



PRESENTACIÓN

Breve descripción:

Fundamentos y técnicas utilizadas para la realización de Investigación de mercados y cómo se aplica para la toma de decisiones en el ámbito del marketing. Se centra en metodologías cualitativas.

- **Titulación:** Marketing
- **Módulo/Materia:** Módulo III. Mercados y Clientes. Nivel 5. Análisis de datos
- **ECTS:** 3
- **Curso, semestre:** 3º, primer semestre
- **Carácter:** obligatorio
- **Profesorado:**
 - [Idoia Portilla \(profesora titular, responsable de la asignatura\)](mailto:iportilla@unav.es)
- **Departamento:** Marketing y empresas de comunicación
- **Idioma:** Castellano
- **Aula, Horario:** Aula 4. Miércoles de 12 a 14h.

IMPORTANTE:

Consulte la *fecha, horario y aula* de los exámenes en la [web de la facultad](#).

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos

- R30 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.).

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.

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.



Universidad de Navarra

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

PROGRAMA

1. Qué es y para qué sirve la investigación de mercados
2. Fases de una investigación de mercados y enfoques
3. Fuentes secundarias
4. Técnicas aplicables: cuali vs cuanti
5. Técnicas cualitativas
6. Muestreo
7. Presentación de un estudio cualitativo
8. Ética en investigación de mercados

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: 4 horas
- Trabajos: 20 horas
- Estudio Personal: 24 horas
- Otros: 1

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

Tests y entregas de teoría: 10% (Puntos obtenidos en los tests y Wooclaps y ejercicios en el aula respondidos a lo largo del curso; en 2025 han sido 15 pruebas con un máximo de 122 puntos, contando 1 punto las entregas completas sin nota)

Examen de teoría: 40%

Entregas individuales: 25%

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

- 50% de la nota individual:
 - *Entrega 1: Revisión de fuentes secundarias*
 - *Entrega 4: Entrevista en profundidad (transcripción)*
- 50% de la nota individual: Por asistencia a clase en sesiones del trabajo (10 wooclaps en 2025), entregas realizadas sin nota (dos en 2025), actitud demostrada y respuesta a cuestionario de valoración.



Universidad de Navarra

Entregas de grupo: 25%

Incluye las siguientes tareas con los siguientes repartos:

- 25% de la nota del grupo: Entrega 3: *Guion de la entrevista en profundidad*
- 15% de la nota del grupo: *Propuesta de ficha técnica*
- 60% de la nota del grupo: *Informe final*.

Los grupos que aspiren a presentar al cliente deberán realizar una entrega adicional y además deberán asistir a sesiones de asesoramiento con la profesora extraordinarias.

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. La *calificación media ponderada* deberá ser de 5 o más para aprobar la asignatura.

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.

Para lograr matrícula de honor se tendrá en cuenta la nota del examen, pero también es necesario que las entregas individuales del trabajo se hayan realizado de manera adecuada (por encima de la media).

Información sobre el examen (convocatoria ordinaria)

El examen consta de preguntas tipo tests con 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) así como lo aprendido en el trabajo en el equipo.
- 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%.

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 penalizarán 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



Universidad de Navarra

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 las entregas semanales y los tests evaluables:

No se aceptan entregas fuera de plazo ni en formatos o por medios distintos a los solicitados.

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

- NO envíe a las profesoras informes médicos por mail.

Si en **DICIEMBRE** la nota final que se publique oportunamente 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 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, 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 realizarlo *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) pero antes del último día del calendario de exámenes. Este trabajo tendrá las mismas entregas que sus



Universidad de Navarra

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 de ADI.

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.

Avisos importantes sobre exámenes y entregas

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.

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.

ATENCIÓN: 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](#).

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

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.

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](#) [Recurso impreso] [Localízalo en la Biblioteca](#) [Recurso electrónico]

- PDF: <https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=5222184>
- Papel: <https://www.edicionespiramide.es/libro.php?id=5151253>

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/comunicacion/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.
- ESOMAR (anual): Global prices study. ESOMAR industry report.
- FERNÁNDEZ NOGALES, A. (2004): Investigación y Técnicas de Mercado. ESIC, Madrid.
- HAIR, Joseph F. (2009): Marketing research in a digital information environment. McGraw-Hill Irwin, Boston.
- HILL, C. A.; DEAN, E. y MURPHY, J. (2014): Social media, sociality and survey research. Wiley, New Jersey.
- MALHOTRA, Naresh K. (2004): investigación de mercados: un enfoque aplicado. Pearson Educación: México.
- MERINO, M. J. (coord.) (2010): Introducción a la investigación de mercados. ESIC, Madrid. O 120.876.
- ZIKMUND, William G. (2003): Fundamentos de investigación de mercados. Thomson Paraninfo, Madrid.