

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un reparto del trabajo de la asignatura a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Eventos (5 puntos)	Actividades (5 puntos)
Semana 1	Tema 1. ¿Qué es la investigación de mercados? 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. Naturaleza y concepto 1.3. Papel en el marketing 1.4. La investigación de mercados en el s. XXI 1.5. Principales compañías de investigación 1.6. Aspectos éticos y deontológicos	Asistencia a 2 sesiones presenciales virtuales a elegir (1 punto cada una). Test tema 1 (1 punto)	Trabajo: Investigación comercial antes del lanzamiento de una acción promocional (primera entrega) (1 puntos)
Semana 2	Tema 2. Diseño y planificación de la investigación 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Proceso de planificación de la investigación 2.3. Tipos de diseños	Test tema 2 (1 punto)	Trabajo: Investigación comercial antes del lanzamiento de una acción promocional (segunda entrega) (2 puntos)
Semana 3	Tema 3. Fuentes de información 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Tipos de fuentes de información 3.3. Fuentes secundarias frente a fuentes primarias 3.4. Selección del tipo de fuente 3.5. Fuentes secundarias: clasificación y criterios de evaluación 3.6. Fuentes secundarias y el siglo XXI	Test tema 3 (1 punto)	Trabajo: Investigación comercial antes del lanzamiento de una acción promocional (tercera entrega) (2 puntos)
Semana 4	Publicación de notas		