

GRAU EN TURISME I GESTIÓ DEL LLEURE

6031 - INVESTIGACIÓ DE MERCATS

Informació general

- Curs acadèmic 2024/25
- Curs: Tercer
- Trimestre: Tercer
- Nombre de crèdits: 6
- Professorat:
 - Roberto Dopeso Fernández <rdopeso@tecnocampus.cat>

Llengües de docència

- Anglès

Consulta els horaris dels diferents grups per saber l'idioma d'impartició de classes. Tot i que el material pot estar en qualsevol dels tres idiomes.

Presentació de l'assignatura

Planificació i desenvolupament d'un procés d'investigació de mercats. Conèixer quins són els principals mètodes d'investigació de mercats a nivell quantitatiu i qualitatiu. Utilitzar els coneixements adquirits per tenir capacitat de planificar, organitzar, realitzar i presentar un projecte d'investigació de mercat en l'àmbit empresarial, incloent el disseny de la recerca i les fonts de dades. Procediments de pla de mostreig, recol·lecció de dades, anàlisi de dades i elaboració d'informes. Utilitzar el resultat obtingut per a que siguin de guia en la presa de decisions dins de l'àmbit empresarial.

Competències/Resultats d'aprenentatge

Bàsica

- B1_ Que els estudiants hagin demostrat tenir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que pertanyi de la base de l'educació secundària general, i es sol trobar a un nivell que, si bé té suport en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de la vanguardia del seu camp d'estudi
- B5_ Que els estudiants hagin desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia

Específica

- E4_ Convertir un problema "empíric" en un projecte d'investigació i elaborar conclusions

General

- G3_Ser capaç d'innovar desenvolupant una actitud oberta davant del canvi i estar disposats a reavaluar els vells models mentals que limiten el pensament
- G4_Integrar els valors de justícia social, d'igualtat entre homes i dones, la igualtat d'oportunitats per a tots i especialment per a les persones amb discapacitat, de manera que els estudis d'Administració d'Empreses i Gestió de la Innovació contribueixin a formar ciutadans i ciutadanes per a una societat justa, democràtica i que es basa en la cultura del diàleg i de la pau
- G2_Ser capaç de generar idees i solucionar problemes, tant de manera individual com col·lectiva

Transversal

- T1_Comunicar amb propietat de forma oral i escrita en les dues llengües oficials a Catalunya
- T2_Mostrar disposició per conèixer noves cultures, experimentar noves metodologies i fomentar l'intercanvi internacional
- T3_Formular raonaments crítics i ben argumentats, emprant per a això terminologia precisa, recursos especialitzats i documentació que avali aquests arguments
- T4_Mostrar habilitats emprenedores de lideratge i direcció, que reforcin la confiança personal i redueixin la por al risc
- T5_Dominar les eines informàtiques i les seves principals aplicacions per a l'activitat acadèmica i professional ordinària
- T6_Desenvolupar tasques de manera autònoma amb una correcta organització i temporalització del treball acadèmic
- T7_Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere per dissenyar sol·lucions.

No definides

Continguts

1. Introducció a la Investigació de Mercats
 1. Investigació Màrqueting: el concepte
 2. Sistema de màrqueting i la investigació de mercats
 3. Classificació d'investigació de mercats
 4. Procés de investigació de mercats
2. Disseny de la investigació
 1. Definició del problema
 2. Enfocament de la recerca
 3. Disseny de la recerca
 1. Components
 2. Tipus de disseny de recerca
 3. Reptes Associats
3. Mètodes de Recollida de Dades
 1. Tipus de Dades
 2. Dades Secundàries
 3. Dades Primàries
 1. La mostra: disseny i procediments
 1. Pla de mostreig
 2. Tècniques de mostreig
 3. Mida de la mostra
 2. Dades primàries quantitatives: mètodes
 1. L'enquesta
 2. El mètode observacional
 3. Experiments
 4. Disseny del qüestionari
 5. Introducció al MatchForm
 3. Dades primàries qualitatives: mètodes
 1. Grup Focals
 2. Entrevistes en profunditat
 3. Tècniques indirectes
4. Anàlisi de dades i presentació dels resultats
 1. Preparació de les dades
 2. Anàlisi de dades quantitatives
 3. Anàlisi de dades qualitatives
 4. Presentació de les dades

Objectius de Desenvolupament Sostenible

-

- 05 - Igualtat de gènere
- 08 - Treball digne i creixement econòmic
- 10 - Reducció de les desigualtats
- 04 - Educació de qualitat
- 09 - Indústria, Innovació i Infraestructures

Sistema d'avaluació i qualificació

- *Examen*: 40% (SE4). **Cal obtenir una nota igual o superior a 5 per superar el curs.**
- *Projecte*: 40% (SE2 - SE3).
- *Avaluació contínua*: 20% (SE1 - SE2 - SE3). **Inclou: tests de lectures, participació en debats, exercicis i casos d'estudi, i altres activitats proposades.**

Al període de recuperació (dia, hora i aula: TBA) **només es podrà recuperar la part de la nota de l'examen**. Un/a alumne/a que no s'hagi presentat a la primera convocatòria, NO pot presentar-se a recuperació. El 60% de la nota (projecte i avaluació contínua) NO és recuperable (excepte en casos excepcionals i degudament justificats es podrà recuperar la nota del projecte).

En cap cas l'estudiantat pot rebre ajuda de tercers per cap activitat d'avaluació del curs; i en cas de produir-se el/la estudiant perdra? tot el dret a continuar amb les avaluacions que quedin de l'assignatura. En cas de no comprensió de la resolució? qualsevol activitat de l'avaluació?, es podrà citar a el/la estudiant posteriorment i realitzar-li un examen oral sobre aquella l'activitat d'avaluació?. Aquelles quèestions que no es sapiguen justificar es poden penalitzar en la nota final.

() Llegenda:

- SE1. Participació a les activitats plantejades dins l'aula
- E2. Treballs individuals i/o en grup
- SE3. Exposicions
- SE4. Examen final