilidad en la asignatura, tanto en el desarrollo de la misma como en su evaluación. La adaptación del estudiante a tiempo parcial a la asignatura se llevará a cabo de mutuo acuerdo entre el profesor responsable y los alumnos implicados al inicio del cuatrimestre. Los criterios de evaluación siempre garantizarán la igualdad de derechos y oportunidades entre todos los compañeros.

Actividades presenciales

Actividad	Grupo completo	Grupo mediano	Total
Actividades de evaluación	2	-	2
Ejercicios	11	3	14
Lección magistral	32	-	32
Prácticas en aula de informática	-	12	12
Total horas:	45	15	60

Actividades no presenciales

Actividad	Total
Ejercicios	50
Estudio	40
Total horas:	90

MATERIAL DE TRABAJO PARA EL ALUMNO

Casos y supuestos prácticos
Ejercicios y problemas
Manual de la asignatura

Aclaraciones:

- Los alumnos dispondrán al comienzo del curso en los servicios de reprografía o la plataforma Moodle:
1. Manual de la asignatura, el cual incluye los aspectos teóricos básicos del programa.
 2. Presentación PowerPoint de cada tema desarrollado en clase.
 3. Ejercicios y casos prácticos resueltos.
 4. Manual de análisis de datos utilizando el programa SPSS.

GUÍA DOCENTE

EVALUACIÓN

Competencias	Instrumentos		
	Examen tipo test	Pruebas de respuesta corta	Resolución de problemas
C107	x		x
C64	x	x	
Total (100%)	40%	20%	40%
Nota mínima.(*)	1	0	1

(*) Nota mínima para aprobar la asignatura.

Valora la asistencia en la calificación final: No

Aclaraciones generales sobre los instrumentos de evaluación:

Los problemas y ejercicios con SPSS que se propondrán en el examen estarán directamente relacionados con los resueltos en clase por lo que se recomienda poner especial atención a la asistencia a este tipo de sesiones.

La asistencia no cuenta en la calificación final.

Aclaraciones sobre la evaluación para el alumnado a tiempo parcial y necesidades educativas especiales:

Aclaración sobre la evaluación: Para superar la asignatura existen dos condiciones sobre los instrumentos de evaluación:

1. La suma de la puntuación obtenida en los dos primeros instrumentos (preguntas test y respuestas cortas) debe superar el 10% de la puntuación máxima.
2. La puntuación obtenida en el tercer instrumento (resolución de problemas) debe superar el 10% de la puntuación máxima.

Regulación específica para la evaluación del alumnado a tiempo parcial: No hay regulación específica para este tipo de alumnado. Los alumnos que no puedan tener una asistencia continuada, debidamente justificada, serán evaluados junto con el resto de alumnos en base a pruebas objetivas tipo test, pruebas de respuesta corta y resolución de problemas. En el caso de tener dificultades para el seguimiento de la asignatura, deberán contactar con el profesorado.

Criterios de calificación para la obtención de Matrícula de Honor: El Profesor de la asignatura podrá otorgar la mención de ¿matrícula de honor¿ a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Se valorará la actitud, asistencia y participación en clase.

¿Hay exámenes/pruebas parciales?: No

BIBLIOGRAFÍA

1. Bibliografía básica:

HAIR, J.F.; BUSH, R.P.; ORTINAU, D.J. (2010). Investigación de mercados (cuarta edición) McGraw Hill. México.

MALHOTRA, N.K. (2008). Investigación de mercados (quinta edición). Pearson Prentice Hall. México.

2. Bibliografía complementaria:

ARRIAZA BALMÓN, M. (2006). Guía práctica de análisis de datos. IFAPA. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. Junta de Andalucía. Sevilla. Disponible en: <http://www.juntadeandalucia.es/agriculturaypesca/ifapa/servifapa/contenidoAlf?id=1c141ba8-08cc-42fc-9df7-10a632eb3194>

FIELD, A. (2009). Discovering statistics using SPSS (third edition). SAGE. Londres.



www.uco.es
facebook.com/universidadcordoba
@univcordoba

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

uco.es / grados

GUÍA DOCENTE

GARCÍA PÉREZ, A. (2009). Estadística aplicada: conceptos básicos. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Madrid

GRANDE ESTEBAN, I.; ABASCAL FERNÁNDEZ, E. (2011). Fundamentos y técnicas de investigación comercial (11ª edición). ESIC Editorial. Madrid.

MERINO SANZ, M.J.; PINTADO BLANCO, T.; SÁNCHEZ HERRERA, J.; GRANDE ESTEBAN, I.; ESTÉVEZ MUÑOZ, M. (2010). Introducción a la investigación de mercados. ESIC Editorial. Madrid.

OSBORNE, J.W.; COSTELLO, A.B.; KELLOW, J.T. (2008). Best practices in exploratory factor analysis. En: J.W. Osborne (editor) Best practices in quantitative methods. SAGE Publications. Londres.

VALLEJOS IZQUIERDO, A.F. (coord.) (2011). Investigación social mediante encuestas. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.

VALLEJOS IZQUIERDO, A.F.; ORTÍ MATA, M.; AGUDO ARROYO, Y. (2007). Métodos y Técnicas de Investigación Social. Editorial Universitaria Ramón Areces. Madrid.

CRITERIOS DE COORDINACIÓN

- Criterios de evaluación comunes
- Selección de competencias comunes

CRONOGRAMA

Periodo	Actividad			
	Actividades de evaluación	Lección magistral	Ejercicios	Prácticas en aula de informática
1ª Semana	0	5	0	0
2ª Semana	0	4	1	0
3ª Semana	0	3	2	0
4ª Semana	0	4	1	0
5ª Semana	0	2	0	1.5
6ª Semana	0	2	0	1.5
7ª Semana	0	2	0	1.5
8ª Semana	0	1	2	1.5
9ª Semana	0	3	2	0
10ª Semana	0	0	2	1.5
11ª Semana	0	2	2	1.5
12ª Semana	0	0	0	1.5
14ª Semana	0	2	0	1.5
15ª Semana	2	2	2	0
Total horas:	2	32	14	12

Las estrategias metodológicas y el sistema de evaluación contempladas en esta Guía Docente serán adaptadas de acuerdo a las necesidades presentadas por estudiantes con discapacidad y necesidades educativas especiales en los casos que se requieran.



www.uco.es
facebook.com/universidadcordoba
@univcordoba

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES DE LA UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA

uco.es/grados