



Código -Asignatura	580015 – Metodología de investigación de mercados		
Curso	1	Créditos	6 ECTS
Bloque Temático	Metodología y técnicas de investigación de mercados	Tipo de asignatura	Obligatoria
Horas presenciales	42 horas	Horas de trabajo autónomo	108 horas

BREVE DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta materia pretende capacitar a los estudiantes para analizar problemáticas y hechos mediante los métodos de investigación a partir de la identificación y utilización de diferentes metodologías de investigación, técnicas y herramientas.

COMPETENCIAS BÁSICAS

CB6- 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.

CB7- 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.

CB10- 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.

COMPETENCIAS GENÉRICAS

CG2- Trabajar en equipo.

CG3- Empezar proyectos innovadores.

CG5- Aplicar las técnicas de comunicación necesarias para la transmisión eficaz de ideas, opiniones, conocimientos, etc.

CG6- Identificar, plantear o solucionar un problema de manera relevante y creativa, interpretando y evaluando con espíritu crítico los resultados obtenidos.

CONTENIDOS TEMÁTICOS



1. Concepto y diseño de una investigación de mercados.
2. Herramientas para la investigación: Metodología cualitativa.
3. Herramientas para la investigación: Metodología cuantitativa.
4. Tratamiento y presentación de los resultados.

METODOLOGIA DE APRENDIZAJE

La metodología de aprendizaje está basada en exposiciones de conceptos soportadas por casos prácticos de aplicación y actividades para el desarrollo por parte de los alumnos, así como en material de soporte de consolidación y ampliación de los contenidos tratados.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación es el proceso de valoración del grado de logro de los aprendizajes por parte del estudiante en relación a las competencias propias de esta asignatura.

En este sentido, el estudiante podrá optar por ser evaluado de forma continua durante el curso o mediante una evaluación única al final del periodo establecido.

Evaluación Continuada: consiste en la valoración del proceso de enseñanza-aprendizaje a partir del seguimiento continuado durante el curso del trabajo que realiza el estudiante y de los aprendizajes que incorpora. Para poder optar a ser evaluado en esta modalidad, hará falta asistir a un mínimo del 80% de las clases presenciales.

Evaluación Única: consiste en la valoración de este proceso al final del periodo establecido, para aquellos estudiantes que, por razones justificadas, no han podido asistir regularmente a las clases presenciales. Esta valoración se realiza a partir de las evidencias que esta asignatura tiene asignadas para dicha modalidad.

Sistemas de evaluación	Continua	Única
Trabajo teórico realizado por el estudiante	40 %	40%
Trabajos prácticos realizados por el estudiante	60 %	60%

Proceso de revisión y re-evaluación



Centre adscrit



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

PLAN DOCENTE

Máster en Dirección Hotelera y Restauración

El estudiante tiene derecho a la revisión de todas las evidencias de evaluación que hayan sido diseñadas para la valoración de su aprendizaje.

En el supuesto de que el estudiante no consiga lograr los objetivos de aprendizaje de la asignatura, para optar a una reevaluación y poder presentar o realizar una nueva evidencia de evaluación, será imprescindible cumplir alguna de las siguientes condiciones:

Tener una calificación igual o superior a 5 de la media de las actividades llevadas a cabo a lo largo del semestre sin tener en cuenta las pruebas finales (sea evaluación continua o única) haberse presentado a la prueba final.

Tener una calificación mínima de “4” de nota final de la asignatura.

La máxima calificación en el caso de la reevaluación que se podrá obtener es un “5” de nota final de la asignatura.

FUENTES DE INFORMACIÓN BÁSICAS

Punch, K. (2003). Survey research: The Basics. Sage Publications. London.

Jennings, G. (2001). Tourism research. John Wiley and sons Australia, LTD.

Finn, M.; Elliot-White, M and Walton, M. (2000). Tourism and Leisure Research Methods: Data Collection, Analysis and Interpretation. Pearson Education, Essex.