

**FICHA DE ASIGNATURA**

**Título:** Investigación Cualitativa

**Descripción:**

La presente asignatura pretende profundizar la materia relacionada con la investigación comercial, pero enfocada al análisis del consumidor a través de estudios cualitativos. Para ello, se detallarán las principales técnicas de investigación cualitativa más comúnmente utilizadas en el ámbito empresarial y científico, de tal forma que le aporte al alumno los conocimientos clave para poder desarrollar investigación enfocadas a dicho análisis de consumo.

**Carácter:**Optativa

**Créditos ECTS:** 6

**Contextualización:**

- Uso de las diferentes técnicas cualitativas de investigación de mercados.
- Expresión a través del trabajo de campo de las técnicas.
- Desarrollo de informes de carácter cualitativo.

**Modalidad:***Online*

**Temario:**

- La entrevista.
- La dinámica de grupos.
- Técnicas de proyectividad.
- Técnicas de creatividad.
- Otras técnicas cualitativas.

**Competencias:**

- CE: Conocer las técnicas y modelos existentes en lo relativo a la investigación cualitativa, así como la generación de informes de enfoque comercial y/o de estudios de mercado.

**Actividades Formativas:**

<b>Actividad Formativa</b>	<b>Horas</b>	<b>Presencialidad</b>
Clases expositivas	15	100%
Clases prácticas	20	100%
Trabajo autónomo	100	0%
Tutorías	13	100%
Pruebas	2	100%

**Metodologías docentes:**

Lección magistral participativa	El estudiante interviene, complementando o dando <i>feedback</i> a la exposición del profesor.
Estudio de casos / Resolución de problemas	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.
Trabajo Cooperativo	El trabajo en grupo se convierte en la herramienta para trabajar en grupos de discusión, grupos focales, debates, coloquios o foros.
Seguimiento	El profesor realiza tareas de orientación y seguimiento al alumnado
Revisión bibliográfica	El estudiante resuelve cuestiones que se plantean y que tienen como base una situación concreta planteada por el profesor.

**Sistema de Evaluación:**

Sistemas de evaluación	Ponderación mínima	Ponderación máxima
Evaluación del Portafolio	40	60
Evaluación de la prueba	40	60

**Normativa específica:**

No se han establecido requisitos previos para esta asignatura.

**Bibliografía:**

Esteban, I., & Fernández, E. (2017). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. ESIC Editorial.