



GRADO:	CONTABILIDAD Y FINANZAS
ASIGNATURA:	INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
CURSO:	4º CURSO
OBJETIVOS:	<p>En un entorno cada vez más global con niveles crecientes de cambio e incertidumbre, toda empresa necesita disponer de información para planificar adecuadamente las decisiones comerciales. Hoy en día, las empresas generan muchos datos en el desarrollo de su actividad comercial. Además, a través de internet tienen acceso a multitud de datos e informes cuya procedencia no siempre se controla ni se justifica. Ante esta realidad, es necesario que las empresas se ocupen de recoger y almacenar datos de una manera sistemática y objetiva con el fin de que dichos datos resulten útiles para tener un mayor conocimiento de los clientes, de la competencia, de la propia empresa y de su entorno.</p> <p>El objetivo central de la asignatura es mostrar diferentes herramientas que deben manejar las empresas para disponer de información relevante que les permita identificar, captar y fidelizar a sus clientes. Se explican métodos cualitativos y cuantitativos de recogida de información y los análisis estadísticos más empleados en las investigaciones de mercado.</p>
RESUMEN DE CONTENIDOS:	<p>La asignatura se imparte en el aula de informática con el fin acceder a diversas fuentes de información, y facilitar el trabajo que el alumno realiza durante las clases.</p> <p>La asignatura se estructura en tres partes:</p> <p>PARTE I EL CONOCIMIENTO Y LA INFORMACIÓN EN LA TOMA DE DECISIONES EN MARKETING</p> <p>Tema 1.- La información en las decisiones de marketing. La inteligencia de marketing</p> <p>Tema 2.- Investigación de mercados. Fundamentos y metodología</p> <p>PARTE II MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</p> <p>Tema 3.- Diseño de investigación exploratoria. La Investigación cualitativa</p> <p>Tema 4.- Diseño de investigación descriptiva y causal. La encuesta y la experimentación</p> <p>PARTE III MÉTODOS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN. INFORMES DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</p> <p>Tema 5.- Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones</p> <p>Tema 6.- Diseño y presentación de informes de investigación</p>
CONTEXTUALIZACIÓN EN EL GRADO:	<p>Esta asignatura complementa los conocimientos adquiridos por el alumnado tanto en la asignatura introductoria <i>Dirección de Marketing</i> de 3e Curso del Grado de Contabilidad y Finanzas, como en su aplicación específica al ámbito financiero en la asignatura optativa de 4º Curso en la asignatura optativa de 4º Curso <i>Marketing de Servicios Financieros</i>.</p>