

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

M237 - Construcción de Cuestionarios y Análisis de Encuestas

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)
Obligatoria. Curso 1

Curso Académico 2019-2020

1. DATOS IDENTIFICATIVOS

Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)	Tipología y Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE MARKETING		
Código y denominación	M237 - Construcción de Cuestionarios y Análisis de Encuestas		
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (1)
Web			
Idioma de impartición	Español	English friendly	No
		Forma de impartición	Presencial

Departamento	DPTO. ADMINISTRACION DE EMPRESAS
Profesor responsable	HECTOR SAN MARTIN GUTIERREZ
E-mail	hector.sanmartin@unican.es
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO PROFESORES ASOCIADOS Y FORMACION (C230)
Otros profesores	

2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

--

3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS

Competencias Genéricas

Capacidad para resolución de problemas. Se entiende por tal, la identificación, análisis y definición de los elementos significativos que constituyen un problema o aspecto a mejorar en el contexto comercial de una empresa para resolverlo con criterio y de forma efectiva

Capacidad para trabajar en equipo. El alumno deberá saber integrarse y colaborar de forma activa en la consecución de objetivos comunes con otras personas mucho más allá de los logros de carácter individual, pensando de forma global por el bien de la organización a la que pertenece

Trabajo en un contexto internacional. Esta competencia consiste en saber comprender y adaptarse a la cultura social y empresarial de diversos países, de gran interés para toda empresa u organización con proyección internacional

Competencias Específicas

Habilidad en la búsqueda y tratamiento de la información. Capacidad para conseguir información y bases de datos que puedan ser de utilidad para la toma de decisiones y para desarrollar trabajos de investigación, así como conocimiento de las técnicas de investigación de mercados y herramientas estadísticas para el tratamiento de datos

Competencias Básicas

Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Los estudiantes aprenderán las diferentes pautas a seguir en la construcción de un cuestionario (tanto físico como on-line). Además, conocerán la forma de desarrollar una base de datos en un software estadístico, cuestión fundamental para el análisis de datos procedentes de los cuestionarios.

4. OBJETIVOS

- Saber construir un cuestionario estructurado de acuerdo con el objetivo y las necesidades de información de la investigación.
- Saber manejar las diferentes escalas de medición de la información: nominales, ordinales, de intervalo y de razón.
- Saber utilizar software estadístico específico para la gestión de datos de encuestas.

5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES

ACTIVIDADES	HORAS DE LA ASIGNATURA
ACTIVIDADES PRESENCIALES	
HORAS DE CLASE (A)	
- Teoría (TE)	10
- Prácticas en Aula (PA)	4
- Prácticas de Laboratorio (PL)	6
- Horas Clínicas (CL)	
Subtotal horas de clase	20
ACTIVIDADES DE SEGUIMIENTO (B)	
- Tutorías (TU)	3
- Evaluación (EV)	1,5
Subtotal actividades de seguimiento	4,5
Total actividades presenciales (A+B)	24,5
ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	
Trabajo en grupo (TG)	26
Trabajo autónomo (TA)	12
Tutorías No Presenciales (TU-NP)	
Evaluación No Presencial (EV-NP)	
Total actividades no presenciales	38
HORAS TOTALES	62,5

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS		TE	PA	PL	CL	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP	Semana
1	TEMA 1. La investigación por encuestas 1.1 Introducción a la investigación por encuestas 1.2 Selección del modelo de encuesta en una investigación 1.3 Plan de muestreo en una investigación por encuestas	5,00	1,00	0,00	0,00	1,50	0,75	13,00	6,00	0,00	0,00	1
2	Tema 2. El cuestionario de investigación 2.1 Estructura y recomendaciones generales en la elaboración del cuestionario 2.2 Tipos de preguntas en el cuestionario de investigación 2.3 Escalas de medida de la información a recabar en el cuestionario 2.4 Diseño de un cuestionario on-line	2,50	2,00	3,00	0,00	0,75	0,40	6,50	3,00	0,00	0,00	1
3	Tema 3. Software de gestión y análisis de datos de encuestas 3.1 Introducción a los software de gestión y análisis de encuestas 3.2 Definición de variables en un software de gestión y análisis de encuestas 3.3 Menús de un software para la gestión y análisis de encuestas	2,50	1,00	3,00	0,00	0,75	0,35	6,50	3,00	0,00	0,00	1
TOTAL DE HORAS		10,00	4,00	6,00	0,00	3,00	1,50	26,00	12,00	0,00	0,00	
Esta organización tiene carácter orientativo.												

TE	Horas de teoría
PA	Horas de prácticas en aula
PL	Horas de prácticas de laboratorio
CL	Horas Clínicas
TU	Horas de tutoría
EV	Horas de evaluación
TG	Horas de trabajo en grupo
TA	Horas de trabajo autónomo
TU-NP	Tutorías No Presenciales
EV-NP	Evaluación No Presencial

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Examen individual	Examen escrito	No	Sí	50,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Cuatrimestre			
Condiciones recuperación	Recuperación a través de un examen			
Observaciones				
Trabajo en equipo	Trabajo	No	Sí	35,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Cuatrimestre			
Condiciones recuperación	Recuperación a través de un trabajo			
Observaciones				
Participación individual	Otros	No	No	15,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Cuatrimestre			
Condiciones recuperación				
Observaciones				
TOTAL				100,00
Observaciones				
<ul style="list-style-type: none"> - Examen individual: valoración de los conocimientos adquiridos por el estudiante mediante una prueba tipo test. - Trabajo cooperativo: valoración del trabajo en grupo, que consistirá en la aplicación de la teoría al desarrollo de un cuestionario on-line y a la gestión de una base de datos en un software de encuestas. - Participación individual: valoración de la participación del estudiante en las dinámicas de clase. 				
Observaciones para alumnos a tiempo parcial				
"Los estudiantes matriculados a tiempo parcial se evaluarán con un examen escrito y un trabajo práctico individual siguiendo el guión establecido en la asignatura"				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

Trespalacios, J., Vázquez, R. y Bello, L. (2005): Investigación de mercados. Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en Marketing. Thomson. Madrid.

Complementaria

- o Churchill, G.A. (2003): Investigación de Mercados, International Thomson, México, D.F.
- o Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. y Black, W.C. (1999): Análisis Multivariante, 5ª Edición, Prentice Hall, Madrid.
- o Jany, J. (2005): Investigación Integral de Mercados: Decisiones sin Incertidumbre, McGraw-Hill Interamericana, Bogotá.
- o Kinnear, T.C. (1998): Investigación de Mercados: Un Enfoque Aplicado, McGraw-Hill Interamericana, Bogotá.
- o Luque, T. (2003): Nuevas Herramientas de Investigación de Mercados : Especial Referencia a Redes Neuronales Artificiales Aplicadas al Marketing, Editorial Cívitas, Madrid.
- o Malhotra, N.K. (1997): Investigación de Mercados, Un Enfoque Práctico, Prentice-Hall Hispanoamericana, México.
- o Sarabia, F.J. (coordinador) (1999): Metodología para la Investigación en Marketing y Dirección de Empresas, Ediciones Pirámide, Madrid.
- o Santasmases, M. (2005): Dyane, Versión 3: Diseño y Análisis de Encuestas en Investigación Social y de Mercados, Editorial Pirámide, Madrid.

9. SOFTWARE

PROGRAMA / APLICACIÓN	CENTRO	PLANTA	SALA	HORARIO
Software de encuestas	Facultad CC.EE. y EE.		Aula informática	Tarde

10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS

- Comprensión escrita
- Comprensión oral
- Expresión escrita
- Expresión oral
- Asignatura íntegramente desarrollada en inglés

Observaciones