

FICHA DE ASIGNATURA

Título: Investigación Cuantitativa

Descripción:

La presente asignatura pretende profundizar la materia relacionada con la investigación comercial, pero enfocada al análisis del consumidor a través de estudios cuantitativos. Para ello, se detallarán las principales técnicas de investigación cuantitativa más comúnmente utilizadas en el ámbito empresarial y científico, de tal forma que le aporte al alumno los conocimientos clave para poder desarrollar investigación enfocadas a dicho análisis de consumo.

Carácter: Optativa

Créditos ECTS: 6

Contextualización:

- Uso de las diferentes técnicas cuantitativas de investigación de mercados
- Expresión a través del trabajo de campo de las técnicas
- Desarrollo de informes de carácter cuantitativo

Modalidad: Online

Temario:

- Encuesta *ad hoc*
- Encuesta omnibus
- Paneles de expertos
- Técnicas de experimentación
- El cuestionario

Competencias:

- CE: Conocer las técnicas y modelos existentes en lo relativo a la investigación cuantitativa, así como la generación de informes de enfoque comercial y/o de estudios de mercado.

Actividades Formativas:

Actividad Formativa	Horas	Presencialidad
Clases expositivas	15	100%
Clases prácticas	20	100%
Trabajo autónomo	100	0%
Tutorías	13	100%
Pruebas	2	100%

Metodologías docentes:

Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

Sistema de Evaluación:

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60

Normativa específica:

No se han establecido requisitos previos para esta asignatura.

Bibliografía:

Esteban, I. G., & Fernández, E. A. (2017). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. ESIC Editorial.