

AÑO ACADEMICO
2025/26

Master_Universitario en Dirección Comercial y Marketing

RUCT
4315986

Guía docente

Matería	4. Investigación de Mercados, Gestión de la Información y Toma de Decisiones en Marketing				
Datos de la materia	TIPO OB	ECTS 6.00	SEMESTRE 2º	PRESENCIAL 0%	IDIOMA Español
Contenidos de la Materia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conceptualización de la investigación de mercados. 2. Investigación exploratoria: técnicas de investigación cualitativa. 3. Investigación descriptiva: la observación y la encuesta. 4. Diseño del cuestionario. 5. Principios fundamentales del muestreo. 6. Gestión de la Información y toma de decisiones en Marketing. 				
Bibliografía de la Materia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Malhotra, N. K. (2008). Investigación de mercados . Pearson Prentice Hall. 2. Ortega Martínez, E. (1992). Manual de investigación comercial . Ediciones Pirámide. 3. Rosendo Ríos, V. (2018). Investigación de mercados. Aplicación al marketing estratégico empresarial . ESIC editorial. 4. Hair, J. (2021). Principios de investigación de mercados . McGraw-Hill Interamericana de España S.L. 5. De la Ballina, F. J. (2016). Investigación de mercados . Ediciones Pirámide. 				
Resultados de Aprendizaje de la Materia	<ol style="list-style-type: none"> A. Identificación de la conceptualización de la investigación de mercados B. Dominio de la investigación exploratoria y las técnicas de investigación cualitativa. C. Dominio de la investigación descriptiva y de la observación y la encuesta. D. Dominio del diseño del cuestionario. E. Conocimiento de los principios fundamentales del muestreo. F. Identificación de las estrategias de gestión de la Información y toma de decisiones en Marketing. 				
Competencias	Básicas CN02, CN03, CN05	Generales HB01, HB02, HB03	Transversales CM01, CM05	Específicas	

Actividades Formativas de la Materia	1.	2.	3.	4.
	MU DCM - Clases teóricas	MU DCM - Clases prácticas	MU DCM - Foros	MU DCM - Trabajos Individuales
	Metodologías docentes: Videoconferencias, Conferencias y Tutorías. Cada unidad contiene: Texto Claves de presentación y de planteamiento de los contenidos, Texto referencial de profundización o actualización de los contenidos técnicos, Audiovisual descriptivo de los contenidos teóricos, Test de auto evaluación de 40 preguntas. Horas actividad: entre 5h y 20h. Presencialidad: 0%.	Metodologías docentes: Workshops, Casos y Tutorías. Cada unidad contiene: Audiovisual descriptivo de los casos prácticos, Caso práctico 1 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Caso práctico 2 con tres cuestiones a resolver y propuesta de solucionario. Horas actividad: entre 5h y 10h. Presencialidad: 0%.	Metodologías docentes: Debates y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de discusión sobre un tema de la materia, articulada a partir de tres ítems y a realizar a través del Foro de debate on-line. Horas actividad: 5h. Presencialidad: 0%.	Metodologías docentes: Simulación, Ejercicios, Trabajos y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de trabajo individual, a realizar a través de un aplicativo específico. Horas actividad: entre 120h y 130h. Presencialidad: 0%.
Sistemas de Evaluación de la Materia	1.	2.	3.	4.
	Evaluación virtual de contenidos teóricos: resolución de 40 preguntas test. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación virtual de contenidos prácticos. Valor ponderado: 30% del total.	Evaluación de Foros y Tutorías. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 10% del total.	Evaluación de los trabajos. Informe de Valoración: 10 ítems. Valor ponderado: 30% del total.
Profesor/a	Dr. Jordi Sauret Pont			