Universidad de Navarra

Investigación de mercados II (Fcom)

Guía docente 2023-24

PRESENTACIÓN

Breve descripción:

El objetivo de esta asignatura es profundizar en los métodos cuantitativos de investigación de mercados y la aplicación práctica para la ayuda en la toma de decisiones de un plan de marketing.

Se aplicarán los conocimientos adquiridos en ***Probabilidad y Estadística*** (del segundo semestre de 2º) e ***Investigación de Mercados I*** (del primer semestre de 3º). Por tanto, se aconseja cursar previamente estas asignaturas. En todo caso, se recordarán en clase algunos concpetos y se usará el mismo manual en Investigación de Mercados I y II, de modo que se puede utilizar de refuerzo.

- **Titulación**: Marketing
- **Módulo/Materia**: Módulo III. Mercados y Clientes. Nivel 5. Análisis de datos
- **ECTS**: 3
- **Curso, semestre**: 2º
- **Carácter**: obligatoria
- **Profesorado**:
  - Idoia Portilla (profesora titular): iportilla@unav.es
  - Myriam Ariz : marizg@external.unav.es
- **Idioma**: Castellano
- **Horario**: Jueves de 10 a 12h. **Aula:** 2 de Fcom

COMPETENCIAS

BÁSICAS

CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriorescon un alto grado de autonomía.

GENERALES

CG4 - Aplicar las herramientas del marketing a partir de un análisis y una comprensión profunda del funcionamiento de los mercados y del comportamiento de los consumidores.

ESPECÍFICAS

CE16 - Conocer las técnicas y herramientas propias de la investigación de mercados cualitativa con especial atención a las metodologías más habituales en el marketing (focus groups, entrevistas, diarios, técnicas de observación y etnográficas, etc.).

- CE28 - Conocer las técnicas y herramientas propias de la investigación de mercados cuantitativa con especial atención a las metodologías más habituales en el marketing (encuestas, paneles de consumo, bases de datos de marketing, etc.).

PROGRAMA

1. Investigación cuantitativa: características y tipos

2. La entrevista y tipos de entrevistas

- Tipos de estudios
- Coste de los estudios

3. Diseño del cuestionario

- El cuestionario y otras formas de recoger datos
- Elementos que condicionan el registro de datos
- Proceso para elaborar un cuestionario
- Tipos de preguntas
- Recomendaciones para formular preguntas
- Recomendaciones generales para el cuestionario
- Orden de las preguntas y routing
- Pret-test del cuestionario

4. Escalas de medida

- Escalas de medida básicas
- Escalas no comparativas
- Escalas comparativas

5. Selección de la muestra

6. Trabajo de campo

7. Análisis de datos

8. El informe

ACTIVIDADES FORMATIVAS

- Clases presenciales teóricas: 20 horas
- Clases presenciales prácticas (vinculadas al trabajo en grupo): 10 horas
- Trabajos fuera del aula y asesoramiento a grupos: 13 horas
- Tutorías: 1 hora
- Examen: 1 hora
- Estudio Personal: 30 horas

EVALUACIÓN

Universidad de Navarra

CONVOCATORIA ORDINARIA

TEORIA: 50%

- Tests o entregas semanales: 15%
- Examen de teoría: 35%

Práctica: 50%

- Entregas individuales: Mínimo 10%
- Entregas de grupo: Máximo 40%*

Es preciso aprobar el examen con 5 o más para aprobar la asignatura. Si la nota del examen es de menos de 5, en el acta se indicará la nota del examen (NO se pondera con el resto de notas).

Si la nota del examen es de 5 o más, se pondera con el resto. Para aprobar la asignatura la calificación media ponderada deberá ser de 5 o más.

Si las notas de los test y/o el trabajo son de menos de 5, la nota en el examen deberá compensarlas para que la media ponderada alcance el aprobado.

Información sobre el examen (convocatoria ordinaria)

Es preciso aprobar el examen con 5 o más para aprobar la asignatura.

El examen consta de preguntas tipo tests en orden aleatorio y tiempo limitado. El número de preguntas será, como máximo, de 30, de modo que el examen dure menos de 35 minutos en total.

- En el examen se evalúa el contenido de las dispositivas y de las páginas del libro que se han trabajado en cada tema (y que se han evaluado en los tests de clase) y también lo visto gracias al trabajo en equipo.
- Se responde en hojas de lectura óptica por lo que precisará llevar al examen bolígrafo negro o azul, corrector que no deje grupos, y saberse o llevar su carnet de la universidad.

NOTA: Aquellos alumnos que precisen más tiempo por circunstancias como TDHA o que el castellano no sea su lengua materna, deberán enviar a la profesora un correo electrónico (iportilla@unav.es) con un certificado/documento que acredite su situación *al menos 3 días antes del examen*. El tiempo del examen se puede ampliar un máximo del 25%.

*Trabajo en equipo: calificación de grupo e individual

Las profesoras irán solicitando las entregas oportunas y publicando las notas de cada parte. Se informará de qué aspectos se evalúan en cada una pero, en todos los casos, se advierte que penalizará la entrega fuera de plazo y/o en el formato no solicitado.

NO todos los miembros de un equipo tendrán la misma nota. Se penalizará el desempeño bajo o nulo de una persona, atendiendo a su asistencia a las reuniones, respuesta a tests sobre el trabajo y lo que indiquen los compañeros, pudiendo restarle puntos a la nota de las entregas en equipo.

La entrega final de este trabajo será un informe que seguirá el esquema que se explicará en el aula y que responde a los requisitos de la profesión. Será la entrega con mayor valor en la nota del grupo.

Universidad de Navarra

Aviso sobre las entregas semanales y los tests evaluables:

No se recogen justificantes por la falta de entrega de estas pruebas

- NO envíe a las profesoras informes médicos por mail.

Si **en MAYO** la nota final que se publique NO tiene en cuenta una situación particular de fuerza mayor que le haya impedido realizar alguna de las entregas, se podrá solicitar asesoramiento con la profesora para comentar la situación (pudiendo mostrar entonces informes médicos o los justificantes oportunos).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

- El examen será como en la convocatoria ordinaria (revise indicaciones).
- Es condición necesaria, aunque no suficiente, aprobar el examen con 5 o más para aprobar la asignatura.

En la convocatoria extraordinaria **es posible guardar las notas de tests, entregas y trabajos,** y mantener los porcentajes de cada parte como en la convocatoria ordinaria. Aquellos alumnos que opten por esta opción, además de tener una nota en el examen de 5 o más, será necesario que alcancen una nota media-ponderada del conjunto de actividades de 5 o más para aprobar la asignatura.

Aquellos **alumnos que NO deseen guardar las notas**, deberán contactar con la profesora una vez realizado el examen de la convocatoria extraordinaria y se haya aprobado con 5 o más. Para estos alumnos el examen contará un 50% de la calificación y deberán realizar un trabajo que contará el 50% restante. Este trabajo que se exija será equivalente al realizado por el resto de alumnos durante el semestre, con los mismos apartados. La fecha de entrega será un día dentro del calendario de exámenes. La profesora informará de cómo debe ser el trabajo una vez el examen esté calificado y se corrobore que está aprobado.

Aviso sobre exámenes

Las fechas de examen de la convocatoria ordinaria y extraordinaria (en junio) puede consultarlas en la web de la facultad.

La normativa de evaluación de la Universidad de Navarra prevé la modificación de la fecha de examen solo en ciertas circunstancias y plazos. Solo se modificará la fecha de un examen en los casos contemplados en la normativa y atendiendo lo establecido por la Junta de la Facultad de Comunicación.

IMPORTANTE:

Los motivos familiares o económicos NO justifican la solicitud de otra fecha de examen.

Uso de fuentes y corrección ortográfica

La Facultad de Comunicación promueve el uso ético de las fuentes documentales y los recursos informativos.

Universidad de Navarra

Si toma referencias de libros, artículos, películas, sitios web o cualquier otro tipo de contenido, deberá detallar las fuentes consultadas. Para ello, se recomienda emplear el estilo de citación de la American Psychological Association (APA) e incluir el listado de todas las fuentes al final del trabajo, en orden alfabético atendiendo a autores.

Los trabajos, entregas y exámenes deberán observar la debida corrección ortográfica y gramatical. Este factor incidirá en la evaluación.

Sanciones ante irregularidades

Tal y como se indica en la normativa de evaluación de la Universidad, los casos de plagio* u otras irregularidades, como copiar en el examen, tendrán sanción académica que, en este caso, será recibir la calificación de 0 en el acta. Si la conducta irregular sucede en la convocatoria ordinaria, se deberá repetir el examen en la siguiente convocatoria (guardándose el resto de notas). Si es en convocatoria extraordinaria, en el curso siguiente se aplicarán las mismas condiciones que a los alumnos repetidores.

*Se considera plagio la presentación de un trabajo que, en su totalidad o en parte, reproduce sin la debida atribución (sin citarse adecuadamente) contenidos textuales, gráficos y/o audiovisuales ajenos.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dra. Idoia Portilla (iportilla@unav.es)

- Despacho 0730. Edificio Ismael Sánchez Bella. Planta baja.
- Horario de tutoría: Viernes de 9.30 a 11h.
- Se recomienda confirmar previamente por correo electrónico.

Profesora Myriam Ariz: Escribir a marizg@external.unav.es

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía obligatoria*:*

Luque, Teodoro (2017). Investigación de marketing 3.0. Pirámide, Madrid. Localízalo en la Biblioteca

- Versión impresa Localízalo en la Biblioteca (versión electrónica)
  - PDF: https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=5222184
  - Papel: https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=5151253
- *Es el mismo libro que en Investigación de Mercados I*

Lecturas y material de apoyo para las clases que se pone a disposición de los alumnos en el Aula Virtual

Recurso de fuentes de la biblioteca: https://biblioguias.unav.edu/economiayempresa/inicio

Universidad de Navarra

Bibliografía complementaria:

- ANEIMO y AEDEMO (anual): Datos del sector de la investigación de mercados en España.

- GRANDE, I. y E. ABASCAL (2006 o 2010): Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. E.S.I.C, Madrid. Localízalo en la Biblioteca

- ESOMAR (anual): Global prices study. ESOMAR industry report.

- FERNÁNDEZ NOGALES, A. (2004): Investigación y Técnicas de Mercado. ESIC, Madrid. Localízalo en la Biblioteca

- HAIR, Joseph F. (2009): Marketing research in a digital information environment. McGraw-Hill Irwin, Boston. Localízalo en la Biblioteca

- HILL, C. A.; DEAN, E. y MURPHY, J. (2014): Social media, sociality and survey research. Wiley, New Jersey. Localízalo en la Biblioteca

- MALHOTRA, Naresh K. (2004): investigación de mercados: un enfoque aplicado. Pearson Educación: México. Localízalo en la Biblioteca

- MERINO, M. J. (coord.) (2010): Introducción a la investigación de mercados. ESIC, Madrid. O 120.876. Localízalo en la Biblioteca

- ZIKMUND, William G. (2003): Fundamentos de investigación de mercados. Thomson Paraninfo, Madrid. Localízalo en la Biblioteca