Universidad de Navarra

***Investigación de mercados II***

*Guía docente 2026-27*

# 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 conceptos 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**:
  - Dra. Idoia Portilla (profesora titular). Correo electrónico de contacto: iportilla@unav.es
    - Enlace a CV
  - Dra. Clara González Tosat cgonzalezt@unav.es
    - Enlace a CV
- **Departamento:** Marketing y empresas de comunicación
- **Idioma**: Castellano
- **Horario**: Miércoles de 10 a 12h. **Aula:** 2 de Fcom

**IMPORTANTE:**

Consulte la *fecha, horario y aula* de los exámenes en la web de la facultad.

# RESULTADOS DE APRENDIZAJE

**Conocimientos**

- R42 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.).

**Habilidades**

- R4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- R9 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.
- R45 Aplicar técnicas de análisis de datos que ayuden a la toma de decisiones estratégicas.

**Capacidades**

- R2 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.
- R3 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.
- R5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

## 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

El alumno deberá realizar las siguientes actividades formativas, indicándose en cada una las horas que se prevé le requerirán:

- Clases presenciales teóricas: 26 horas
- Clases presenciales prácticas y para entregas prácticas: 24 horas
- Estudio y trabajo personal: 24 horas
- Otros: 1

## EVALUACIÓN

**CONVOCATORIA ORDINARIA**

- **Tests y entregas de teoría: 10% - 15%** (puntos obtenidos en los tests y entregas en el aula que evalúen contenido teórico)
- **Examen de teoría: 50%**
- **Entregas prácticas individuales y de grupo: 35% - 40%**

**Importante**

- 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. La *calificación media ponderada* deberá ser de 5 o más para aprobar la asignatura.
- Si las notas de los test y/o entregas de teoría y prácticas son de menos de 5, la nota en el examen deberá compensarlas para que la media ponderada alcance el aprobado.

Para lograr *matrícula de honor* se tendrá en cuenta la nota del examen, pero también es necesario que los tests y entregas estén por encima de la media.

## Información sobre el examen (convocatoria ordinaria)

El examen de la convocatoria ordinaria es de tipo test. Constará de unas 30 preguntas con cinco opciones, que se responderá en un tiempo de entre 35-40 minutos.

En este examen se evalúa el contenido de las dispositivas y de las páginas del libro que se indican en cada tema (que se han evaluado en los tests y entregas de teoría), así como lo aprendido en las entregas prácticas.

Se resolverá en papel de lectura óptica por lo que es preciso llevar al examen el carnet de la universidad, bolígrafo azul o negro y corrector que no deje grupos.

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%.

## Entregas prácticas

Durante el curso se realizarán entregas prácticas sobre el desarrollo de investigaciones de tipo cuantitativo o la investigación de mercados en general.

Estos ejercicios prácticos podrán tratar los temas siguientes:

- Briefing de investigación de un estudio cuantitativo
- Desarrollo y corrección del cuestionario de una encuesta y/o una observación cuantitativa
- Trabajo de campo y supervisión de una encuesta y/o una observación cuantitativa
- Análisis de información cuantitativa
- Propuesta de conclusiones y recomendaciones
- Desarrollo y corrección de ficha técnica
- Desarrollo y corrección de informe de investigación

En principio, cada entrega contará un 5% de la nota final, pudiendo ser nota individual o de grupo (dependiendo de cómo se realice la entrega). Sin embargo, si alguna entrega precisase una dedicación significativamente mayor al resto, se podrá aumentar su porcentaje en la nota. Por tanto, *al terminar la asignatura* se informará de los puntos que corresponderán a cada ejercicio /entrega.

**Aviso sobre asistencia y entregas:**

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 asistir a clase y/o 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**

En la convocatoria extraordinaria **es posible guardar las notas de tests y entregas de teoría y prácticas,** y mantener los porcentajes de cada parte como en la convocatoria ordinaria.

Aquellos **alumnos que NO deseen guardar las notas de tests y entregas de teoría y prácticas,** realizarán el examen de test, pero contará un 60% de la calificación, y deberán realizar además un examen de ejercicios prácticos que contará el 40% restante. Las preguntas de este examen de ejercicios serán similares a las vistas en las entregas prácticas realizadas durante el curso.

En ambos casos:

- El examen de test será como en la convocatoria ordinaria (revise indicaciones).
- Es preciso aprobar el examen de test 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 de test es de 5 o más, se pondera con el resto, y la *calificación media ponderada* deberá ser de 5 o más para aprobar la asignatura.

Si un alumno desea presentarse a esta convocatoria para subir nota, deberá completar la instancia correspondiente en la secretaría de la facultad.

**Avisos importantes sobre exámenes y otras entregas**

Las fechas de examen de la convocatoria ordinaria y extraordinaria (junio) puede consultarlas en la web de la facultad desde antes de iniciarse el curso.

La normativa de evaluación de la Universidad de Navarra prevé la modificación de la fecha de examen solo en ciertas circunstancias y plazos, y previa instancia en la facultad, que valorará cada caso. Se advierte que la realización de prácticas y los motivos familiares o económicos NO justifican la solicitud de otra fecha de examen.

Los estudiantes con *necesidades educativas especiales* deberán ponerse previamente en contacto con la Coordinación de Estudios de la (facultad/escuela) para obtener la autorización correspondiente a las adaptaciones (por ejemplo, disponer de más tiempo en los exámenes). Dicha autorización deberá ser enviada por el alumno al profesor. Se recomienda realizar esta gestión al comienzo del cuatrimestre.

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

Se recuerda que *cualquier intento de fraude, copia, plagio u otro comportamiento irregular* supone una infracción grave tal y como está contemplado en el título IV "Normas de disciplina académica de los estudiantes" dentro del Sistema de normas sobre la convivencia en la Universidad de Navarra.

## HORARIOS DE ATENCIÓN

**Dra. Idoia Portilla (iportilla@unav.es)**

- Despacho 0730. Edificio Ismael Sánchez Bella. Planta baja.

- Horario :
  - Lunes de 12.30h a 13.30h.

**Dra. Clara González Tosat (cgonzalezt@unav.es)**

- Despacho 0681. Edificio Ismael Sánchez Bella. Planta baja.
- Horario:
  - Martes de 12h a 14h.

Se recomienda confirmar previamente por correo electrónico.

# BIBLIOGRAFÍA

**Bibliografía obligatoria*:***

*Importante: Se utiliza el mismo manual en Investigación de Mercados I y II*

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

**Bibliografía complementaria:**

- ALAMEDA, D., MORAÑO, X. y LERMA, N. (2026): La investigación en Marketing. Ed. Tirant Humanidades. Localízalo en la Biblioteca electrónico

- 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.

- ESOMAR (2024): Gender Demographic Series. Best Practice Recommendations for multi-country work. https://esomar.org/publications/demographic-best-practice-recommendation-gender

- 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

- ICC/ESOMAR (2025): International Code on Market, Opinion and Social Research and Data Analytics. https://esomar.org/icc-esomar-code-of-conduct

- 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