



Guía Docente

***METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN
CIENTÍFICA***

***MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN COMERCIAL
(OGC)***

Curso 2016-2017

Profesor/es	Carmelo Mercado Idoeta (Coordinador)
Tipo	OB Obligatoria
Idioma en el que se imparte:	ESPAÑOL
Nº de Créditos:	2
Bloque	SEGUNDO SEMESTRE

Área de POSTGRADO

ÍNDICE

1. DATOS DEL PROFESORADO:	3
2. DESCRIPCIÓN DE LA MATERIA:	3
3. OBJETIVOS DE LA MATERIA:	3
4. COMPETENCIAS:	4
5. METODOLOGÍA:	4
6. SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE LAS COMPETENCIAS Y SISTEMA DE CALIFICACIONES:	5
B. PROGRAMA DESARROLLADO	6
8. RELACIÓN ENTRE TEMARIO Y COMPETENCIAS:	6
9. FUENTES DE INFORMACIÓN RECOMENDADA:	8
A. MATERIAL DE APOYO A LA DOCENCIA: BIBLIOGRAFÍA BÁSICA .	8
B. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:	8

1. Datos del Profesorado:

Carmelo Mercado Idoeta. (Coordinador)

Doctor por la UCM. Acreditado ANECA

Profesor a tiempo parcial

Carmelo.mercado@esic.edu

Tutorías: Previa solicitud de cita por parte del alumno/a por correo electrónico.

Sala: 3.1 de área de posgrado

2. Descripción de la Materia:

Contenidos:

- El Método Científico
- Planteamiento y diseño de una Tesis Doctoral
- Métodos de Investigación Científica
- Proceso de Investigación Científica
- Objetivos de la investigación
- Justificación y tipos de Investigación Científica
- Marco de referencia
- Planteamiento de Hipótesis
- Diseño de la Investigación, población, muestra y datos
- Cronograma y presupuesto
- Propuesta e informe final
- Referencias Bibliográficas - Manual de Estilo APA 6ª Ed
- Difusión de la Investigación

3. Objetivos de la Materia:

- Familiarizar al alumno con los conceptos de la investigación científica
- Comprender el método científico y su proceso de desarrollo
- Favorecer las actitudes y capacidades inherentes a un trabajo de carácter científico
- Familiarizar al alumno con la realización de una Tesis Doctoral
- Conocer y aprender a utilizar técnicas e instrumentos de la investigación científica

MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN COMERCIAL

Materia: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

- Adquirir habilidades en la resolución de problemas en el ámbito científico

Resultados de aprendizaje

- Plantear, diseñar y planificar una investigación científica

4. Competencias:

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES	INTENSIDAD			
	1	2	3	4
CB06: Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación			X	
CB8: Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios				X
CB9: Que los estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades				X
CB10: Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida auto-dirigido o autónomo				X
CG02: Capacidad de realizar un análisis crítico y la evaluación y síntesis de mensajes nuevos y complejos en los ámbitos del Marketing y la Gestión Comercial				X

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS	INTENSIDAD			
	1	2	3	4
CE01: Ser capaces de diseñar una estrategia de marketing para la empresa a partir del análisis estratégico de información sobre el mercado en un contexto de competencia.			X	

1: POCO INTENSA

4: MUY INTENSA

CG: Básicas y generales

CE: Específicas

5. Metodología:

M01-Clases Magistrales que fomentan la discusión oral y escrita de los problemas planteados propios de cada módulo.

MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN COMERCIAL

Materia: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

M02-Casos de estudio con resolución en grupo, que fomentan la discusión oral y escrita de los problemas de la empresa y su entorno. Aprendizaje a través del método del "caso". Aprendizaje a través del trabajo en grupo.

Actividades formativas:

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PRESENCIALIDAD
F01-Clases teóricas	75	80

ACTIVIDAD	RELACIÓN CON LOS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE	HORAS DE DEDICACIÓN DEL ALUMNO	
		EN EL AULA	FUERA DEL AULA
M01-Clases Magistrales que fomentan la discusión oral y escrita de los problemas planteados propios de cada módulo.	100%	30	
M02-Casos de estudio con resolución en grupo, que fomentan la discusión oral y escrita de los problemas de la empresa y su entorno. Aprendizaje a través del método del "caso". Aprendizaje a través del trabajo en grupo.	100%		45
Total		30	45

6. Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones:

E02-Resolución de casos individuales y grupales.
Ponderación 100%.

7. Programa de la materia:

a. Programa analítico

1. Métodos de Investigación Científica
2. Proceso de Investigación Científica
3. Difusión de la Investigación

b. Programa desarrollado

1. Métodos de Investigación Científica
2. Proceso de Investigación Científica
 - a. Objetivos de la investigación
 - b. Justificación y tipos de Investigación Científica
 - c. Marco de referencia
 - d. Formulación de Hipótesis
 - e. Diseño de la Investigación, población, muestra y datos
 - f. Cronograma y presupuesto
 - g. Propuesta e informe final
 - h. Referencias Bibliográficas - Manual de Estilo APA 6ª Ed
3. Difusión de la Investigación

4. Relación entre Temario y Competencias:

PROGRAMA ANALÍTICO	COMPETENCIAS
Métodos de Investigación Científica	CG:/CB/CT: CG02, CB6, CB8, CB9, CB10 CE: CE01
Proceso de Investigación	CG:/CB/CT: CG02, CB6, CB8, CB9, CB10

MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN COMERCIAL

Materia: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Científica	CE: CE01
Difusión de la Investigación	CG:/CB/CT: CG02, CB6, CB8, CB9, CB10 CE: CE01

5. Fuentes de información recomendada:

a. Material de apoyo a la docencia: Bibliografía Básica

Mercado, C., Rivero, L. y Samino; R. (2014), Métodos de investigación. OMM PRESS Empresa

b. Bibliografía complementaria:

Título	Manual para investigadores y doctorandos en ciencias sociales
Autor	Mario Martínez Tercero
Editorial	Business & Economics
Título	Metodología de la Investigación. Curso general y aplicado.
Autor	Lizardo Carvajal
Editorial	Kindle Edition

c. BiblioWeb:

Metodología de la Investigación. Oct 19, 2016 Obtenido de Explorable.com:
<https://explorable.com/es/metodologia-de-la-investigacion>

Nota Informativa: Los libros u otras documentaciones que aparezcan en **Bibliografía Básica**, y que sean necesarias en Aula para un adecuado seguimiento de la materia, se indicarán expresamente en dicho apartado, y siguiendo la Política de Documentación de la Escuela, el alumno podrá acceder a ellos en las Bibliotecas y/o Venta de Libros de la Escuela, siempre y cuando existan estos servicios en el Campus.

Se recuerda que la compra de libros para seguir las materias tendrá siempre un carácter voluntario para el alumno, y en ningún caso un carácter obligatorio.

Se indicará de cada libro o documentación: Título, Autor/es, Año de Publicación y Editorial, y si es posible, nº ISBN.

MASTER UNIVERSITARIO EN GESTIÓN COMERCIAL

Materia: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

Nota Informativa: Los libros u otras documentaciones que aparezcan en **Bibliografía Básica**, y que sean necesarias en Aula para un adecuado seguimiento de la materia, se indicarán expresamente en dicho apartado, y siguiendo la Política de Documentación de la Escuela, el alumno podrá acceder a ellos en las Bibliotecas y/o Venta de Libros de la Escuela, siempre y cuando existan estos servicios en el Campus.

Se recuerda que la compra de libros para seguir las materias tendrá siempre un carácter voluntario para el alumno, y en ningún caso un carácter obligatorio.

Se indicará de cada libro o documentación: Título, Autor/es, Año de Publicación y Editorial, y si es posible, nº ISBN.