

# **Asignatura de Investigación de mercados**

# Asignatura Online de Investigación de mercados

**Inicio** 25 sept. 2024

**100%**  
Online

**Idiomas:** Español, Catalán

**Precio:** 420 €

[Solicita información](#)



**Metodología 100% online**



**1.ª universidad online del mundo**



**Acompañamiento personalizado**

## Presentación

La asignatura **Investigación de mercados** presenta la investigación de marketing como herramienta de ayuda en la toma de decisiones del área de marketing.

Su contenido ofrece una visión general del proceso de investigación de marketing a partir de la combinación de aspectos teóricos y de la presentación de ejemplos prácticos extraídos, en la mayoría de los casos, de investigaciones reales. Con la formación adquirida podréis diseñar una investigación de marketing y determinar a qué fuentes recorrer para obtener la información que se necesita.

**4a**



**LA CUARTA UNIVERSIDAD ESPAÑOLA DE MENOS DE 50 AÑOS**

# Contenidos

## Contenidos

El contenido de los módulos didácticos que forman parte de los recursos de aprendizaje de la asignatura es el siguiente:

### Módulo 1. Introducción y fases preliminares de la investigación de marketing

En este primer módulo didáctico se profundiza en el concepto de investigación de marketing: en qué consiste, para qué sirve, qué se puede esperar y qué no, qué tipos de proveedores existen y qué especifica el código ético en relación con la práctica profesional de la investigación de marketing.

También se detallan las fases que deben desarrollarse en cualquier proceso de investigación de marketing y se explican las fuentes de error que son susceptibles de producirse en cada una de estas fases.

A continuación, se analiza con más detenimiento en qué consiste la primera fase del proceso de investigación de marketing, y se dan las líneas maestras de las tareas a hacer en la segunda fase de la investigación.

### Módulo 2. Investigación cualitativa

En el segundo módulo didáctico se exponen los aspectos que hay que considerar en el momento de hacer una investigación de marketing con carácter cualitativo.

Se expone para qué sirve este tipo de investigación y qué son las técnicas de investigación cualitativa más utilizadas en investigación de marketing: la reunión de grupos, la entrevista en profundidad y las técnicas proyectivas.

### Módulo 3. Técnicas cuantitativas para la obtención de información: la observación y la encuesta

En este módulo se exponen los aspectos básicos que hay que considerar en cuanto a la obtención de información en el momento de hacer una investigación de marketing descriptiva.

Así, se explican las técnicas más importantes dentro de este tipo de investigación cuantitativa: la observación, la encuesta ad hoc, el ómnibus y el panel.

### Módulo 4. Tendencias en la investigación de mercados (wiki)

Este módulo profundiza en los adelantos que la investigación de marketing ha vivido a lo largo de los últimos años. Se hará un repaso de las técnicas que están ganando más repercusión ¿los estudios etnográficos, la investigación de mercados en línea y la investigación de mercados en los medios de comunicación social¿ y que supondrán los ejes del futuro del sector de la investigación de marketing y una nueva relación con la información disponible del consumidor.

### Módulo 5. Caso práctico de investigación de mercados. Briefing y propuesta de investigación (wiki)

El quinto módulo se corresponde con un caso práctico y tiene como objetivo mostrar al estudiante cómo se desarrolla una propuesta de investigación de marketing a partir de un briefing.

## Objetivos y competencias

### Competencias

Las competencias transversales que se trabajan en esta asignatura son:

- Capacidad para adoptar actitudes y comportamientos de acuerdo con una práctica profesional ética y responsable.
- Capacidad para buscar, identificar, organizar y utilizar adecuadamente la información.

Las competencias específicas del grado de Administración y Dirección de Empresas que se abordan en esta asignatura son las siguientes:

- Capacidad para generar conocimiento económico relevante a partir de datos, aplicando los instrumentos técnicos pertinentes.
- Capacidad para valorar críticamente situaciones empresariales concretas y establecer posibles evoluciones de empresas y mercados.

La competencia específica a lograr en el grado de Marketing e Investigación de Mercados es:

- Capacidad para aplicar los conocimientos teóricos y las herramientas de investigación de los mercados en la definición de soluciones de negocio.

### Objetivos

Todas estas competencias se concretan en los siguientes objetivos generales:

- Conocer la utilidad de la investigación de marketing, su contexto y los límites de su uso, sin olvidar las consideraciones éticas sobre las que debe fundamentarse.
- Proporcionar los conocimientos necesarios que permitan, en cada caso, obtener la información necesaria de la fuente de información más adecuada.
- Analizar las etapas que se llevan a cabo en cualquier proceso de investigación de marketing, detallando su contenido y profundizando en las interacciones que se producen.
- Conocer las principales técnicas de investigación de marketing que se utilizan, tanto cualitativas como cuantitativas: en qué consisten, cuándo hay que utilizarlas y sus ventajas e inconvenientes.
- Conocer los adelantos que ha vivido la investigación comercial durante los últimos años así como profundizar en las nuevas posibilidades y retos a los que se enfrenta el sector, teniendo en cuenta la nueva relación que se establece con un consumidor cada vez más conectado.

## Recursos para el aprendizaje

Los recursos para el aprendizaje que ofrece la UOC son digitales y han sido editados por la UOC en multiformato (HTML5, WEB, EPUB, PDF, etc.). Los recursos con que cuenta la asignatura son:

- Módulos propios sobre teoría de la cultura desde diferentes perspectivas (filosofía, sociología, política cultural, economía y tecnología).
- Selección de lecturas y materiales audiovisuales de cada uno de los temas.

# Profesorado

## Colaboradores

Carmen Pacheco Bernal

# Requisitos de acceso

## Requisitos previos

Para matricularse de esta asignatura y seguirla no se necesita ninguna titulación académica ni hay que tener conocimientos previos sobre la materia.

## Requisitos técnicos

Para el seguimiento de esta asignatura es necesario disponer de un ordenador de sobremesa o portátil con conexión a internet (por banda ancha, ADSL o cable) y un monitor con una resolución mínima de 1.024 x 768 píxeles. Para poder consultar algunos materiales también puede ser necesario un lector de DVD.

Es recomendable que la CPU (ya sea de un ordenador de sobremesa o de un portátil) tenga como mínimo 2 GB de memoria RAM y 2 GHz de velocidad de procesador.

Es necesario un sistema operativo Windows XP (o superior), Mac OS o Linux\*. También se requiere tener instalado uno de los siguientes navegadores: Internet Explorer 9.0 (o superior), [Mozilla Firefox](#) o [Chrome](#).

\* Debido a la gran variedad de distribuciones que existen, no especificamos todas las versiones posibles.

## Titulación

El seguimiento y la superación de las asignaturas cursadas lleva a la obtención de un certificado de la UOC. Este documento permitirá la convalidación -o su reconocimiento- con las asignaturas de los estudios universitarios de la UOC siempre y cuando se reúnan los requisitos previos determinados.

## Más de 25 años de experiencia de e-learning

El año 1995, la UOC se convirtió en la **primera universidad en línea del mundo**. 25 años después, seguimos siendo pioneros en e-learning.

El **eLearning Innovation Center** hace evolucionar el modelo de aprendizaje para garantizar una formación de calidad, única, conectada y en red.

# Matrícula y precio

## Proceso de matrícula

### 1 Formularios de matrícula

Rellena el formulario de matrícula del curso concreto que te interesa, que encontrarás a la parte superior de la página.

### 2 Acceso al Campus

Si no recuerdas las claves de acceso al campus virtual, las puedes recuperar desde el [siguiente enlace](#).

### ¿Cuándo te puedes matricular?

En la UOC puedes matricularte en dos momentos diferentes del año. Escoge la opción que mejor se adapte a sus necesidades. Consulta el plazo de matriculación y el inicio de curso en la página de los estudios que te interesen cursar.



#### Matriculación a partir de **abril**

para comenzar el curso en **septiembre** u **octubre**



#### Matriculación a partir de **octubre**

para comenzar el curso en **febrero** o **marzo**

Concepto

Precio

Precio del curso

**420 €**



**104.500 graduados y graduadas**



**90 % de estudiantes que estudian y trabajan**



**84 % volvería a escoger la UOC**

## Formas de pago

El pago de los cursos se efectúa con tarjeta.

1. TPVV: pago con una tarjeta de crédito o de débito de cualquier entidad financiera, mediante el TPVV (terminal de punto de venta virtual) de «la Caixa».

[Información sobre el desistimiento de matrícula](#)

## Descuentos

La UOC ofrece una serie de descuentos. Si puedes acogerte a alguno, en el momento de hacer la matrícula debes elegirlo en el desplegable del apartado Descuentos. En caso de que puedas acogerte a más de uno, tendrás que elegir el más beneficioso.

## Descuentos para a colectivos

### Familia numerosa

Los estudiantes beneficiarios del título de familia numerosa reconocido por el Estado español, o por el organismo competente en el resto de países, tienen derecho a los siguientes descuentos, en función de la categoría:

- Familias numerosas de categoría **especial: descuento del 15%**.
- Familias numerosas de categoría **general: descuento del 7,5%**.

### Personas con discapacidad

Los estudiantes con un grado de discapacidad **igual o superior al 33%** reconocido por el Estado español, o el grado **equivalente** por cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

### Víctimas de actos terroristas

Los estudiantes (o sus hijos o cónyuges) que hayan sido reconocidos como víctimas de actos terroristas por el organismo competente en el Estado español, o de cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

### Víctimas de violencia machista en el ámbito de la pareja

Los estudiantes (y sus hijos o hijas dependientes) que hayan sido reconocidos como víctimas de violencia de género por el organismo competente en el Estado español, o de cualquier otro país, tienen derecho a un **descuento del 15%**.

## Comunidad UOC

- **UOC Alumni: 10% de descuento**

Puedes disfrutar de este descuento si has obtenido un título oficial (de grado, licenciatura, diplomatura, ingeniería o máster universitario) o un máster o posgrado propio en la UOC.

- **Descuentos para empresas**

Si tu empresa u organización tiene un acuerdo con la UOC, podrás beneficiarte de descuentos y ventajas en tu matrícula.

[Consulta las condiciones de los descuentos para empresas](#)

## Programa UOC de acompañamiento al deportista de competición

Los estudiantes considerados deportistas de competición tienen derecho a un descuento sobre el importe de la matrícula.

+ [Consulta la información del programa](#)

## Seguro gratuito de matrícula

La UOC ofrece, por defecto, un seguro de matrícula gratuito a los estudiantes que cursan unos estudios de duración mínima de un semestre y que residen en el Estado español (es decir, a quienes en vuestro DNI o NIE tenéis una dirección española). De este modo, si os encontráis en una situación imprevista y no podéis pagar la matrícula, la universidad os ayuda a continuar con vuestros estudios.

El seguro cubre a los estudiantes de grados, másteres universitarios, especializaciones, posgrados y másteres propios, cursos del Ateneo y del Centro de Idiomas Modernos, diplomaturas, ingenierías y licenciaturas.

+ [Consulta el seguro gratuito de paro o enfermedad para continuar estudiando](#)

# UOC

---

Consulta la oferta formativa de la UOC [uoc.edu/es/estudios](https://uoc.edu/es/estudios)

---

 Universitat Oberta  
de Catalunya