

Investigació de Mercats (21859)

Titulació/estudi: Grau en Ciències Empresarials-Management

Curs: tercer/quart

Trimestre: primer

Nombre de crèdits ECTS: 5

Hores de dedicació de l'estudiant: 125

Llengua o llengües de la docència: català/castellà

Professor: Josep Lluís Crespán

1. Presentació de l'assignatura

Aquesta assignatura és una introducció a la investigació de mercats entesa com a eina per a la presa de decisions dins de les empreses i de les organitzacions. En aquest sentit, el programa comença amb la caracterització dels diferents tipus de problemes relacionats amb el mercat amb què es poden trobar les organitzacions, continua amb el procés de disseny de la investigació i definició de la informació i acaba amb el tractament i l'anàlisi d'aquesta, fent especial èmfasi en els canvis en la dimensió i estructura de la informació i en els dispositius online desenvolupats així com en els criteris d'adequació i pertinència de les diferents tècniques.

2. Competències que s'han d'assolir

Competències generals	Competències específiques
Instrumentals 1. Capacitat d'anàlisi i síntesi. 2. Coneixements generals bàsics. 3. Presa de decisions	1. Capacitat d'organitzar i planificar. 2. Habilitats de gestió de la informació (cerca i anàlisi d'informació). 3. Iniciativa i esperit emprenedor 4. Habilitats d'investigació
Interpersonals 4. Capacitat de crítica 5. Capacitat de treball en equip 6. Capacitat de expressió i comunicació	
Sistèmiques 7. Capacitat d'aplicar els coneixements en la pràctica. 8. Capacitat per adaptar-se a noves situacions. 9. Capacitat per generar noves idees. 10. Capacitat per generar preguntes.	

3. Continguts

Bloc 1: Tècniques d'anàlisi estadística univariant i bivariant aplicades a la Investigació de Mercats.

Bloc 2: La Investigació de Mercats i la presa de decisions a les organitzacions. Procés. Tipus d'investigacions.

Bloc 3: La informació necessària. Tipus d'informació. Big Data. Open Data. Tècniques de recollida d'informació. Procediments tradicionals i procediments online.

Bloc 4: Poblacions i mostres. Característiques i tipus de mostreig.

Bloc 5: Introducció a les tècniques d'anàlisi multivariant. Anàlisi discriminant, conjunt, factorial i cluster.

4. Avaluació

Examen final tipus test que suposarà el 70% de la nota.

Pràctiques en grup (4/ persones) que es desenvoluparan a partir de la setmana quatre.

Les pràctiques consistiran en exercicis relacionats amb la teoria vista a classe.

Aquests exercicis es realitzaran en una doble sessió: una primera de debat i treball a l'aula i una segona de presentació del treball realitzat pels alumnes donant resposta a les preguntes formulades.

Aquestes pràctiques son obligatòries i la seva contribució a la nota final serà del 30%.

Per poder fer aquesta mitjana ponderada entre examen i pràctiques es necessari haver tret com a mínim un 4 a l'examen.

D'acord amb els criteris fixats pel deganat, hi haurà un examen de recuperació al febrer del 2014 pels que hagin suspès l'examen final del desembre.

5. Bibliografia i recursos didàctics

5.1. Bibliografia bàsica

MALHOTRA, Naresh K. *Investigación de mercados. Un enfoque práctico*. 2a. ed. Mèxic: Prentice Hall, 1997.

5.2. Bibliografia complementària

CHURCHILL, Gilbert A. *Marketing Research: Methodological Foundations*. Hinsdale (Illinois): The Dryden Press, 1991.

6. Metodologia

A les classes teòriques i, especialment, a les sessions de seminari es aprimarà una metodologia interactiva amb forta exigència de participació per part dels alumnes.

Els seminaris es desenvoluparan a partir de la setmana 4.

7. Programació d'activitats

Setmana	Activitat a l'aula agrupament / tipus d'activitat	Activitat fora de l'aula agrupament / tipus d'activitat
Setmana 1	Sessió 1 i Sessió 2 Presentació i tècniques d'anàlisi. Tabulació creuada.	
Setmana 2	Sessió 1 i Sessió 2 Anàlisi de la variància La Investigació de Mercats i la pressa de decisions a les organitzacions.	
Setmana 3	Sessió 1 i Sessió 2 Procés d'investigació. Tipus d'investigacions.	

Setmana 4	Sessió1 i Sessió 2 Tipus d'informació.Escales. Big Data. Open data Sessió 3 Seminari de tècniques d'anàlisis est.	Preparació treball per grups.
Setmana 5	Sessió1 i Sessió 2 Tècniques de recollida d'informació. Extensives i intensives. Sessió 3 Presentacions dels treballs dels grups	
Setmana 6	Sessió1 i Sessió 2 Tècniques de recollida d'informació. Tradicionals i online Sessió 3 Seminari de'investigació online	Preparació treball per grups.
Setmana 7	Sessió1 i Sessió Representativitat i mostreig Sessió 3 Presentacions dels treballs dels grups	
Setmana 8	Sessió1 i Sessió 2 Tècniques d'anàlisi multivariant. Discriminant. Conjunt Sessió 3 Seminari sobre el disseny i planejament d'una investigació	Preparació treball per grups.
Setmana 9	Sessió1 i Sessió 2 Tècniques d'anàlisi multivariant. Factorial Sessió 3 Presentacions dels treballs dels grups	
Setmana 10	Sessió1 i Sessió 2 Tècniques d'anàlisi multivariant. Factorial. Classificació.	