



Adenda Guía docente de la asignatura (2º Cuatrimestre 2019-2020)			
Asignatura	Fundamentos de Investigación de Mercados		
Materia	Comercialización e Investigación de Mercados		
Módulo	---		
Titulación	Grado en Marketing e Investigación de Mercados		
Plan	467	Código	45607
Periodo de impartición	Semestral	Tipo/Carácter	OB: Obligatoria
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	2º
Créditos ECTS	6		
Lengua en que se imparte	Castellano		
Profesor/es responsable/s	Ana Mª Gutiérrez Arranz Víctor Temprano García		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	E-mail: <a href="mailto:ana.gutierrez.arranz@uva.es">ana.gutierrez.arranz@uva.es</a> ; <a href="mailto:victor.temprano@uva.es">victor.temprano@uva.es</a> Teléfono: 983423413; 983184569		
Departamento	Organización de Empresas y Comercialización e Investigación de Mercados		

#### 4. Contenidos y/o bloques temáticos (SOLO SI HAY MODIFICACIÓN POR EL ESTADO DE ALARMA)

##### Bloque X: "Nombre del Bloque"

Carga de trabajo en créditos ECTS: 

##### c. Contenidos

##### d. Métodos docentes

##### e. Plan de trabajo

##### f. Evaluación

Un examen a desarrollar a través del Campus Virtual al final del semestre, que permita evaluar los conocimientos del alumno sobre los diversos contenidos de este bloque y su capacidad para utilizarlos de forma aplicada. El examen constará de:

- Preguntas objetivas de tipo test.
- Problemas y preguntas de desarrollo escrito con aplicación práctica.

Los proyectos, trabajos, resolución de problemas o casos que, en relación con los contenidos de este bloque y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor). El seguimiento de los trabajos y actividades será continuo a lo largo del curso y recibirá la calificación al final del semestre.

**j. Temporalización**

CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO

*Añada tantos bloques temáticos como considere.*

**5. Métodos docentes y principios metodológicos desde el 13.03.2020**

Para la impartición de la asignatura se combinarán los siguientes métodos docentes:

- Clases magistrales virtuales, a través de la plataforma Cisco Webex Meetings, en las que se impartirán los conocimientos teóricos básicos y las indicaciones necesarias para el estudio de la asignatura. Alojamiento en el Campus Virtual de material adicional adaptado a la docencia en entornos virtuales.
- Resolución de problemas y de pequeños casos para la aplicación práctica de los contenidos básicos previamente revisados y que deberán ser conocidos por el alumno.
- Desarrollo de proyectos y trabajos para que el alumno afiance y amplíe sus capacidades, en los que se han de realizar diferentes etapas o tareas de un estudio de mercado.
- Uso de correo electrónico como medio de comunicación para la resolución de dudas.

**6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura desde el 13.03.2020**

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	16	Clases y tutorías virtuales	12
Clases prácticas de aula y tutorías grupales	4	Clases prácticas y tutorías grupales virtuales	10
		Estudio y trabajo autónomo individual	88
		Estudio y trabajo autónomo grupal	16
		Evaluación	4
Total presencial	20	Total no presencial	130

**7. Sistema y características de la evaluación**

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
<p>Un examen a desarrollar a través del Campus Virtual al final del semestre, que permita evaluar los conocimientos del alumno sobre los diversos contenidos de la asignatura y su capacidad para utilizarlos de forma aplicada. El examen constará de:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Preguntas objetivas de tipo test.</li></ul>	40%	<p>La prueba consistirá en preguntas objetivas de tipo test, en la que se incluirán preguntas que supongan la resolución de problemas o cuestiones con aplicación práctica.</p> <p>Tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria, para que el estudiante sea evaluado, deberá presentarse al examen final en caso contrario será calificado como "No presentado".</p>
<p>Los proyectos, trabajos, resolución de problemas o casos que, para los distintos bloques temáticos y a propuesta del profesor, lleve a cabo el alumno, sea de forma individual o en grupo (según indicación del profesor).</p> <p>Además de la utilización y aplicación de los contenidos de la asignatura se valorarán también las competencias y habilidades en: la búsqueda, análisis y selección de información, la capacidad de comunicación oral y escrita, el trabajo en equipo y la participación.</p>	30%	<p>De este 30%, 1 punto corresponderá a las dos pruebas parciales e individuales (0,5 puntos cada uno) a realizar a través del Campus Virtual.</p> <p>Los 2 puntos restantes, corresponderán a tareas relacionadas con los distintos bloques temáticos, a realizar de forma individual o grupal, según especifique el profesor.</p> <p>El seguimiento de los trabajos y actividades será continuo a lo largo del curso y recibirá la calificación al final del semestre.</p> <p>La calificación obtenida en esta parte en la convocatoria ordinaria se conservará para la convocatoria extraordinaria.</p>
Trabajo de un caso práctico en equipo.	30%	<p>La realización y seguimiento del caso práctico en equipo será continua.</p> <p>La calificación obtenida en esta parte en la convocatoria ordinaria se conservará para la convocatoria extraordinaria.</p>



#### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
  - Se aplicará la ponderación y los criterios definidos en la tabla anterior.  
Calificación global final = 40% Examen teórico/práctico + 60% Evaluación continua.
- **Convocatoria extraordinaria:**
  - El alumno puede elegir la más favorable de estas dos formas de calificación:
    - La nota en la asignatura se obtiene íntegramente a partir de la nota del examen.
    - La nota final se obtiene como se describe en la tabla anterior, es decir, el 40% de la nota corresponde al examen y el 60% restante se obtiene de la evaluación continua.

#### 8. Consideraciones finales

