

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

## GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA

M239 - Métodos Cuantitativos de Investigación

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

Curso Académico 2022-2023

### 1. DATOS IDENTIFICATIVOS

Título/s	Máster Universitario en Dirección de Marketing (Empresas Turísticas)	Tipología v Curso	Obligatoria. Curso 1
Centro	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales		
Módulo / materia	ASIGNATURAS OBLIGATORIAS DE MARKETING		
Código y denominación	M239 - Métodos Cuantitativos de Investigación		
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	JOSE MANUEL FERNANDEZ POLANCO
E-mail	jm.fernandez@unican.es
Número despacho	Edificio de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Planta: + 2. DESPACHO (E250)
Otros profesores	

### 2. CONOCIMIENTOS PREVIOS

Se requieren conocimientos de Estadística y de Investigación de Mercados.  
Se pueden adquirir los conocimientos mínimos con Fundamentos de Métodos Cuantitativos.

### 3. COMPETENCIAS GENÉRICAS Y ESPECÍFICAS DEL PLAN DE ESTUDIOS TRABAJADAS

#### Competencias Genéricas

Capacidad de análisis y síntesis. Consiste en adquirir aptitudes para distinguir y separar las partes de un todo hasta llegar a conocer sus principios o elementos. Conlleva pensar al detalle, con precisión y de forma resumida o sintética, a efectos de identificar la información relevante en el proceso de toma de decisiones empresarial, orientando su resultado a la propuesta concreta de estrategias y programas de acción comerciales

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

Capacidad para asesorar en aspectos técnico-organizativos. Competencia referida a la capacidad para ofrecer asesoramiento a directivos de empresas y organizaciones en todo aquello que sea de utilidad para conseguir los logros de la empresa y mejorar su competitividad

#### 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 sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio

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

### 3.1 RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- En el entorno actual las decisiones de marketing han ganado en extensión y complejidad. En este escenario la investigación de mercados se convierte en un instrumento clave para las empresas, de vital importancia para el desarrollo de estrategias comerciales. Dentro de la investigación de mercados cobra especial relevancia el conocimiento de técnicas de análisis de datos. Concretamente, la presente asignatura profundiza en los principales métodos estadísticos multivariantes y su aplicación al mercado con diversos programas estadísticos.

Se prestará especial atención a identificar la utilidad práctica de cada una de las técnicas estudiadas para la resolución de problemas particulares en la gestión de la empresa

### 4. OBJETIVOS

1. Comprender las características básicas de las metodologías de investigación cuantitativas avanzadas.
2. Conocer los fundamentos teóricos y estadísticos de las técnicas de investigación cuantitativas avanzadas.
3. Adquirir la capacidad para utilizar técnicas de investigación cuantitativas avanzadas a través de software específico.

**5. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DOCENTES**

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

## 6. ORGANIZACIÓN DOCENTE

CONTENIDOS		TE	PA	PLE	PLO	CL	TU	EV	TG	TA	TU-NP	EV-NP	Semana
1	Fuentes de información cuantitativa	2,50	0,00	0,00	2,50	0,00	0,75	0,37	6,50	3,00	0,00	0,00	1
2	Muestreo y tratamiento de datos	2,50	0,00	0,00	2,50	0,00	0,75	0,37	6,50	3,00	0,00	0,00	1
3	Análisis de datos: Métodos de dependencia	2,50	0,00	0,00	2,50	0,00	0,75	0,38	6,50	3,00	0,00	0,00	1
4	Análisis de datos: Métodos de interdependencia	2,50	0,00	0,00	2,50	0,00	0,75	0,38	6,50	3,00	0,00	0,00	1
TOTAL DE HORAS		10,00	0,00	0,00	10,00	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
PLE	Horas de prácticas de laboratorio experimental
PLO	Horas de prácticas de laboratorio en ordenador
CL	Horas de prácticas 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	Trabajo	No	Sí	50,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Final de la asignatura			
Condiciones recuperación	Examen escrito o trabajo			
Observaciones	Valoración de los conocimientos adquiridos mediante un caso práctico individualizado			
Trabajo en grupo	Trabajo	No	Sí	40,00
Calif. mínima	0,00			
Duración				
Fecha realización	Final de la asignatura			
Condiciones recuperación	Realización de otro trabajo			
Observaciones	Valoración de un trabajo en grupo, que consistirá en la aplicación de la teoría en el análisis de una base de datos y la presentación de los resultados en un informe de investigación			
Participación individual	Otros	No	No	10,00
Calif. mínima	0,00			
Duración	Durante toda la asignatura			
Fecha realización	Durante toda la asignatura			
Condiciones recuperación				
Observaciones	Los trabajos individuales se realizarán simultáneamente a la actividad docente en curso, no siendo posible la repetición de las mismas con posterioridad.			
<b>TOTAL</b>				<b>100,00</b>
<b>Observaciones</b>				
El estudiante superará la asignatura cuando la puntuación global, media ponderada de las anteriores evaluaciones, sea igual o superior a 5 (máxima de 10).				
En caso de no superarse la asignatura, el alumno deberá recuperar aquella o aquellas pruebas marcadas como recuperables que no se hayan superado en la evaluación.				
Los trabajos individuales se realizarán simultáneamente a la actividad docente en curso, no siendo posible la repetición de las mismas con posterioridad.				
<b>Criterios de evaluación para estudiantes a tiempo parcial</b>				
La evaluación consistirá en un único examen final escrito.				

## 8. BIBLIOGRAFÍA Y MATERIALES DIDÁCTICOS

BÁSICA
Hair, J. F., Anderson, R.E., Thatam, R.L. y Black, W.C. (1999): Análisis Multivariante. Editorial Prentice Hall. Madrid.
Uriel, E. y Aldás, J. (2005): Análisis multivariante aplicado. Editorial Thomson. Madrid.

Complementaria
Jobson, J. D. (1991): Applied Multivariate Data Analysis. Volume I: Regression and Experimental Design. Editorial Springer-Verlag. New York.
Jobson, J. D. (1991): Applied Multivariate Data Analysis. Volume II: Categorical and Multivariate Methods. Editorial Springer-Verlag. New York.
Johnson, D.E. (2000): Métodos multivariados aplicados al análisis de datos. Internacional Thomson Editores. Madrid.
Luque, T. (2000): Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Editorial Pirámide. Madrid.
Malhotra, N.K. (1997): Investigación de Mercados: un enfoque práctico. Editorial Prentice Hall. Madrid.

### 9. SOFTWARE

PROGRAMA / APLICACIÓN	CENTRO	PLANTA	SALA	HORARIO
Programa estadístico de tratamiento de datos				
Hoja de cálculo				

### 10. COMPETENCIAS LINGÜÍSTICAS

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

**Observaciones**