

<b>Técnicas cuantitativas de investigación de mercados</b>	
Denominación de la materia	Técnicas de investigación de mercados
Carácter:	Formación básica
Número de créditos ECTS:	6 ECTS
Unidad temporal:	2 asignaturas cuatrimestrales obligatorias
Lengua	Castellano

<b>Asignaturas</b>	<b>ECTS</b>	<b>Cuatrimestre</b>	<b>Carácter</b>	<b>Lengua</b>
Técnicas cuantitativas de investigación de mercados	6	3	Básico	Castellano

<b>COMPETENCIAS</b>		
<b>Básicas y Generales</b>	<b>Transversales</b>	<b>Específicas</b>
CB2,4 CG1,2,6	T3,4	CE11

<b>ACTIVIDAD FORMATIVA</b>	<b>HORAS MATERIA</b>	<b>PRESENCIALIDAD</b>
Sesiones Presenciales Virtuales	40	0
Tutorías	36	0
Pruebas de seguimiento y Evaluación final	34	10%
Casos Prácticos. Trabajos individuales y	70	0
Foros y debates (trabajo colaborativo)	40	0
Lectura de material complementario	50	0
Estudio Personal de material básico	90	0
<b>TOTAL</b>	360	

<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PONDERACIÓN MIN</b>	<b>PONDERACIÓN MAX</b>
Participación en foros y otros medios	0	15
Realización de trabajos, proyectos y casos	0	20
Lecturas Complementarias	0	5
Prueba de evaluación final presencial	0	60

## CONTENIDOS DE LAS ASIGNATURAS

### CONTENIDOS

Análisis y cuestiones de mercado. Planificación de una investigación. Modelos y fuentes de información. Herramientas y recursos para la investigación cuantitativa. El cuestionario cuantitativo. Modelo *online*. Aplicación de la inferencia estadística. Elaboración de informes y conclusiones.