Instituto Universitario de Ciencias Empresariales

Centro adscrito a Universidad Camilo José Cela

AÑO ACADEMICO 2025/26

Máster 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	ECTS	SEMESTRE	PRESENCIAL	IDIOMA
OB	6.00	1°	0%	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.

Resultados de aprendizaje

Conocimientos o contenidos	Habilidades o destrezas	Competencias
CN02, CN03, CN05	HB01, HB02, HB03	CM01, CM05

Actividades Formativas de la Materia	1.	2.	3.	4.
	MU DCM - Clases teóricas 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%.	**MU DCM - Clases prácticas** 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%.	**MU DCM - Foros** 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%.	**MU DCM - Trabajos Individuales** Metodologías docentes: Simulación, Ejercicios, Trabajos y Tutorías. La materia comporta: una propuesta de trabajo individual, a realizar a través de un aplicativo especifico. 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			