

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	35803
Nom	Fonaments d'investigació de mercats
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2019 - 2020

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses	Facultat d'Economia	3	Primer quadrimestre
1330 - Grau en Administració i Direcció d'Empreses (Ontinyent)	Facultat d'Economia	3	Primer quadrimestre
1921 - Programa Doble Titulació ADE-Dret	Dobles Títols Facultat de Dret - Facultat d'Economia	3	Segon quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses	6 - Fonaments de Màrqueting i Investigació de Mercats	Obligatòria
1330 - Grau en Administració i Direcció d'Empreses (Ontinyent)	6 - Fonaments de Màrqueting i Investigació de Mercats	Obligatòria
1921 - Programa Doble Titulació ADE-Dret	4 - Assignatures obligatòries de tercer curs	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
ROYO VELA, MARCELO	43 - Comercialització i Investigació de Mercats

RESUM

L'objectiu genèric del present programa és proporcionar a l'estudiant els coneixements relatius a la disciplina d'investigació de mercats, des d'una perspectiva teòrica i aplicada, com a instrument orientat al desenvolupament de decisions i accions de màrqueting. Es pretén així que els estudiants arribin a comprendre la necessitat i utilitat de la Investigació de Mercats dins l'àmbit de la Direcció Comercial i en qualsevol procés de presa de decisions dins de l'organització.



De manera específica, es persegueix que l'alumnat:

1. Comprenga la finalitat i importància de tota investigació de mercats com a instrument d'informació per a la posterior presa de decisions comercials.
2. Adquirisca una visió àmplia de les diverses fonts d'informació, incloent-hi les fonts en línia i les emprades en Big Data i Business Intelligence or Analytics
3. Adquirisca una visió àmplia dels mètodes i tècniques de recollida d'informació, compregui la complexitat d'una investigació, i sigui conscient de l'amplitud i utilitat de la informació que es pot obtenir.
4. Es familiaritze amb el programari i les tècniques bàsiques d'anàlisi de dades conjugant la seva dimensió aplicada i la base conceptual de les mateixes.
5. 5. Puga planificar i organitzar una investigació de mercats completa a través de totes les fases de la mateixa.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

COMPETÈNCIES

1313 - Grau d'Administració i Direcció d'Empreses

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Comunicació oral i escrita en la llengua nativa.
- Capacitat per a utilitzar les TIC en l'àmbit d'estudi.
- Habilitat per a analitzar i buscar informació provinent de fonts diverses.
- Capacitat per a la resolució de problemes.
- Capacitat de prendre decisions.
- Capacitat per a treballar en equip.
- Capacitat crítica i autocrítica.
- Compromís amb l'ètica i la responsabilitat social.
- Capacitat d'aprenentatge autònom.



- Capacitat de lideratge i mobilització de les capacitats d'altres.
- Motivació per la qualitat.
- Capacitat per a coordinar activitats.

1330 - Grau en Administració i Direcció d'Empreses (Ontinyent)

- Capacitat d'anàlisi i síntesi.
- Capacitat d'organització i planificació.
- Comunicació oral i escrita en la llengua nativa.
- Capacitat per a utilitzar les TIC en l'àmbit d'estudi.
- Habilitat per a analitzar i buscar informació provinent de fonts diverses.
- Capacitat per a la resolució de problemes.
- Capacitat de prendre decisions.
- Capacitat per a treballar en equip.
- Capacitat crítica i autocrítica.
- Compromís amb l'ètica i la responsabilitat social.
- Capacitat d'aprenentatge autònom.
- Capacitat de lideratge i mobilització de les capacitats d'altres.
- Motivació per la qualitat.
- Capacitat per a coordinar activitats.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

En acabar l'assignatura, l'alumne:

1. Pot formular i desenvolupar un procés bàsic d'investigació de mercats des de plantejaments tècnics de qualitat, ètics i legals.
2. És capaç d'establir objectius específics i necessitats d'informació a partir de l'objectiu general i decidir el disseny de la investigació
3. És capaç d'accedir i interpretar fonts secundàries i primàries d'informació, aplicar tècniques i procediments d'accés i dissenyar un qüestionari
4. És capaç d'identificar una població objecte d'estudi, calcular la mida mostral i aplicar procediments de mostreig o de selecció d'unitats mostrals
5. És capaç de realitzar una anàlisi bàsica d'informació, d'interpretar els resultats i de redactar un informe.
6. Coneix les funcions bàsiques d'un programa d'anàlisi de dades per crear un fitxer, i realitzar anàlisis univariada i bivariats.



DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. INVESTIGACIÓ DE MERCATS I MARQUETING

2. IFONTS D'INFORMACIÓ I INVESTIGACIÓ COMERCIAL

3. INVESTIGACIO EXPLORATORIA. TECNIQUES QUALITATIVES

4. INVESTIGACIO DESCRIPTIVA. TECNIQUES QUANTITATIVES

5. DISSENY DEL QUESTIONARI.PLANTEJAMENT GENERAL

6. DISSENY DEL QUESTIONARI.ESCALES DE MESURA

7. MOSTREIG I TREBALL DE CAMP

8. ANALISIS UNIVARIANT I BIVARIANT

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	22,50	100
Pràctiques en aula	22,50	100
Assistència a esdeveniments i activitats externes	5,00	0
Elaboració de treballs en grup	24,00	0
Elaboració de treballs individuals	18,00	0
Preparació de classes de teoria	25,00	0
TOTAL	117,00	



METODOLOGIA DOCENT

Des d'un punt de vista docent, l'assignatura té dos blocs diferenciats:

Classes teòriques. Les classes de teoria es fonamentaran en les explicacions del professor (l·liçó magistral participativa), en l'estudi de la bibliografia bàsica i / o complementària recomanada, i en la participació i competència dels estudiants per debatre sobre la investigació comercial.

Per aconseguir el màxim aprofitament de la l·liçó magistral, es recomana als estudiants preparar cada tema, per la qual cosa se'ls anima a que facin ús de la bibliografia facilitada. Així mateix s'utilitzaran altres recursos didàctics proporcionats pel professor. A cada un dels temes, els recursos docents estan estructurats de la següent manera:

- *Bibliografia bàsica*, en la qual s'indiquen una sèrie de manuals que permeten cobrir adequadament el tema en qüestió pel que fa a punts a tractar i nivell de profunditat.
- *Lectures de recolzamen*. La seva lectura permetrà a l'alumne tenir una visió molt més àmplia i rica dels continguts de la matèria exposats a classe o abordats en la bibliografia bàsica.
- *Adreces d'Internet*, que pretenen acostar l'alumne a institucions, associacions o revistes per aconseguir informació i contacte actual i real sobre qüestions directament relacionades amb el tema objecte d'estudi.

A més de la realització de les activitats pròpies de les classes teòriques, el professor proposarà la realització d'una sèrie d'activitats teòric o teòric-pràctiques complementàries a realitzar a l'aula. Així, els professors en nom de la millora de la dinàmica de classe, podran realitzar proves amb preguntes de tipus test o objectives, relacionades amb els continguts impartits durant les últimes sessions i el contingut a avaluar no abasti més d'un o dos temes del programa teòric. D'aquesta manera es disposa d'informació sobre l'efectivitat del procés d'aprenentatge sobre els alumnes que han assistit a la classe teòrica.

Classes pràctiques. Els alumnes desenvoluparan per equips (a l'aula i de forma autònoma fora de classe) les diferents fases del procés d'investigació comercial mitjançant projectes d'investigació de mercats. El professor plantejarà les activitats a realitzar pels alumnes en dues fases. La primera fase, prenent com a referència un únic projecte d'investigació (la investigació exemple), de 6 setmanes de durada, té com a objectius principals, d'una banda, que l'estudiant de forma individual entengui totes les fases del procés d'investigació comercial actuant de aquesta forma de suport pràctic al tema 1. d'altra banda introduir l'alumne al programari d'investigació SPSS principalment pel que fa al disseny i depuració de bases de dades i l'anàlisi o tractament de la informació aplicant tècniques estadístiques univariants i bivariants. Aquesta primera fase es treballarà prioritàriament de forma individual per l'alumne.

La segona fase, composta per la resta de les pràctiques abordarà les diferents fases del procés prenent com a referència un o diversos projectes d'investigació de mercats i es realitzarà per grups (preferentment de quatre o cinc persones) a indicació del professor, avaluant cadascuna de elles.

Al llarg del curs s'han de presentar 3 lliuraments parcials (informes) en grup i 6 individuals (una relativa a l'ètica i qualitat en la investigació de mercats i 5 relatives a la primera fase de les pràctiques a treballar a classe. La seva finalitat és contribuir a que els estudiants realitzin un treball planificat i seqüencial i un aprenentatge individual basat en el desenvolupament d'un projecte així com permetre l'orientació del professor en els treballs realitzats pels estudiants i l'avaluació dels mateixos. Per a la realització dels treballs en grup s'han d'aplicar els conceptes abordats en les classes teòriques, com segueix:



- **Pràctica 1 individual (funs 0.5 punt).** Ètica, qualitat i protecció de dades a la Investigació de mercats

Document en pdf: L'ètica i pràctica de la investigació de mercats: instituts i associacions d'investigació de mercats, codis deontològics, qualitat i protecció de dades personals.

Lectures

Portilla, I. (2018): “Retos éticos en la investigación de mercados: protección de datos, transparencia y honestidad”. *Investigación y Marketing*, 138, Abril, pp. 66-68.

Enllaços de suport:

Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión (AEDEMO): www.aedemo.es

Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y de la Opinión Pública (ANEIMO): www.aneimo.es

European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR): www.esomar.org

Agencia de Protección de Datos (APD): www.agpd.es

- **Pràctica 2 individual (6 pràctiques a treballar a classe; fins 2 punts):**
 - Problema d'investigació, objectius i necessitats d'informació
 - Anàlisi de fonts secundàries i disseny de la investigació
 - Codificació del qüestionari
 - Disseny de la base de dades
 - Interpretació d'estadística descriptiva i inferencial
 - Disseny qüestionari on-line
 - Lliurament I. Investigació Qualitativa T. 3. (1,25 punts)
 - Lliurament II. Disseny del qüestionari off i on-line: T. 4, 5 i 6. (1,25 punts)
 - Lliurament III. Informe final: objectius, metodologia o disseny, Pla d'anàlisi, anàlisi de resultats, conclusions i recomanacions: T. 1 i 8 (1,25 punts)
- **Informes en Grup (4) (fins 2,5 punts)**

Documento en pdf: elaboració i presentació de l'informe. Importància de l'informe. Tipus d'informe. Organització i presentació de l'informe (*template* o document model)

Bibliografia de suport:

Cuenca y Royo (2012), tema 10; Rosendo (2018), cap. 15; Trespalacios *et al.* (2005), cap. 10; Miquel *et al.*, (1997), cap. 17; Aedemo (2000), epígrafe 3.5; Zikmund (2003), cap. 16

- **Assistència i participació: fins 0.4 punts**



NOTA: com a norma general no s'acceptaran pràctiques individuals o en grup lliurades fora de termini. D'acceptar seran penalitzades amb un 50% de la puntuació corresponent.

El detall de l'activitat a desenvolupar en cada sessió es troba recollit en l'apartat "Cronograma" d'aquest programa, així com la setmana de lliurament de cadascun dels informes. Es recomana la utilització de les tutories com a complement de les classes i la lectura de publicacions sobre el tema, disponibles a la biblioteca, hemeroteca i en les fonts de dades electròniques.

Us de l'Aula virtual:

S'utilitzarà l'aula virtual per a qualsevol informació / notícia que faciliti l'exercici de l'assignatura (<http://www.aulavirtual.uv.es>). A l'aula virtual es facilitaran recursos per a la realització de les tasques de les classes pràctiques, així com el material relacionat amb la teoria. El professor publicarà a l'aula virtual la resolució de les activitats pràctiques necessàries perquè els estudiants tinguin un punt d'arrencada comú a partir del qual realitzar la següent activitat..

AVALUACIÓ

La matèria s'avaluarà a partir del següent procediment:

1. Un examen escrit, en data oficial proposada per la Facultat d'Economia. L'examen consistirà en preguntes curtes o objectives, de desenvolupament teòric i teòric-pràctic. La nota d'aquest examen ponderarà un 45% de la qualificació final.
2. Addicionalment a la qualificació obtinguda en l'examen, es valoraran les puntuacions assolides pels alumnes en les proves tipus test realitzades a classe, fins a un màxim d'1 punt, i a sumar a la nota obtinguda en l'examen teòric. Aquesta qualificació es considera com a part de l'avaluació contínua dels continguts teòrics i no és recuperable a la segona convocatòria. Només es guardarà nota per a la segona convocatòria del curs 2019-20.
3. L'avaluació contínua de les activitats pràctiques desenvolupades pel / l'alumne / a durant el curs, a partir de l'elaboració d'informes / treballs individual i en equip. Les notes d'aquests informes, treball individual i assistència i participació en les classes pràctiques es ponderaran sobre un 55% de la qualificació final. L'informe IG3 ha d'obtenir una qualificació mínima d'1 punt. Del conjunt de pràctiques, només l'informe final en grup o IG3 és recuperable en segona convocatòria. Només es guardarà la nota d'avaluació contínua per a la segona convocatòria del curs 2019-20.

Cal aprovar cadascuna de les dues parts:

- nota mínima a assolir en la part teòrica bé mitjançant examen o mitjançant avaluació contínua i examen és de 2.25 punts
- nota mínima a assolir en la part pràctica és de 2.75 punts (informes en grup màxim de 2,5 punts (informe iG3 mínim 1 punt); pràctiques individuals assistència i participació a classe màxim de 3 punts)



Per poder superar l'assignatura l'alumne que no pugui assistir a les classes pràctiques i / o realitzar les proves i exercicis, individuals o en grup de valuació contínua, haurà de posar-ho en coneixement del professor durant les dues setmanes següents a l'inici del primer quadrimestre del curs 2019-2020. En aquests casos excepcionals es plantejarà una altra forma d'aprenentatge i avaluació per a les activitats pràctiques. La teoria s'avaluarà i representarà un 50% de l'avaluació total de l'assignatura tant en primera com en segona convocatòria.

13.- HONESTEDAT ACADÈMICA I COMPORTAMENT

La conducta consistent a **copiar en un examen o plagiar un treball "avaluable"** (sigui o no fi de grau o del curs actual o anteriors), resulta contrària als deures dels estudiants recollits tant en la normativa estatal com interna d'UV. La **conseqüència immediata** d'aquest tipus de conducta serà, en tot cas, la qualificació amb un zero i el **suspens de l'assignatura**, de conformitat amb el **Reglament d'Avaluació i Qualificació (des d'ara REC) aprovat pel Consell de Govern de 30 de maig de 2017 (art. 13 apartat 5); l'Estatut de l'Estudiant Universitari, aprovat pel RD 1791/2010, de 30 de desembre**; i la **Carta de drets i Deures dels estudiants de la Universitat de València**, aprovada per Acord de Consell de Govern de 19 d'octubre de 1993 i modificada per ACG de 30 d'abril de 1998

S'indica a tots els estudiants que no es poden utilitzar telèfons mòbils o qualsevol altre dispositiu o document electrònic no autoritzat. Qualsevol estudiant que utilitzi tant a classe, (per l'existència d'avaluació contínua), com en l'examen un telèfon mòbil, serà convidat a abandonar l'aula i obtindrà una qualificació numèrica de zero en la prova corresponent (art. 13 apartat 6). El mateix tipus de condicions s'aplicaran a terminals de rellotges intel·ligents o similars. L'ús dels ordinadors portàtils o de tauletes digitals, està permès per a la presa d'apunts o visualització de material docent.

Totes les mesures anteriors s'aplicaran amb independència del procediment disciplinari que contra l'estudiant es pugui incoar i si és possible, la sanció que sigui procedent d'acord amb la normativa vigent (art. 13 apartat 7)

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Zikmund, W.G. (2003): Fundamentos de investigación de mercados. Thomson, Madrid.
- Trespalacios, J.A., Vázquez, R. y Bello, L. (2005): Investigación de Mercados. Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Thomson, Madrid.
- Miquel, S.; Bigné, E., Lévy, J-P., Cuenca, A.C. y Miquel, M^a.J. (1997) Investigación de Mercados. McGraw Hill, Madrid.
- Aedemo (2000): La investigación en marketing. Aedemo, Madrid.
- Malhotra, N.K. y Birks, D.F. (2006). Marketing Research. An Applied Approach. Prentice Hall. New Jersey.



- Sarabia Sánchez, F. (Coord.) (2013). Métodos de investigación social y de la empresa. Pirámide. Madrid.
- Trespalacios J.A. y otros (2016). Investigación de Mercados. Paraninfo. Madrid.
- Poynter, R. (2011). The hand book of online and social media research. Tools and Techniques for market researchesrs. Wiley. Chichester, UK.
- Kuster, I. (2013). Marketing de una nueva era. Garceta. Madrid.
- Rosendo Rios, V. (2018Ç). Investigación de Mercados. Aplicación al marketing estratégico y empresarial. Esic. Madrid

Complementàries

- Fernández Nogales, A. (2004). Investigación y Técnicas de Mercado. ESIC, Madrid.
- Grande, I. y Abascal, E. (2000). Fundamentos y Técnicas de Investigación Comercial. ESIC, Madrid.
- Malhotra, N.K. y Birks, D. (2005): Marketing research, an applied approach. Prentice Hall, New Jersey.
- Hair, J., Bush, J. y Ortinau, D. (2010). Investigación de mercados. McGraw Hill, México D.F.
- Churchill, G. (2003). Investigación de mercados. Thomson, Madrid.
- Aaker, D., Kumar, V. y Day, G. (2001). Investigación de mercados. Limusa-Wiley, México D.F.
- Esteban, A y Molina, A (2014). Investigación de Mercados. Esic, Madrid.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern

DOBRE GRADO EN ADE Y DERECHO

1. Continguts / Contenidos

Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la guía docente.

2. Volum de treball i planificació temporal de la docència 2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

Se mantiene el peso de las distintas actividades que suman las horas de dedicación en créditos. Las sesiones están programadas en las mismas fechas y con la misma duración para las sesiones de teoría. Las sesiones de prácticas se han reducido en duración realizándose a partir de tareas a realizar por el alumno fuera de clase según la agenda establecida en la guía docente original. La duración de las sesiones prácticas de 1 hora y 20 minutos semanales se han transferido a trabajo autónomo del alumno fuera de clase a partir de la aplicación del estado de alarma el 13 de marzo. Para la última sesión práctica de presentación de proyectos finales en grupo se prevé la realización de videoconferencia síncrona.



3. Metodología docente 3. Metodología docente

Respecto a las clases de teoría: se han ampliado los contenidos de las transparencias con respecto a los proporcionados habitualmente. Se han elaborado unos videos que consisten en las transparencias locutadas, que se han colgado a disposición de los alumnos en Teams y en OneDrive. Se realizan las sesiones de clase en los horarios habituales, mediante la herramienta Blackboard Collaborate de forma sincronía, utilizando los materiales y manteniendo comunicación con los alumnos mediante el Chat de la aplicación a lo largo de la clase. Además, se han propuesto actividades voluntarias que ayudan a la asimilación de los contenidos y se ha dado feedback individualizado a todos y cada uno de los alumnos que han completado dichas actividades. Respecto a las clases de práctica: se han facilitado a los alumnos a través del aula virtual los materiales, recursos e instrucciones necesarias para que puedan desarrollar las prácticas tanto individuales como en grupo establecidas en la agenda de la guía original de la asignatura. Se activa la opción tareas en el aula virtual para que los alumnos suban las prácticas. Las prácticas son evaluadas y los estudiantes van recibiendo la retroalimentación correspondiente. Respecto al sistema de tutorías: se han mantenido las tutorías virtuales junto a otros canales de comunicación citados previamente para poder hacer un seguimiento individualizado de los estudiantes en caso de necesidad.

4. Evaluación

Se mantienen los pesos de la evaluación continua y del examen en convocatoria oficial establecidos en la guía docente original. El peso de la evaluación continua es del 55% de la nota final (5.5 puntos sobre 10). Este 55% se reparte en un 55% de evaluación de prácticas individuales (3 puntos) y un 45% de evaluación de prácticas en grupo (2.5 puntos). Respecto a la evaluación individual continua los 0.5 puntos evaluables por asistencia y participación se transfieren a la evaluación de la práctica 1 individual que pasa a evaluarse sobre 1 punto en lugar de sobre 0.5 puntos. El peso del examen de la asignatura en convocatoria oficial es el 45% de la nota final (4.5 puntos sobre 10). Las notas mínimas para alcanzar por los alumnos se mantienen según constan en la guía original. El examen oficial de la asignatura se realizará mediante prueba síncrona individual utilizando la plataforma del aula virtual. Examen tipo test con preguntas objetivas o de desarrollo corto con contenidos teóricos o teórico-prácticos. Se realizará prueba final online siempre y cuando no pueda realizarse presencial.

5. Bibliografía 5. Bibliografía

Respecto a la bibliografía básica: se han facilitado manuales en formato pdf o enlaces a manuales en formato digital. Respecto a la bibliografía complementaria y enlaces: se mantienen al ser accesibles vía internet o vía bases de datos de la UV. Se complementa con todo el material subido por los profesores al aula virtual: presentaciones en pdf, presentaciones con audio, videoconferencia grabadas, videos, instrucciones y ejemplos, etc.