



Certificado de estudios de mercado de MRS

Plan de estudios y directrices de evaluación

Octubre del 2019

Market Research Society (MRS) es una institución profesional del Reino Unido que se dedica a la investigación, la generación de datos relevantes y la ejecución de análisis. Contamos con 5000 miembros individuales y más de 500 socios empresariales acreditados en más de 50 países, quienes se comprometen a ofrecer datos relevadores de interés. Como ente regulador, promovemos los estándares profesionales más altos en todo el sector a través del Código de conducta de MRS.

Plan de estudios y directrices de evaluación de la certificación de MRS
Octubre del 2019

© The Market Research Society 2019



MRS
The Old Trading
House 15 Northburgh
Street London EC1V
0JR

Teléfono: +44 (0)20 7566 1805

Fax: +44 (0)20 7490 0608

Correo electrónico:

profdevelopment@mrs.org.uk Sitio

web: www.mrs.org.uk

Compañía limitada por garantía. Registrada en Inglaterra con el n.º 518686. Domicilio social como el anterior.

Certificado de estudios de mercado de MRS
Plan de estudios y directrices de evaluación (octubre del 2019)

Contenido

1. Introducción	4
2. Estructura y objetivos del Certificado de MRS.....	4
a) Requisitos de admisión	4
b) Requisitos de titulación	4
c) Programas de aprendizaje aprobados	4
d) Examen para la obtención del certificado.....	5
3. Plan de estudios.....	6
4. Lectura.....	8
a) Texto recomendado.....	8
b) Textos adicionales.....	8
c) Códigos, pautas y legislación	9

1. Introducción

Este documento contiene detalles del plan de estudios, el programa de aprendizaje y las especificaciones de evaluación para el Certificado de estudios de mercado de MRS (Certificado de MRS).

2. Estructura y objetivos del Certificado de MRS

El papel de los estudios sociales y de mercado es vital para orientar e impulsar la toma de decisiones eficaces tanto en el sector empresarial como en el público.

El Certificado de MRS se diseñó para personas que trabajan en una amplia gama de sectores y pueden tener que comprender y utilizar la investigación para su función. También resulta adecuado para los estudiantes de asignaturas relacionadas con el mundo empresarial, ya que les ayuda a comprender el papel de los estudios de mercado en las empresas.

El objetivo general de la formación es que los candidatos adquieran una comprensión básica de los principios en los que se basa el proceso de estudio de mercado, así como de las herramientas necesarias para llevar a cabo las principales tareas de investigación. Como tal, permite a los candidatos describir y analizar la práctica de los estudios de mercado a partir de la comprensión del problema de investigación y de los objetivos de cualquier programa de investigación asociado.

a) Requisitos de admisión

El Certificado de MRS está abierto a todas las personas que deseen participar.

Cabe señalar que el idioma utilizado en el programa de aprendizaje y en la evaluación es el inglés. Se estima que el nivel mínimo de inglés requerido para participar y completar con éxito el Certificado de MRS es equivalente al Nivel B2 del [Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas](#). Se recomienda a los candidatos que consideren si tienen el nivel de inglés adecuado antes de realizar el examen.

b) Requisitos de titulación

Los candidatos deben completar los siguientes componentes para obtener el Certificado de MRS.

- 1) Un programa de aprendizaje aprobado: **ya sea**
 - el Curso básico sobre estudio de mercado de MRS: aprendizaje en línea; **o**
 - un programa de aprendizaje interno aprobado por MRS.
- 2) El examen en línea para el Certificado de MRS.

c) Programas de aprendizaje aprobados

El curso básico sobre estudio de mercado de MRS

El Curso básico sobre estudio de mercado de MRS es un programa de aprendizaje en línea desarrollado por MRS. Se puede realizar como curso independiente o como una ruta de estudio para obtener el Certificado de estudios de mercado de MRS. Como se realiza en línea, permite a las personas estudiar para obtener el certificado dondequiera que se encuentren.

El Curso básico refleja fielmente la estructura del plan de estudios del Certificado de MRS. No obstante, los candidatos pueden encontrar información relativa a los distintos resultados del aprendizaje en más de una sección del curso.

El curso ofrece material de aprendizaje de base y recursos adicionales, incluidos enlaces a recursos externos pertinentes. Se anima a los candidatos a explorar todos los recursos antes de inscribirse

para la evaluación. Aunque el programa en línea se ha diseñado para proporcionar acceso a la información necesaria para completar el examen, también se anima a los candidatos a leer otros materiales y, en la sección final de esta guía, se ofrece una lista de textos recomendados y adicionales.

Se calcula que para completar el curso básico de MRS se necesitan unas 40 horas de aprendizaje guiado.

Para más información sobre el programa de aprendizaje en línea y el proceso de inscripción, visite el [sitio web de MRS](#).

Programas de aprendizaje internos aprobados

Los programas de aprendizaje internos aprobados son programas impartidos por organizaciones empresariales o instituciones educativas para su propio personal o estudiantes. Para obtener la aprobación, la organización/institución debe demostrar que ha diseñado e imparte un programa de aprendizaje que se ajusta a los resultados de aprendizaje y al contenido del Certificado de MRS.

Las organizaciones/instituciones que deseen obtener la aprobación para ofrecer el Certificado de MRS deben ponerse en contacto con el departamento de MRS Qualifications para obtener más información.

d) Examen para la obtención del certificado

El examen se realiza en línea con la orientación de MRS.

Consta de 40 preguntas de opción múltiple. Cada pregunta vale un punto. Para aprobar, los candidatos deben obtener una puntuación mínima de 21 puntos.

Los detalles sobre cómo inscribirse en el examen se facilitan a los candidatos cuando se inscriben en el programa en línea. Los candidatos que realicen el examen a través de un programa de aprendizaje interno aprobado recibirán los datos de inscripción a través de su organización/institución.

Requisitos de aprobación

Los candidatos reciben una calificación total (Distinguido, Notable, Aprobado o Desaprobado). La calificación total obtenida se calcula en función del número total de respuestas correctas obtenidas por el candidato en el examen de opción múltiple en línea:

Distinguido:	32-40
Notable:	24-31
Aprobado:	23-21
Desaprobado:	20-0

Candidatos desaprobados/aplazados

Un candidato que no ha cumplido los criterios de aprobación se califica como desaprobado.

- Para poder obtener el certificado, los candidatos desaprobados deberán volver a realizar el examen.
- Para poder obtener el certificado, los candidatos desaprobados pueden volver a presentarse un máximo de dos veces.

3. Plan de estudios

El Certificado de MRS se centra en el desarrollo de la comprensión de los principios clave y la práctica de la investigación en el “mundo real”, lo que permite a los candidatos debatir sobre cómo se recopilan y utilizan los datos para abordar problemas empresariales.

El plan de estudios del Certificado de MRS tiene dos componentes, a saber:

- Los **resultados del aprendizaje** definen lo que los candidatos deben ser capaces de hacer al final del programa de aprendizaje. Constituyen el marco para la evaluación del progreso y los logros de los candidatos.
- El **contenido** identifica algunos de los conocimientos que los candidatos necesitan para alcanzar los resultados. NOTA: Esta lista no es definitiva; *indica* algunas de las áreas de conocimiento clave que necesitan los candidatos.

Los resultados del aprendizaje y los contenidos se agrupan en 3 elementos:

- Elemento 1: Los fundamentos del estudio de mercado
- Elemento 2: Las herramientas utilizadas en los estudios de mercado
- Elemento 3: El trabajo con datos

El plan de estudios figura en la tabla de la página siguiente.

Plan de estudios del Certificado de MRS

Resultados del aprendizaje: Al finalizar el programa de aprendizaje, el candidato deberá ser capaz de describir	Contenido: Para lograr estos resultados, el candidato debe conocer...
Elemento 1: Los fundamentos del estudio de mercado	
<ol style="list-style-type: none"> 1. El rol de los estudios de mercado en las empresas 2. El rol de la legislación sobre protección de datos y el Código de conducta de MRS en el proceso de estudios de mercado 3. La relación entre el problema de negocio y los objetivos de la investigación 4. El rol y los requisitos de información clave para un informe de investigación y una propuesta de investigación 5. Las características principales de una serie limitada de diseños de investigación 	<ul style="list-style-type: none"> • Definiciones y categorías de los estudios de mercado • Por qué las empresas utilizan los estudios de mercado • La estructura de la industria de los estudios de mercado • El objetivo y los principios del Código de conducta de MRS • La finalidad, los principios y los principales ámbitos cubiertos por la Ley de Protección de la Información de 2018 • Cómo desarrollar objetivos de investigación adecuados • Las principales características de un informe de investigación • Las principales características de una propuesta de investigación • Los principales tipos de diseños de investigación y cómo se utilizan
Elemento 2: Las herramientas utilizadas en los estudios de mercado	
<ol style="list-style-type: none"> 6. Las principales características, ventajas y limitaciones de los tipos de datos más utilizados 7. Las características principales de una serie de técnicas de recopilación de datos 8. El rol y las características principales del muestreo en la investigación cuantitativa y cualitativa 9. Los principios y las características clave del diseño de cuestionarios 	<ul style="list-style-type: none"> • Las diferencias entre datos primarios y secundarios • Las diferencias entre datos cualitativos y cuantitativos • Datos secundarios: usos, fuentes y técnicas de recopilación y registro • Datos cualitativos: principales usos; principales técnicas de recopilación y registro; función y responsabilidad del moderador y del entrevistador • Datos cuantitativos: principales usos; principales técnicas de recopilación y registro; función del entrevistador • El rol del muestreo en la investigación de datos cuantitativos • Las características principales de los métodos de muestreo estándar • Los elementos clave de un plan de muestreo • Error y muestreo • Las características principales de los distintos tipos de preguntas • Los pasos clave en el proceso de diseño de un cuestionario
Elemento 3: El trabajo con datos	
<ol style="list-style-type: none"> 10. Los pasos clave para un análisis de datos eficaz 11. Las principales características de un 	<ul style="list-style-type: none"> • Los principios y requisitos éticos del análisis de datos en los estudios de mercado • Los elementos de un plan de análisis de datos

<p>informe eficaz sobre los resultados de los estudios de mercado</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las etapas del análisis de datos secundarios • Las etapas del análisis de datos cualitativos • Las etapas del análisis de datos cuantitativos • Los requisitos éticos que rigen la comunicación de hallazgos • Las consideraciones clave y las buenas prácticas en la comunicación de los hallazgos de la investigación
---	---

4. Lectura

El programa en línea del Curso básico de MRS y otros programas internos aprobados deberán proporcionar acceso a la información necesaria para completar el examen. Sin embargo, también se anima a los candidatos a leer de forma más exhaustiva y se ofrece más abajo una lista de textos recomendados y adicionales.

a) Texto recomendado

El estudio de mercado en la práctica
 2.ª edición, Kogan Page
 Paul Hague, Nick Hague y Carol-Ann Morgan
 2013 (tapa blanda)
 ISBN-13: 978-0749468644

Este libro de texto complementa a la perfección el plan de estudios del Certificado de MRS. También ofrece información sobre temas adicionales como la observación y la etnografía, los estudios de mercado internacionales y las tendencias de la investigación.

b) Textos adicionales

Además de los textos recomendados, los candidatos pueden profundizar sus conocimientos sobre distintos aspectos del sector de la investigación y sus prácticas.

Se incluyen todos estos libros de texto y recursos para mostrar la gran variedad de información de investigación que está disponible a través de Internet y de forma impresa. Sumergirse en esta lista de lecturas ayudará a los candidatos a adquirir conocimientos que respaldarán el desarrollo de sus habilidades de investigación.

A continuación, se ofrecen complementos útiles al libro de texto recomendado:

Marketing Research - Delivering Customer Insight

4.ª edición, Red Globe Press
 Alan Wilson
 2019 (tapa blanda)
 ISBN: 978-1-352-00111

Marketing Research - Tools and Techniques

3.ª edición, Oxford University Press
 Nigel Bradley
 Marzo de 2013 (tapa blanda)
 ISBN: 978-0-19-965509-0

The Handbook of Mobile Market Research - Tools and Techniques for Market Researchers

ESOMAR & Wiley

Ray Pointer y Navin Willams

2014 (tapa dura)

ISBN: 978-1-118-93562-0

Social Research Methods

5.ª edición, Oxford

Alan Bryman

2016 (tapa blanda)

ISBN: 978-0-19-968945 -3

Research Buyer's Guide <https://www.mrs.org.uk/researchbuyersguide>

Impact Magazine (MRS)

Revista trimestral publicada por MRS.

Research Live

<https://www.research-live.com/>

c) Códigos, pautas y legislación

Con el fin de apoyar el enfoque ético y profesional del Certificado de MRS, los candidatos deben conocer los códigos, las pautas y la legislación que rigen la investigación a nivel internacional, así como aquellos elementos que regulan las prácticas de investigación en el país del candidato.

En los siguientes sitios web, se brinda información sobre las pautas y las normativas de la investigación.

MRS

<https://www.mrs.org.uk/standards/code-of-conduct>

<https://www.mrs.org.uk/standards/guidance>

<https://www.mrs.org.uk/standards/legislation/tab/data-protection>

<https://www.mrs.org.uk/standards/mrs-policy>

ESOMAR

<https://www.esomar.org/what-we-do/code-guidelines>

efamro

<https://www.efamro.eu/>

Social Research Association

<http://the-sra.org.uk/research-ethics/ethics-guidelines/>

Esta página está en blanco

Esta página está en blanco



MRS
The Old Trading House
15 Northburgh Street
London EC1V 0JR

Teléfono: +44 (0)20 7566 1805
Fax: +44 (0)20 7490 0608

Correo electrónico:
profdevelopment@mrs.org.uk Sitio web:
www.mrs.org.uk

Compañía limitada por garantía. Registrada en Inglaterra con el n.º 518686. Domicilio social como el anterior.