

GUÍA DOCENTE ABREVIADA DE LA ASIGNATURA

M2080 - Técnicas Avanzadas de Investigación de Mercados

Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)

Curso Académico 2021-2022

1. DATOS IDENTIFICATIVOS					
Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)			Tipología v Curso	Optativa. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales				
Módulo / materia	ASIGNATURAS ORIENTACIÓN INVESTIGADORA. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN				
Código y denominación	M2080 - Técnicas Avanzadas de Investigación de Mercados				
Créditos ECTS	2,5	Cuatrimestre	Cuatrimestral (2)		
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	JESUS COLLADO AGUDO				

3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Los estudiantes conocerán las últimas tendencias de investigación en marketing tanto en lo relativo a temáticas como a técnicas de análisis.

4. OBJETIVOS

- Comprender las principales líneas de investigación en marketing
- Saber organizar un trabajo de investigación en marketing
- Entender la aplicación de técnicas avanzadas de análisis estadístico en marketing

6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS

1	T1. TENDENCIAS DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING
2	T2. PROPUESTAS DE INVESTIGACIÓN Y PUBLICACIÓN EN MARKETING
3	T3. TÉCNICAS AVANZADAS DE ANÁLISIS EN MARKETING

7. MÉTODOS DE LA EVALUACIÓN

Descripción	Tipología	Eval. Final	Recuper.	%
Trabajo individual	Trabajo	No	Sí	100,00
TOTAL				100,00
Observaciones				
Trabajo: evaluación de la capacidad del estudiante para aplicar los conocimientos teóricos en una investigación científica real.				
Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial				
Se realizará un trabajo que aborde, de forma práctica, los diferentes contenidos de la asignatura.				

8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA

LUQUE, T. (2012). Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados, 2ª ed., Madrid: Pirámide.

URIEL, E., y ALDÁS, J. (2005): Análisis multivariante aplicado : aplicaciones al marketing, investigación de mercados, economía, dirección de empresas y turismo. Madrid: Thomson.

Esta es la Guía Docente abreviada de la asignatura. Tienes también publicada en la Web la información más detallada de la asignatura en la Guía Docente Completa.