

## Programación semanal

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

	Temas	Trabajos (2,8 puntos)	Eventos (1,7 puntos)	Lecturas (1,5 puntos)
Semana 1	<b>Tema 1. ¿Qué es la Investigación de Mercados?</b> 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2 Naturaleza y concepto 1.3 Papel en el marketing 1.4 La investigación de mercados en el s XXI 1.5 Principales compañías de investigación 1.6 Aspectos éticos y deontológicos 1.7 Referencias bibliográficas		Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,10 cada una) <b>Foro: La ética en la investigación de mercados</b> (0,5 puntos) Test tema 1 (0,1 puntos)	
Semana 2	<b>Tema 2. Diseño y planificación de la Investigación</b> 2.1 ¿Cómo estudiar este tema? 2.2 Proceso de planificación de la investigación			
Semana 3	<b>Tema 2. Diseño y planificación de la investigación (continuación)</b> 2.3 Tipos de diseños de investigación		Test tema 2 (0,1 puntos)	Lectura: Un ejemplo de una sencilla investigación comercial (0,75 puntos)
Semana 4	<b>Tema 3. Fuentes de información</b> 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2 Tipos de fuentes de información 3.3 Fuentes secundarias frente a fuentes primarias 3.4 Selección del tipo de fuente 3.5 Fuentes secundarias: clasificación y criterios de evaluación 3.6 Las fuentes secundarias y el siglo XXI	Trabajo: Fuentes de información del sector turístico (0,8 puntos)	Test tema 3 (0,1 puntos)	
Semana 5	<b>Tema 4. Investigación cuantitativa: metodología</b> 4.1 ¿Cómo estudiar este tema? 4.2 Diseño y estructura del cuestionario 4.3 Recomendaciones para formular preguntas 4.4 Tipos de preguntas			
Semana 6	<b>Tema 4. Investigación cuantitativa: metodología (continuación)</b> 4.5 Tipos de escalas 4.6 Codificación 4.7 Prueba piloto del cuestionario 4.8 Trabajo de campo 4.9 Referencias bibliográficas	Trabajo: Diseño de un cuestionario online (1 puntos)	Test tema 4 (0,1 puntos)	
Semana 7	Semana de repaso			
Semana 8	<b>Tema 5. Técnicas cuantitativas: encuesta y panel</b> 5.1 ¿Cómo estudiar este tema? 5.2 La encuesta como medio de recogida de información 5.3 El panel de información			
Semana 9	<b>Tema 5. Técnicas cuantitativas: encuesta y panel (continuación)</b> 5.3 Muestreo 5.4 Referencias bibliográficas	Trabajo: Caso Chupa Chups (1 puntos)	Test tema 5 (0,1 puntos)	

	Temas	Trabajos (2,8 puntos)	Eventos (1,7 puntos)	Lecturas (1,5 puntos)
Semana 10	<b>Tema 6. Otras técnicas: ómnibus, tracking y experimentación</b> 6.1 ¿Cómo estudiar este tema? 6.2 Los ómnibus 6.3 El tracking			
Semana 11	<b>Tema 6. Otras técnicas: ómnibus, tracking y experimentación (continuación)</b> 6.4 La experimentación comercial		Test tema 6 (0,1 puntos)	
Semana 12	<b>TEMA 7. Análisis cuantitativo: univariante y bivalente</b> 7.1 ¿Cómo estudiar este tema? 7.2 Introducción al análisis de datos 7.3 Técnicas de análisis univariante 7.4 Técnicas de análisis bivariante 7.5 Referencias bibliográficas		Test tema 7 (0,1 puntos)	Lectura: La investigación de mercados online ¿realmente funciona? (0,75 puntos)
Semana 13	<b>Tema 8. Análisis cuantitativo multivariante I</b> 8.1 ¿Cómo estudiar este tema? 8.2 Tipos de análisis multivariante 8.3 Técnicas de dependencia 8.4 Ejemplos 8.5 Referencias bibliográficas		Test tema 8 (0,1 puntos)	
Semana 14	<b>Tema 9. Análisis cuantitativo multivariante II</b> 9.1 ¿Cómo estudiar este tema? 9.2 Técnicas de interdependencia 9.3 Ejemplos 9.4 Referencias bibliográficas		Test tema 9 (0,1 puntos)	
Semana 15	<b>Tema 10. Informe de resultados</b> 10.1 ¿Cómo estudiar este tema? 10.2 Concepto y tipos 10.3 Estructura y contenido 10.4 Presentación oral y escrita 10.5 Seguimiento del informe		Test tema 10 (0,1 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes			