



Escuela de Negocios Grupo Aristeo

Guía Docente
Análisis e Investigación de Mercado
Primera Convocatoria 2021/2022

Datos generales de la asignatura	
Programa:	Máster en Marketing y Comunicación Empresarial
Asignatura:	Análisis e Investigación de Mercado
Medida:	3.0 ECTS
Carácter:	Obligatoria
Temario	
Tema 1 - El proceso de investigación de mercados. Las fuentes de información. Métodos de obtención de la información. Realización de cuestionarios.	
Tema 2 - Cuantificación de la información. Las escalas de medición. La ética en la investigación de mercados.	
Tema 3 - Análisis de la Información. Selección de la muestra. El Muestreo. Codificación, tabulación y análisis simple.	
Tema 4 - Análisis de la Información II. Análisis multivariante y otros métodos. Preparación de la información. Informe Final.	

Equipo docente
Pablo Muñoz Viquillón

Resultados de aprendizaje
Competencia básica
Competencias generales
Analizar y comprender el comportamiento de los consumidores desde la perspectiva de marketing (Competencias Instrumentales)
Serán capaces de seleccionar y utilizar las aplicaciones informáticas necesarias para el diagnóstico y análisis empresarial (Competencias Instrumentales)
Conocer y ser capaz de desarrollar el proceso de Investigación de Comercial (Competencias Sistémicas)
Conocimientos
Identificar fuentes de información del mercado
Diseñar cuestionarios
Analizar datos y estadísticas, y establecer escalas de medición
Destrezas
Organizar la información y datos para la elaboración de informes (Plano Subjetivo)
Presentar evaluaciones de la información, cuantificarla y establecer tendencias (Plano Psicomotor)



Escuela de Negocios Grupo Aristeo

Actividades formativas		
Análisis de casos		
Discusiones		
Trabajo en grupo		
Estudio de casos		
Tutorías		
Clases magistrales		

Actividades de evaluación	
Examen escrito	
Informes	
Trabajos, Ensayos	
Observación directa del desempeño	