DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Investigación de Mercados
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Administración y Dirección de Empresas (SGR-ADE)
GRUPO: 2526-O1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 4º
TEMPORALIDAD: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: SERGIO LUQUE ORTIZ
EMAIL: sluque@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00

CV DOCENTE:

Doctor en Comunicación y Sociología por la Universidad de Sevilla, Máster en Dirección de Comunicación Empresarial por la URJC, Máster en Formación del Profesorado en ESO, Bachillerato, FP y Escuelas Oficiales de Idiomas por la Universidad de Sevilla y Licenciado en Periodismo por la Universidad de Sevilla.

Docente con más de 8 años con experiencia en diversas universidades como la Universidad Europea Miguel de Cervantes, CEADE Leonardo Da Vinci, San Isidoro (centro adscrito a la Universidad Pablo de Olavide), Universidad de Sevilla y EUSA Cámara de Comercio de Sevilla (centro adscrito a la Universidad de Sevilla) y CEDEU (centro de estudios universitarios adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid), Universidad de Verona, impartiendo docencia en el ámbito de las Ciencias Sociales, en concreto, en grados de Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Comunicación Digital, Marketing y Diseño de Moda entre otros.

Experiencia online:

Docente con más de 5 años con experiencia en diversas universidades como la Universidad Europea Miguel de Cervantes, CEADE Leonardo Da Vinci, San Isidoro (centro adscrito a la Universidad Pablo de Olavide), Universidad de Sevilla y EUSA Cámara de Comercio de Sevilla (centro adscrito a la Universidad de Sevilla) y CEDEU (centro de estudios universitarios adscrito a la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid) impartiendo docencia en el ámbito de las Ciencias Sociales, en concreto, en grados de Comunicación, Publicidad y Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Comunicación Digital, Marketing y Diseño de Moda entre otros.

CV PROFESIONAL:

Profesional con más de 6 años de experiencia en diferentes medios de comunicación, agencias de comunicación y agencias de marketing online.

CV INVESTIGACIÓN:

Doctor por la Universidad de Sevilla en fase de acreditación ante diferentes organismos certificadores, además de ser docente en varias asignaturas, investigador en varios temas como marketing digital, comunicación online, calidad periodística, estructura de la comunicación, sociología del consumo, periodismo político y nuevos formatos de comunicación, entre otros temas.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura de Investigación de Mercados, se concibe como una introducción del alumno a la investigación comercial en el ámbito empresarial. Su ubicación en el Grado permite un óptimo aprendizaje de la materia al contar los alumnos con conocimientos empresariales, estadísticos y de marketing, adquiridos en cursos previos en asignaturas, tales como, Economía de la empresa, Marketing, Psicosociología del consumidor y/o Estadística Descriptiva.

Estructurada en cinco temas, se trata de comprender el papel de la investigación de mercados dentro de las funciones de gestión y de marketing de las empresas; conocer y describir los pasos a seguir en un proceso de investigación; así como, los distintos tipos de estudio, fuentes de información, técnicas para la obtención de datos y los distintos procedimientos y metodologías para la compresión y análisis de resultados. Por tanto, su desarrollo es importante como instrumento y herramienta eficaz de gestión empresarial, colaborando así en la comprensión y estudio de otras asignaturas del Grado, tales como: Dirección Comercial, Plan de Marketing y/o Estrategia Empresarial.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**
    1. Concepto y objetivos de la investigación de mercado
    2. Tipos de investigación de mercados y planificación de un proyecto de investigación
    3. Fuentes de información para la investigación: concepto, características y clases
    4. Técnicas cualitativas y cuantitativas para la obtención de datos
    5. El trabajo de la investigación: errores en el proceso

OBSERVACIONES DEL CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

La asignatura se desarrollará en cinco unidades que servirán para ofrecer una visión completa de la disciplina de la investigación de mercados.

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Los recursos de aprendizaje que se utilizarán en todas las asignaturas de la titulación (salvo las prácticas externas) para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje, son:

- Campus online de la UEMC (Open Campus)
- Plataforma de Webconference (Zoom work place)

Las comunicaciones con el profesor serán a través de Open Campus vía Mi correo, Tablón o/y Foro.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis y síntesis
- CG02. Capacidad de organización y planificación
- CG03. Capacidad para la resolución de problemas
- CG05. Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- CG07. Habilidades básicas de informática
- CG08. Capacidad para trabajar en equipo
- CG10. Capacidad para trabajar en entornos de presión
- CG13. Habilidades interpersonales
- CG18. Capacidad de aprendizaje autónomo (aprender a aprender)

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE17. Capacidad para buscar y analizar información procedente de diversas fuentes
- CE18. Capacidad para aplicar los conocimientos en la práctica

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Tener una clara orientación al cliente.
- Valorar la necesidad de la investigación de mercados y conocer las diferentes fases de este proceso, definiendo las necesidades de información, los objetivos, las técnicas de obtención de información, el análisis de los datos y su interpretación.
- Diagnosticar una situación de partida de la empresa para desarrollar la investigación, la planificación y la implementación de las estrategias dentro del Plan de Marketing.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Francisco Javier de la Ballina (2017): Investigación de mercados . Paraninfo. ISBN: 8428338523
- Águeda Esteban Talaya (2014): Investigación de mercados (Libros Profesionales) . ESIC . ISBN: 8473569873
- Teodoro Luque Martínez (2012): Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados . Pirámide. ISBN: 9788436825596

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Teodoro Luque Martínez (2017): Investigación en marketing 3.0. . Pirámide. ISBN: 9788436838305
- Manuel Ato García y Rafael Rabadán Anta (2003): Técnicas cualitativas para investigación de mercados . Pirámide. ISBN: 9788436818086
- Naresh K.MalHotra (2016): Investigación de mercados. Adison-Wesley. ISBN: 9786073235600
- Verónica Rosendo Ríos (2018): Técnicas cualitativas para investigación de mercados. ESIC. ISBN: 9788817513139
- Verónica Rosendo Ríos (2018): Investigación de mercados. ESIC. ISBN: 9788817513139

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion
Herramienta de Google para mostrar tendencias. (https://trends.google.es) Herramienta gratuita de Google para analizar tendencias, temáticas y contenidos más populares en cada momento concreto.
Herramienta que permite controlar la reputación de una marca en Internet.(https://boardreader.com) Herramienta para analizar, conocer, determinar e identificar las tendencias globales de temas en relación a sectores y la reputación de una marca en su sector.
Analizador de tendencias (https://trendwatching.es) Página que muestra información sobre las tendencias globales más notables para ayudar a la construcción de la identidad de marca.
Analizador de tendencias(http://ubersuggest.es) Web de selección de tendencias digitales y de captación de palabras claves.
Ip Mark(http://ipmark.es) Web que muestra notiicas y novedades del sector de la empresa, comunicación, marketing y publicidad.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

El papel del profesor cobra importancia a través de la impartición de clases magistrales en tiempo real por videoconferencia que podrá utilizar para explicar los contenidos teóricos, resolver dudas que se planteen durante la sesión, ofrecer retroalimentación sobre las actividades de evaluación continua o realizar sesiones de tutoría de carácter grupal.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Se caracteriza por la participación de los alumnos en las actividades de evaluación continua de debate y la intervención de éstos a través del diálogo y de la discusión crítica (seminarios, grupos de trabajo, etc.). Utilizando este método el alumno adquiere conocimiento mediante la confrontación de opiniones y puntos de vista. El papel del profesor consiste en proponer a través de Open Campus temas referidos a la materia objeto de estudio que son sometidos a debate para, posteriormente, evaluar el grado de comprensión que han alcanzado los alumnos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método puede desarrollarse de forma individual o en grupo a través de las actividades de evaluación continua (entregas de trabajos, resolución de ejercicios, presentaciones, etc.). El objetivo es que el alumno asuma un papel activo en el proceso de aprendizaje adquiriendo los conocimientos mediante la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Las ACTIVIDADES FORMATIVAS que se realizan en la asignatura son las siguientes:

Clases teóricas: Actividad dirigida por el profesor que se desarrollará de forma sincrónica en grupo. Para la realización de esta actividad en OpenCampus, la UEMC dispone de herramientas de Webconference que permiten una comunicación unidireccional en las que el docente puede desarrollar sesiones en tiempo real con posibilidad de ser grabadas para ser emitidas en diferido.

Actividades prácticas: Actividades supervisadas por el profesor que se desarrollarán fundamentalmente de forma asíncrona, y de forma individual o en grupo:

- Actividades de debate. Se trata de actividades desarrolladas en el foro de Open Campus, en las que se genera conocimiento mediante la participación de los estudiantes en discusiones alrededor de temas de interés en las distintas asignaturas.
- Entregas de trabajos individuales o en grupo a partir de un enunciado o unas pautas de trabajo que establecerá el profesor.
- Resolución de ejercicios y problemas que el alumno debe realizar a través de Open Campus en un periodo de tiempo determinado. Esta actividad puede ser en formato test de evaluación.

Tutorías: Las tutorías podrán tener un carácter sincrónico o asíncrono y podrán desarrollarse de manera individual o en grupos reducidos.

Están previstas tres sesiones de tutoría por videoconferencia, una al inicio, otra antes de la evaluación parcial y otra al final del semestre. En la primera se presentará la asignatura y la guía docente y en la segunda, en las semanas previas a la evaluación final, se dedicará a la resolución de dudas de los estudiantes.

Además, el docente utiliza el Tablón, el Foro y el Sistema de correo interno de Open Campus para atender las necesidades y dudas académicas de los estudiantes.

SESIONES EN TIEMPO REAL

En la asignatura se planifican clases magistrales y tutorías a través de videoconferencias.

La asistencia a las videoconferencias no será obligatoria, pero si recomendable para un adecuado seguimiento de la asignatura, la comprensión de los materiales y el desarrollo óptimo de las actividades de aprendizaje. En cualquier caso, salvo circunstancias excepcionales, será posible acceder a ellas en diferido a las 48 horas máximo desde su celebración.

SESIONES EN TIEMPO REAL :

	Título
TU1	Presentación asignatura y Guía docente
CM1	Conceptos y objetivos
CM2	Procesos y tipos de investigaciones
CM3	Fuentes de información
CM4	Metodología cualitativa y cuantitativa I
CM5	TU. Parc. Resolución de dudas y preparación de la prueba parcial
CM6	Metodología cualitativa y cuantitativa II
CM7	El trabajo de investigación I
CM8	El trabajo de investigación II
TU2	Resolución de dudas antes de la evaluación

EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 Debate grupal (Foro)	12
	2. Defensa actividad 1 (Defensa)	12
	3. Actividad 3 (Entrega individual)	24
	4. Defensa actividad 3 (Defensa)	12
Evaluacion final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA ORDINARIA:

A lo largo de la planificación de la asignatura el alumno realizará **actividades de evaluación continua** que forman parte de la calificación de la asignatura con un peso del 60% sobre la nota final.

Para superar la evaluación continua, el alumno deberá obtener al menos un 5 en la nota total de la evaluación continua, de lo contrario, deberá acudir a la convocatoria extraordinaria para superarla. Si una pareja de actividades (entrega individual o foro de debate y su defensa) tiene una nota de 5 o superior en la convocatoria ordinaria, dicha nota se conservará en la convocatoria extraordinaria, no pudiéndose volver a entregar por el estudiante. No se guardan notas de parejas de actividades suspensas.

El sistema de evaluación de esta asignatura acentúa el desarrollo gradual de competencias y resultados de

aprendizaje y, por tanto, se realizará una evaluación continua a través de las distintas actividades de evaluación propuestas. El resultado de la evaluación continua se calcula a partir de las notas obtenidas en cada actividad teniendo en cuenta el porcentaje de representatividad en cada caso.

Todas las actividades deberán entregarse en las fechas previstas para ello, teniendo en cuenta:

- Las actividades de evaluación continua se desarrollarán según se indica y, para ser evaluadas, los trabajos deberán ser entregados en la forma y fecha prevista y con la extensión máxima señalada. No se evaluarán actividades entregadas posteriormente a esta fecha o que no cumplan con los criterios establecidos por el profesor.
- La no entrega de una actividad de evaluación continua en forma y plazo se calificará con un 0 y así computarán en el cálculo de la nota de evaluación continua y final de la asignatura.
- Cualquier tipo de copia o plagio por mínimo que sea, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la actividad correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- Las actividades de evaluación continua se desarrollarán con anterioridad a la realización de las pruebas de evaluación final de la asignatura
- Si la asignatura tuviera actividad de laboratorio presencial, su asistencia será obligatoria para superar la asignatura

Los alumnos accederán a través de Open Campus a las calificaciones de las actividades de evaluación continua en un plazo aproximado de 20 días lectivos desde la fecha fin de fecha de entrega, excepto causas de fuerza mayor en cuyo caso se informará al alumno a través del Tablón.

La evaluación continua se complementará con una **evaluación final** que se realizará al finalizar el periodo lectivo en cada asignatura. La prueba constará de parte práctica y teórica, suponiendo un 40% de la calificación sobre la nota final.

La evaluación final de la asignatura se desarrollará del siguiente modo:

- A mitad de cada semestre se ofrece al a alumno el poder realizar de forma voluntaria un parcial para eliminar materia.
- Para eliminar la materia es necesario que el alumno lo supere al menos con un 5. En este caso, se le guardaría la nota del parcial hasta la convocatoria extraordinaria. El alumno sólo podrá presentarse a la segunda parte de la asignatura bien en convocatoria ordinaria o extraordinaria.
- En convocatoria ordinaria, la prueba final constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)
    - En el caso de que el alumno hubiera superado y eliminado materia con el primer parcial, sólo se presentará a la segunda parte. Para superar la asignatura se hará la media siempre que en la segunda parte se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.
    - En el caso de que el alumno no hubiera superado el primer parcial, se podrá presentar a ambas partes. Para superar la asignatura se hará la media de ambas partes siempre que se obtenga al menos un 4 en cada una y la media supere el 5.
- El alumno tendrá la posibilidad, siempre dentro de los tres días siguientes a la publicación de las notas, a renunciar a su calificación, y presentarse en la siguiente convocatoria
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.
- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, así como un uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente. Esta actuación podría suponer la apertura de un expediente disciplinario.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud"

La nota final se corresponderá con la media aritmética del resultado obtenido en cada una de las partes. En caso de no superación, se guarda la parte aprobada para la convocatoria extraordinaria.

La **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final según los siguientes porcentajes, y debiendo tener aprobadas ambas partes, continua y final, para superar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

De igual modo si el alumno no entrega ninguna actividad de evaluación continua, obtendrá la calificación de "No presentado", con independencia de que haya aprobado la prueba de evaluación final, en cuyo caso, se le guardaría su calificación para la convocatoria extraordinaria

EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Evaluación continua 60%
Evaluación final 40%

ACTIVIDADES Y SISTEMAS DE EVALUACIÓN :

Tipo Evaluación	Nombre Actividad	% Calif.
Evaluacion contínua (60 %)	1. Actividad 1 (Entrega individual)	12
	2. Defensa actividad 1 (Defensa)	12
	3. Actividad 3 (Entrega individual)	24
	4. Defensa actividad 3 (Defensa)	12
Evaluacion final (40 %)	1. Prueba de evaluación final (Prueba de evaluación final)	40

CONSIDERACIONES EVALUACIÓN CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Los estudiantes que no hayan superado la asignatura en la convocatoria ordinaria, porque hayan suspendido la evaluación continua o la prueba de evaluación final, podrán presentarse a las pruebas establecidas por el profesor en la convocatoria extraordinaria.

Para la convocatoria extraordinaria se guardan las calificaciones de las parejas de actividades de evaluación continua y pruebas de evaluación (parcial y final), superadas por el estudiante (nota superior o igual a 5), no permitiéndose volver a realizarlas.

- En convocatoria extraordinaria, la prueba final también constará de dos exámenes (primera y segunda parte de la asignatura)
  - En el caso de que el alumno hubiera superado el parcial (al menos un 5) o una de las partes en convocatoria ordinaria (al menos un 5), esta calificación se mantiene para la extraordinaria, presentándose el alumno sólo a lo suspenso. Para superar la asignatura se hará la media entre lo aprobado en ordinaria y la calificación que haya sacado en extraordinaria siempre que se obtenga al menos un 4 y la media supere el 5.
  - En el caso de que el alumno tuviera que presentarse a ambas partes, para superar la asignatura se hará la media siempre que se obtenga al menos un 4 en cada parte y la media supere el 5.
- En convocatoria extraordinaria, el alumno solo podrá entregar las parejas de actividades de evaluación continua no superadas, guardándose la calificación de las aprobadas.
- El alumno tendrá hasta 3 días después de la calificación para solicitar al docente más información sobre su calificación por el correo de la plataforma.

- Cualquier tipo de irregularidad o fraude en la realización de una prueba, supondrá una calificación de 0 en la prueba/convocatoria correspondiente.
- El aplazamiento concedido por la Universidad para la realización de una evaluación final se regirá por lo establecido en el Manual de "Directrices y plazos para la tramitación de una solicitud".

En la convocatoria extraordinaria, la **nota global** de la asignatura se obtiene ponderando la calificación de la evaluación continua y de la evaluación final, de la misma forma que en la convocatoria ordinaria.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, en la convocatoria extraordinaria es necesario superar tanto la evaluación continua como la evaluación final para aprobar la asignatura.

Si un alumno no se presenta a la prueba de evaluación final, su calificación en la convocatoria será de "No presentado", con independencia de que haya realizado alguna actividad de evaluación continua.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Escalas de actitudes	9,6%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	14,4%
Pruebas de respuesta corta	12%
Pruebas objetivas	40%
Pruebas orales	12%
Trabajos y proyectos	12%