



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 cgonzalez@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.).

Competencias

- 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.



Universidad de Navarra

- 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.

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.

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:



Universidad de Navarra

- Clases presenciales teóricas: 26 horas
- Clases presenciales prácticas: 4 horas
- Trabajos: 20 horas
- Estudio Personal: 24 horas
- Otros: 1

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Tests y entregas de teoría: 10%

Examen de teoría: 40%

Entregas individuales: 20%

Incluye las siguientes tareas con los siguientes repartos para esta parte:

- 30% Revisión de fuentes secundarias
- 70% Participación (por asistencia a clase, actitud demostrada y respuesta a cuestionario de valoración)

Entregas de grupo: 30%

Incluye las siguientes tareas con los siguientes repartos:

- Entrega de listado de contenidos y cuestionarios y revisión de entregas: 40%
- Explicación del trabajo de campo y propuesta de ficha técnica: 10%
- Informe final: 50%

Avisos

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.

Información sobre el examen (convocatoria ordinaria)

El examen consta de preguntas tipo tests con tiempo limitado. El número de preguntas será en torno a 30, de modo que el examen dure unos 35 minutos en total. Cada pregunta tendrá 5 opciones de respuesta y los errores restarán la probabilidad de acierto por azar.

- 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 en el trabajo en equipo.



Universidad de Navarra

- Se responde en hojas de lectura óptica por lo que precisará llevar al examen bolígrafo negro o azul, corrector que no deje grupos, y su carnet de la universidad.

Es **necesario** obtener en el examen una nota de 5 o más para aprobar la asignatura. Si la nota del examen es menor de 5, la calificación en el acta será de suspenso (no se promediará la nota del examen con el resto de notas), indicándose en el acta la nota del examen.

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**

La configuración de los grupos dependerá del número de alumnos en el aula y se explicará en clase.

Se 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 en el formato no solicitado y las faltas de ortografía.

Aunque el trabajo es en grupo, NO todos los miembros de un equipo tendrán la misma nota porque cuentan las notas de las entregas grupales e individuales. Además, se valora la participación de cada persona, atendiendo a su asistencia a las clases donde se explican las entregas, las reuniones del equipo, así como valoraciones de las profesoras y los compañeros, pudiendo sumar o restar puntos a la nota del trabajo.

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.

Será posible obtener puntos extras si el grupo es seleccionado por alguna de las entregas y /o para la presentación final del informe al cliente.

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

- 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



Universidad de Navarra

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 de tests, entregas y trabajos** realizarán el mismo examen, pero contará un 50% de la calificación. El 50% restante corresponderá al trabajo, y podrá optar a revisar el trabajo realizado o realizarlo completo, dependiendo de sus circunstancias:

- Si el alumno participó en el trabajo pero no se alcanzó el mínimo de 5 (en este trabajo), será posible mejorar una o varias de las entregas realizadas. El alumno podrá ver en ADI la nota de cada apartado y optar a mejorar la calificación de una o varias de las entregas realizadas. Para mejorar la calificación, el alumno deberá entregar el documento original de la entrega con los cambios para su mejora claramente marcados. Estos cambios deberán realizarse teniendo en cuenta las correcciones y rúbricas publicadas. Se revisará la nota únicamente de las nuevas entregas, manteniendo la calificación del resto de entregas. Si se desea mejorar la nota de todas las entregas, se deberán mejorar todas ellas.

- Si el alumno no realizó el trabajo durante el curso, deberá realizado durante el tiempo de exámenes, recomendándose que lo realice *después* del examen (habiendo obtenido los conocimientos necesarios para realizarlo con garantías y sabiendo que ha superado la condición necesaria de tener un 5 o más en el examen). Este trabajo tendrá las mismas entregas que sus compañeros realizaron durante el curso (individuales y de grupo) con las mismas rúbricas de corrección. Toda la información está disponible en la carpeta del trabajo.

En el examen de junio, en la primera hoja, se preguntará por la opción a la que se opta. Si se marca la opción de que se va a mejorar o realizar el trabajo, una vez que se compruebe que la nota del examen es de 5 o más, se avisará a los alumnos de la fecha límite de entrega, que será siempre un día dentro del calendario de exámenes. La entrega se deberá realizar enviando los documentos exigidos a iportilla@unav.es Si alguien entrega el trabajo o mejoras del mismo antes del examen, se advierte que no se revisarán si la nota del examen es menor a 5.

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 :
 - Lunes de 12.30h - 13.30h.

Se recomienda confirmar previamente por correo electrónico.

Dra. Clara González Tosat (cgonzalez@unav.es)

- Despacho 0681. Edificio Ismael Sánchez Bella. Planta baja.
- Horario por confirmar.

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)



Universidad de Navarra

- 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:

- 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](#)