

AÑO ACADEMICO  
**2025/26**

## Master Universitario en Dirección Comercial y Marketing

RUCT  
4315986

### Guía docente

#### Materia

### 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

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

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

- 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

<b>Actividades Formativas de la Materia</b>	1.	2.	3.	4.
	<b>MU DCM - Clases teóricas</b>  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%.	<b>MU DCM - Clases prácticas</b>  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%.	<b>MU DCM - Foros</b>  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%.	<b>MU DCM - Trabajos Individuales</b>  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%.
<b>Sistemas de Evaluación de la Materia</b>	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.
<b>Profesor/a</b>	Dr. Jordi Sauret Pont			