

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Actividades (5,25 puntos)	Eventos (0,75 puntos)
Semana 1	Tema 1. Introducción a la investigación de mercados 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Marco conceptual de la investigación de mercados 1.3. Características fundamentales 1.4. Naturaleza de la investigación de mercados 1.5. El proceso de investigación de mercados 1.6. Referencias bibliográficas	Caso práctico: Definición de un problema de investigación (0,8 puntos)	Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,17 puntos cada una) Test tema 1 (0,01 puntos)
Semana 2	Tema 2. Diseño de investigación y fuentes de información 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Diseño de investigación 2.3. Fuentes de información		Foro: Diseño de investigación (0,24 puntos) Test tema 2 (0,01 puntos)
Semana 3	Tema 3. Investigación exploratoria: métodos cualitativos 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Investigación cualitativa 3.3. Modalidades de la investigación cualitativa 3.4. Clasificación de las técnicas de investigación cualitativa 3.5. Técnica directa cualitativa: grupos de discusión 3.6. Técnica directa cualitativa: entrevista en profundidad 3.7. Técnica indirecta cualitativa: técnicas proyectivas 3.8. Técnica indirecta cualitativa: pseudocompra 3.9. Referencias bibliográficas		Test tema 3 (0,01 puntos)
Semana 4	Tema 4. Investigación descriptiva: métodos cuantitativos 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. Investigación cuantitativa 4.3. Encuesta 4.4. Observación 4.5. Uso de Internet en la investigación descriptiva 4.6. Referencias bibliográficas	Caso práctico: Elaboración de un cuestionario para estudio cuantitativo (0,85 puntos)	Test tema 4 (0,01 puntos)
Semana 5	Tema 5. Investigación causal: experimentación 5.1. ¿Cómo estudiar este tema? 5.2. Aspectos básicos de la experimentación 5.3. Proceso de experimentación		
Semana 6	Tema 5. Investigación causal: experimentación (continuación) 5.4. Tipos de diseños experimentales 5.5. Aplicaciones de la experimentación en investigación de mercados 5.6. Referencias bibliográficas	Caso práctico: Elaboración de un Test A/B (0,9 puntos)	Test tema 5 (0,01 puntos)
Semana 7	Tema 6. Procedimientos de muestreo y tamaño de la muestra 6.1. ¿Cómo estudiar este tema? 6.2. Muestreo 6.3. Fuentes potenciales de error 6.4. Proceso del diseño muestral		

	Temas	Actividades (5,25 puntos)	Eventos (0,75 puntos)
Semana 8	Tema 6. Procedimientos de muestreo y tamaño de la muestra (continuación) 6.5. Procedimientos de muestreo 6.6. Determinación del tamaño muestral 6.7. Referencias bibliográficas		Foro: ¿Cuál sería la población objetivo si se desea realizar un estudio sobre los turistas de una ciudad? (0,24 puntos) Test tema 6 (0,01 puntos)
Semana 9	Tema 7. Escalas y cuestionarios 7.1. ¿Cómo estudiar este tema? 7.2. Escalas 7.3. Medición básica 7.4. Escalas comparativas	Caso práctico: Selección de un tipo de escala y diseño de cuestionario (0,9 puntos)	
Semana 10	Tema 7. Escalas y cuestionarios (continuación) 7.5. Escalas no comparativas 7.6. Evaluación de las escalas 7.7. El cuestionario 7.8. Referencias bibliográficas		Test tema 7 (0,01 puntos)
Semana 11	Tema 8. Técnicas análisis de datos 8.1. ¿Cómo estudiar este tema? 8.2. Análisis de datos 8.3. Técnicas de análisis univariantes 8.4. Técnicas de análisis bivariantes 8.5. Análisis de la varianza 8.6. Análisis multivariantes 8.7. Referencias bibliográficas	Caso práctico: Técnicas de análisis de datos (0,9 puntos)	Test tema 8 (0,01 puntos)
Semana 12	Tema 9. Caso de estudio: Análisis teórico 9.1. ¿Cómo estudiar este tema? 9.2. Caso de estudio 9.3. Metodología del Case Study Research 9.4. Técnicas cualitativas de recolección de datos 9.5. Análisis de los datos: hermenéutica, la semiótica y enfoques más narrativos 9.6. La investigación cualitativa en los sistemas de información 9.7. Referencias bibliográficas		Test tema 9 (0,01 puntos)
Semana 13	Tema 10. Caso de estudio: Análisis práctico 10.1. ¿Cómo estudiar este tema? 10.2. Caso de estudio: La transformación digital de la prensa en España 10.3. Proceso de la investigación de mercados 10.4. Publicación y difusión de una investigación de mercados	Lectura: Análisis de la metodología de un caso de estudio (0,9 puntos)	Test tema 10 (0,01 puntos)
Semana 14	Tema 11. Benchmarking o estudio de mercado de la competencia 11.1. ¿Cómo estudiar este tema? 11.2. Benchmarking o estudio de mercado de la competencia 11.3. Alcance del estudio online		
Semana 15	Tema 11. Benchmarking o estudio de mercado de la competencia (continuación) 11.4. Informe de recomendaciones benchmarking 11.5. Plan de monetización y optimización 11.6. Referencias bibliográficas		Test tema 11 (0,01 puntos)
Semana 16	Semana de exámenes		