1. DATOS BÁSICOS

Asignatura/Módulo	Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor
Titulación	Máster Universitario en Marketing
Facultad/Escuela	Facultad de Ciencias Sociales
Curso	1º
Créditos (ECTS)	6 ECTS
Carácter	OB
Idioma/s	Español
Modalidad	Presencial
Semestre	S1
Curso académico	2025-2026
Docente coordinador	

2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA/MÓDULO

Esta asignatura te permitirá comprender en profundidad cómo se investiga el mercado y cómo se comportan los consumidores. Aprenderás a diseñar estudios cuantitativos y cualitativos, aplicar técnicas como entrevistas, encuestas y análisis predictivos, y traducir los datos en decisiones estratégicas. El objetivo es que desarrolles una mirada analítica y rigurosa para entender qué mueve al consumidor y cómo anticiparte a sus necesidades.

Además, explorarás el impacto de la neurociencia en el marketing, utilizando herramientas como el *eye-tracking* o el *facial coding* para analizar el comportamiento del consumidor. Todo ello desde una perspectiva ética y legal, que te preparará para aplicar estas técnicas con responsabilidad. Al finalizar, estarás capacitado para generar *insights* valiosos que impulsen la innovación y la eficacia en cualquier estrategia de marketing.

3. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON01. Describir los principios de segmentación de mercado y posicionamiento siguiendo la estrategia STP (Segmentación, Focalización y Posicionamiento).

CON03. Estudiar las técnicas de persuasión y cierre de ventas.

CON04. Analizar el impacto económico y social del turismo.

Conocimientos específicos de la materia:

- Explicar cómo las estructuras cerebrales influyen en las decisiones de compra.
- Reconocer las ventajas y limitaciones de cada herramienta para su mejor utilización.

Habilidades:

HAB01. Desarrollar estrategias de marketing basadas en análisis de mercado.

HAB03. Aplicar técnicas de neuromarketing en la investigación de mercado.

HAB06. Crear experiencias memorables para los turistas.

HAB08. Redactar un trabajo académico coherente y estructurado, siguiendo todas las normas establecidas.

Habilidades específicas de la materia:

- Analizar las respuestas emocionales de los consumidores, a través de técnicas de EEG o el Eye tracking.
- Desarrollar planes de marketing basados en el conocimiento profundo del comportamiento del consumidor.
- Analizar cómo nuestro cerebro procesa y usa la información obtenida en las investigaciones neurocientíficas realizadas.
- Evaluar las implicaciones éticas de la aplicación de técnicas de neuromarketing.

Competencias:

CP03. Diseñar y ejecutar investigaciones de mercado.

CP04. Trabajar con las fuentes de datos, las metodologías y las técnicas de investigación científica y de la neurociencia aplicada al marketing.

CP11.Interpretar resultados obtenidos a través de herramientas de Neuromarketing para mejorar la comprensión del comportamiento del consumidor.

4. CONTENIDOS

A continuación, se indican los contenidos de la asignatura/módulo:

- Tema 1. Fundamentos de la investigación de mercados. Principales enfoques y fases del proceso de investigación. Diseño de estudios cuantitativos y cualitativos. Aplicaciones al análisis del consumidor.
- Tema 2. Técnicas cualitativas y cuantitativas aplicadas al marketing. Entrevistas en profundidad, focus group, encuestas, observación, análisis multivariante y modelos predictivos.
- Tema 3. Comportamiento del consumidor: modelos, procesos y factores de influencia. Procesos de decisión de compra, percepción, aprendizaje, motivación, actitudes y variables personales, sociales y culturales.
- Tema 4. Neuromarketing y neurociencia aplicada al consumidor. Introducción al neuromarketing. Aplicaciones prácticas para comprender la toma de decisiones subconscientes y respuestas emocionales.
- Tema 5. Herramientas neurocientíficas para el análisis del comportamiento del consumidor. Uso del EEG, MEG, Eye-tracking, GSR y Facial Coding. Integración de datos neurobiológicos en la investigación de marketing.
- Tema 6. Ética y legalidad en la investigación del consumidor. Consideraciones éticas y marco legal en la aplicación de técnicas de investigación, con especial atención al tratamiento de datos sensibles en estudios neurocientíficos.

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se desarrollarán a lo largo de la asignatura/módulo:

- Clase magistral
- Método del caso
- Aprendizaje cooperativo
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje basado en enseñanzas de taller/laboratorio
- Entornos de simulación

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se detallan los tipos de actividades formativas previstas, incluyendo la dedicación en horas que se espera por parte del estudiante para cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales	8
Seminarios de aplicación práctica	22
Análisis de casos	13
Resolución de problemas	20
Elaboración de informes y escritos	4
Actividades en talleres y/o laboratorios	5
Trabajo autónomo	56
Debates y coloquios	8
Tutoría académica	12
Pruebas de evaluación presenciales	2
TOTAL	**150**

7. EVALUACIÓN CONTINUA

Cada actividad formativa evaluable constituye una oportunidad para el estudiante para progresar, recibir feedback y consolidar conocimientos, habilidades y competencias. Los Resultados de Aprendizaje, recogidos en esta guía, orientan este proceso y actúan como referentes para su consecución.

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación final de la asignatura/módulo:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso (%)
Pruebas de evaluación presenciales	50-60%
Caso/problema	20-30%
Informes y escritos	5-10%
Cuaderno de prácticas de laboratorio/taller	10-15%

En el Campus Virtual, al acceder a la asignatura/módulo correspondiente, se puede consultar en detalle la información relativa a los sistemas de evaluación, incluyendo las fechas de entrega y los procedimientos aplicables a cada uno de ellos.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura/módulo en convocatoria ordinaria, el estudiante deberá obtener una calificación mayor o igual a 5,0 (sobre 10), en todos los sistemas de evaluación propuestos en esta guía. La calificación final se calculará a partir de la media ponderada de todos los sistemas de evaluación descritos.

Si en alguno de los sistemas de evaluación, propuestos en la presente guía, se obtuviese una nota inferior a 5,0 (sobre 10), la calificación final de la asignatura/módulo sería "suspenso" aunque, en el resultado de la media ponderada se obtuviese un valor superior a 5,0 (sobre 10). En este último caso, la asignatura/módulo, seguiría estando "suspensa" obteniendo una calificación final de la asignatura/módulo de 4,0 (sobre 10).

Entrega de actividades

El cumplimiento de los plazos de entrega es esencial para garantizar la equidad y la planificación del proceso formativo.

En caso de no entregar una actividad formativa evaluable en tiempo y forma, y sin justificación previa, esta no será evaluada y, por tanto, constará como "no presentado".

Se anima al estudiante a comunicar con antelación suficiente al docente de la asignatura/módulo, cualquier dificultad que pueda afectar a su participación en cualquier actividad.

Asistencia

La participación activa en las sesiones formativas es un componente clave del aprendizaje. Para superar la asignatura/módulo, se requiere acreditar al menos un 50 % de asistencia. En caso de no alcanzarse este porcentaje mínimo, el docente podrá considerar la asignatura/módulo como "suspenso", conforme al reglamento de evaluación de la Universidad Europea de Andalucía.

7.2. Convocatoria extraordinaria

La convocatoria extraordinaria ofrece una nueva oportunidad al estudiante para evidenciar su aprendizaje. Para superarla, será necesario obtener una calificación final (media ponderada) igual o superior a 5,0 sobre 10,0).

Entrega de actividades

El estudiante deberá presentar y superar aquellas actividades formativas obligatorias no entregadas o no superadas en la convocatoria ordinaria, respetando los nuevos plazos establecidos. En el caso de incumplimiento de estos nuevos plazos de entrega, supondrá la no evaluación de la actividad y, por tanto, constará como "no presentado".

8. CRONOGRAMA

En este apartado se presenta el cronograma con las fechas de entrega de las actividades formativas evaluables de la asignatura/módulo:

Actividad formativa evaluable	Fecha
Actividad 1	Noviembre
Actividad 2	Diciembre
Actividad 3	Enero-Febrero
Prueba de evaluación presencial	Marzo

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. REFERENCIAS

Las referencias bibliográficas, tanto específicas como complementarias correspondientes a cada módulo, serán proporcionadas por el docente coordinador del módulo y la dirección del Máster Universitario al inicio del periodo lectivo.

10. ÁREA DE ORIENTACIÓN, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde el Área de Orientación, Diversidad e Inclusión (ODI) se ofrece acompañamiento a los estudiantes a lo largo de su trayectoria universitaria, con el propósito de facilitar su desarrollo académico y personal, y apoyarles en el logro de sus metas. Esta Área centra su labor en tres pilares fundamentales: la inclusión de estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, la promoción de la accesibilidad universal en la comunidad educativa y la garantía de igualdad de oportunidades para todos.

Entre los servicios que se ofrecen, se encuentran:

- **Acompañamiento y seguimiento académico**, a través de la realización de asesorías y la elaboración de planes personalizados dirigidos a quienes requieren mejorar su rendimiento académico.
- **Atención a la diversidad**, mediante la implementación de ajustes curriculares no significativos -en aspectos metodológicos y de evaluación- para estudiantes con necesidades específicas de apoyo educativo, con el fin de garantizar la equidad de oportunidades.
- **Recursos formativos extracurriculares**, orientados al desarrollo de competencias personales y profesionales que contribuyan al crecimiento integral de los estudiantes.
- **Orientación vocacional**, mediante la provisión de herramientas y asesoramiento a quienes tengan inquietudes sobre su elección de titulación o estén considerando un cambio en su trayectoria formativa.

Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden contactar con el Área a través del siguiente correo electrónico: orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

Participar en las encuestas de satisfacción es una oportunidad enriquecedora para contribuir a la mejora continua de la titulación, así como de la institución. Gracias a ellas, es posible identificar qué aspectos académicos, del equipo docente y del proceso de enseñanza-aprendizaje están funcionando bien y cuáles pueden seguir mejorándose.

Con el objetivo de fomentar una participación activa en la cumplimentación de encuestas entre los estudiantes, se han puesto en marcha distintas vías de difusión. Las encuestas están disponibles en el espacio habilitado en el Campus Virtual y también se envían por correo electrónico para facilitar el acceso.

Las respuestas recogidas permiten la toma de decisiones que impactan directamente en la calidad de la experiencia formativa y en el día a día de la comunidad universitaria.