



COLEGIO UNIVERSITARIO CARDENAL CISNEROS

ADSCRITO A LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN
Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

CURSO 5º

**MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN
COMERCIAL II
PROGRAMA**

CURSO 2009-2010

CÓDIGOS DE ASIGNATURA: 659

I. ANÁLISIS Y TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

1. CODIFICACIÓN Y TABULACIÓN DE ENCUESTAS

- ✓ La codificación de cuestionarios.
- ✓ La revisión de cuestionarios.
- ✓ El paso de la información a soporte informático.
- ✓ Depuración de errores.
- ✓ La tabulación de encuestas.
- ✓ Ejercicio práctico.

2. ANÁLISIS DE TABLAS ESTADÍSTICAS

- ✓ Tablas de frecuencias.
- ✓ Tablas de porcentajes.
- ✓ Tablas cruzadas de dos y tres variables.
- ✓ Ejercicio práctico.

3. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

- ✓ Introducción a la contrastación de hipótesis.
- ✓ El proceso de contrastación.
- ✓ Contrastes para proporciones.
- ✓ Contrastes para medias.
- ✓ Ejercicios prácticos.

4. ANÁLISIS MULTIVARIANTE DE LA INFORMACIÓN

- ✓ Introducción al Análisis Multivariante.
- ✓ Métodos de dependencia.
- ✓ Métodos de interdependencia.
- ✓ Aplicaciones en el ámbito del marketing.

5. LA SEGMENTACIÓN

- ✓ El concepto de segmentación.
- ✓ El proceso de segmentación de mercados.
- ✓ La segmentación como proceso estadístico.
- ✓ Ejemplo de segmentación.

6. LA TIPOLOGÍA

- ✓ El concepto de tipología.
- ✓ El proceso de agrupación tipológica.
- ✓ Diferencias entre segmentación y tipología.
- ✓ Ejemplo de tipología.

II. APLICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

7. EL TEST DE CONCEPTO Y EL TEST DE NOMBRE

- ✓ Introducción al test de concepto.
- ✓ La realización del test de concepto.
- ✓ Introducción al test de nombre.
- ✓ La realización del test de nombre.
- ✓ Ejemplo de test de nombre.

8. EL TEST DE PRODUCTO

- ✓ Introducción al test de producto.
- ✓ El test de envase y el test de concepto.
- ✓ Clasificación de los tests de producto.
- ✓ La realización del test de producto.
- ✓ Ejemplo de test de producto.

9. LA INVESTIGACIÓN DE LA IMAGEN

- ✓ Concepto y elementos de la imagen.
- ✓ Técnicas empleadas en la investigación de la imagen.
- ✓ Aplicaciones del análisis multivariante en la investigación de la imagen.
- ✓ El método EPI.
- ✓ Ejemplo de determinación de la imagen.

10. PRE-TEST Y POST-TEST PUBLICITARIOS

- ✓ Conceptos y objetivos del pretest publicitario.
- ✓ Clasificación de los pretests publicitarios.
- ✓ Concepto y objetivos del posttest publicitario.
- ✓ Tipos de posttests publicitarios.
- ✓ La realización de pretests y posttests publicitarios.

11. EL INFORME Y EL MARCO ÉTICO E INSTITUCIONAL DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

- ✓ Contenido y redacción del informe de investigación.
- ✓ La presentación personal del informe.
- ✓ La ética en la investigación comercial.

- ✓ Los códigos de ética.
- ✓ Las asociaciones nacionales e internacionales.

BIBLIOGRAFIA

Básica:

.- Miquel, S.; Bigné, E.; Lévy, J.-P.; Cuenca, A. C. y Miquel, M^a J. (1996): "Investigación de Mercados", Editorial MacGraw-Hill, Madrid.

Complementaria:

.- Bello Acebrón, L.; Vázquez Casielles, R. y Trespalacios Gutiérrez, J. A. (1993): "Investigación de Mercados y Estrategia de Marketing", Editorial Civitas, Madrid.

.- Díez de Castro, E. y Landa Percebal, J. (1991): "Investigación en Marketing", Editorial Civitas, Madrid.

.- Kinnear, T. C. y Taylor, J. R. (1993): "Investigación de Mercados: Un enfoque aplicado" (4^a Ed.). Editorial MacGraw-Hill Interamericana, Bogotá.

.- Zikmund, W. G. (1991): "Exploring Marketing Research" (4^a Ed.), Dryden Press Orlando, Florida..