



DENOMINACIÓN ASIGNATURA: Investigación de Mercados		
GRADO: Doble grado en Derecho y Administración de Empresas	CURSO: 5	CUATRIMESTRE: 1

PLANIFICACIÓN SEMANAL DE LA ASIGNATURA								
SE-MA-NA	SE-SIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CONTENIDO DE LA SESIÓN	GRUPO (Marcar X)		Indicar espacio necesario distinto aula (aula inform, audiovisual etc..)	TRABAJO DEL ALUMNO DURANTE LA SEMANA		
			GRAN-DE	PE-QUE-ÑO		DESCRIPCIÓN	HORAS PRESENCIALES	HORAS TRABAJO Semana Máximo 7 H
1	1	Presentación de la asignatura - Objetivos de aprendizaje - Criterios de evaluación - Presentación del material de clases -	X			Presentar la programación y la metodología de la asignatura	1,5	4
1	2	Presentación del trabajo de practica - Presentación del tema a resolver - Presentación de las tareas a entregar/presentar - Formación de grupos de trabajo		X		Explicar la dinámica del trabajo de investigación y presentar las problemáticas relacionadas	1,5	
2	3	Tema 1. Introducción a la investigación de mercados - Proceso de Investigación de Mercados - Clasificación de los estudios de mercados - Formulación del problema a resolver	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
2	4	Las tendencias, la ética y el sector de los estudios de mercados		X		Discutir de los estudios de mercados que llevan a cabo las empresas de marketing	1,5	
3	5	Tema 2. Las técnicas exploratorias, descriptivas y causales (Parte I) - Las técnicas de <i>focus group</i> , entrevistas y observación - El guión, los participantes, el moderador - El análisis del contenido	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
3	6	Etapas 1 del estudio de mercado cuantitativo (Problema a resolver y cuestionario, software para diseñar y recoger datos)		X		Discutir sobre una variedad de problemas a resolver reales y técnicas adecuadas Explicar la tarea 1 del estudio de mercado	1,5	

4	7	Tema 2. Las técnicas exploratorias, descriptivas y causales (Parte II) - Las técnicas de encuestas y el cuestionario - Las técnicas de paneles y los datos recogidos	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
4	8	Etapas 1 del estudio de mercado cuantitativo (Problema a resolver, cuestionario, software para diseñar y recoger datos)		X		Discutir sobre una variedad de cuestionarios existentes Explicar la tarea 1 del estudio de mercado	1,5	
5	9	Tema 2. Las técnicas exploratorias, descriptivas y causales (Parte III) - Las técnicas de experimentos y su diseño - Las técnicas de análisis de conjunto y su diseño	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
5	10	Etapas 1 del estudio de mercado cuantitativo (Problema a resolver, cuestionario, software para diseñar y recoger datos)		X		Presentación/Entrega de la tarea 1 Evaluación de la tarea 1	1,5	
6	11	Tema 3. La codificación y las bases de datos - Codificación numérica de las variables del cuestionario - Medidas de las variables (nominal, ordinal, intervalo, ratio) - Depuración y análisis preliminar de los datos	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
6	12	Etapas 2 del estudio de mercado cuantitativo (Codificar y sacar estadísticos descriptivos con SPSS)		X	Aula informática	Presentación del software SPSS para interpretar datos Codificar cuestionarios con SPSS	1,5	
7	13	Tema 4. La interpretación univariante de los datos - Indicadores de tendencia central (media, moda, mediana) - Indicadores de dispersión (desviación típica, frecuencias, rango) - Indicadores de distribución (asimetría, curtosis)	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
7	14	Etapas 2 del estudio de mercado cuantitativo (Codificar y sacar estadísticos descriptivos con SPSS)		X	Aula informática	Aplicaciones con SPSS Explicar y empezar el trabajo relacionado con la tarea 2	1,5	
8	15	Tema 5. La interpretación bivariante de los datos (Parte I) - Pruebas para detectar asociaciones: Correlaciones, Chi2 - Interpretación y conclusiones de marketing	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
8	16	Etapas 2 del estudio de mercado cuantitativo (Codificar y sacar estadísticos descriptivos con SPSS)		X	Aula informática	Seguir trabajando con la tarea 2 del estudio de mercado	1,5	
9	17	Tema 5. La interpretación bivariante de los datos (Parte II) - Pruebas para detectar diferencias: Test de comparación de medias - Interpretación y conclusiones de marketing	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
9	18	Etapas 3 del estudio de mercado cuantitativo (Análisis bivariantes)		x	Aula informática	Aplicaciones con SPSS Explicar y empezar el trabajo relacionado con la tarea 3	1,5	
10	19	Tema 6. La interpretación multivariante de las preferencias - Métodos de regresiones (lineales, logística,...) - Métodos de análisis de la varianza (ANOVA, ANCOVA,...) - Interpretación y conclusiones de marketing	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6

10	20	Etapa 3 del estudio de mercado cuantitativo (Análisis bivariantes)		X	Aula informática	Seguir trabajando con la tarea 3 del estudio de mercado	1,5	
11	21	Tema 7. La interpretación multivariante de las percepciones - Métodos de análisis factorial (ACP,...) - Mapas perceptuales - Mapas de posicionamiento	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
11	22	Etapa 4 del estudio de mercado cuantitativo (Análisis multivariantes)		X	Aula informática	Aplicaciones con SPSS Explicar y empezar el trabajo relacionado con la tarea 4	1,5	
12	23	Tema 8. La interpretación multivariante de la segmentación (Parte I) - Métodos Cluster, Análisis Discriminante - Interpretación y conclusiones de marketing	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
12	24	Etapa 4 del estudio de mercado cuantitativo (Análisis multivariantes)		X	Aula informática	Seguir trabajando con la tarea 4 del estudio de mercado	1,5	
13	25	Tema 8. La interpretación multivariante de la segmentación (Parte II) - Métodos Cluster, Análisis Discriminante - Interpretación y conclusiones de marketing	X			Estudiar los contenidos teóricos de esta sesión	1,5	6
13	26	Etapa 4 del estudio de mercado cuantitativo (Análisis multivariantes)		X	Aula informática	Presentación/Entrega de la tarea 4	1,5	
14	27	Tutoría colectiva	X			Resolver dudas sobre los contenidos teóricos	1,5	4
14	28	Tutoría colectiva		X		Resolver dudas sobre las tareas de práctica	1,5	
SUBTOTAL							42	+ 68 = 110
15		Recuperaciones, tutorías, entrega de trabajos, etc						
16-18		Preparación de evaluación y evaluación					3	
TOTAL							150	