



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación comercial

Asignatura	Investigación comercial			
Código	V03G020V01701			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	4	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Martínez Senra, Ana Isabel			
Profesorado	Martínez Senra, Ana Isabel			
Correo-e	aimtnez@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>Investigación comercial es una materia obligatoria que consta de un total de 6 créditos ECTS que se corresponden con 150 horas de trabajo del alumno, de las cuales 50 son actividades presenciales, mientras que el resto serán actividades de trabajo personal.</p> <p>Esta materia pretende que el estudiante adquiera una visión amplia de las diversas técnicas de recogida de la información y se familiarice con los sistemas de análisis e interpretación de los datos. El objetivo final de la materia es que el alumno sea capaz de desarrollar un proceso de investigación comercial.</p>			

Competencias

Código	
B1	Capacidad de análisis y síntesis
B5	Habilidades de comunicación oral y escrita
B13	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
C6	Poseer y comprender conocimientos acerca de: Los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial
D3	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Comprensión del proceso de investigación comercial desde un punto de vista teórico y aplicado.	B1 B13	C6	
Manejo de las técnicas más empleadas en la recolección y análisis de la información.	B1 B13	C6	
Capacidad de abordar de manera eficaz actividades relacionadas con el proceso de investigación comercial.	B1 B5 B13	C6	D3

Contenidos

Tema	
Tema 1: El papel de la investigación comercial	Objetivos del tema. Concepto. Aplicaciones. Limitaciones. Consideraciones éticas. Tipos de investigación. Etapas. Fuentes de información.
Tema 2: Investigación *exploratoria. Técnicas cualitativas	Objetivos del tema. Características. Reunión de grupos. Entrevista en profundidad. Técnicas proyectivas. Observación.
Tema 3: Investigación *causal y *descriptiva. Técnicas cuantitativas	Objetivos del tema. Características. Experimentación. Encuestas ad hoc. Encuestas periódicas.

Tema 4: Medición y escalas	Objetivos del tema. Medición y propiedades de las escalas. Escalas básicas. Escalas comparativas. Escalas no comparativas. Creación de escalas. Evaluación de las escalas.
Tema 5: Diseño del cuestionario	Objetivos del tema. Concepto y funciones del cuestionario. Tipos de preguntas. Elaboración de las preguntas. Estructura y secuencia del cuestionario. Pretest del cuestionario.
Tema 6: Diseño y procedimiento de *muestreo	Objetivos del tema. Conceptos básicos. Etapas en la selección de la muestra. Muestreo no probabilístico. Muestreo probabilístico. Cálculo del tamaño de la muestra.
Tema 7: Análisis de los datos	Objetivos del tema. Consideraciones previas. Etapas. Codificación. Análisis univariante. Análisis bivariante. Análisis multivariante.
Tema 8: Elaboración del informe	Objetivos del tema. Importancia del informe. Estructura del informe. Presentación.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Actividades introductorias	1	0	1
Sesión magistral	29	30	59
Resolución de problemas y/o ejercicios	20	31	51
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Pruebas de respuesta corta	2	12	14

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Actividades introductorias	Presentación de los objetivos y contenidos de la materia, metodología de trabajo y sistemas de evaluación.
Sesión magistral	Exposición por parte del profesor de los contenidos de la materia, complementada con el uso de medios audiovisuales y el planteamiento de cuestiones dirigidas a los estudiantes para facilitar el aprendizaje. Se recomienda al estudiante que trabaje previamente el material colgado en fatic, con el fin de seguir las explicaciones y participar activamente en las dichas cuestiones.
Resolución de problemas y/o ejercicios	En cada práctica se realizarán actividades (aplicación de conceptos, ejercicios o casos de estudio) con la finalidad de aplicar de forma efectiva los conocimientos teóricos adquiridos en las sesiones magistrales. Los estudiantes trabajarán de forma autónoma, individualmente o en grupo, bajo la supervisión del profesor. Estas sesiones prácticas tendrán lugar en seminarios o aulas de informática.
Prácticas autónomas a través de TIC	Al finalizar un tema teórico se abrirá un test en la Plataforma Tema, relativo a los contenidos explicados en la sesión magistral. Se trata de actividades no presenciales que posibilitan el seguimiento y evaluación del alumno y que deberán realizarse en los plazos señalados.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	Cada estudiante le solicitará al profesor las aclaraciones que estime oportunas para comprender mejor la materia y desarrollar con éxito las actividades propuestas. Además el profesor establecerá al principio de curso un horario para tutorías individuales a las que el alumno puede acudir para resolver cualquier tipo de duda referente a la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	La valoración en este contexto puede consistir en la entrega de ejercicios, exposiciones orales o la realización de un test.	40	B1 B5 B13	C6	D3
Prácticas autónomas a través de TIC	Se evaluará la resolución de los cuestionarios vinculados a las sesiones magistrales.	10	B13	C6	D3
Pruebas de respuesta corta	Prueba escrita que incluye preguntas directas y breves sobre aspectos concretos del programa de la materia. Será necesario aprobar esta prueba para evaluar el resto.	50	B1 B5	C6	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo **condición imprescindible**

obtener como mínimo un 2 (sobre 5) en la prueba de respuesta corta. La puntuación obtenida en las prácticas se mantiene en la convocatoria de junio y julio del curso académico en vigor pero no se guardará para cursos sucesivos.

La fecha de los exámenes se puede consultar en el siguiente enlace: <http://fccee.uvigo.es/calendario-exames-201415.html>

Fuentes de información

Fernández Nogales, A., **Investigación y técnicas de mercados**, Segunda edición,

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados. Conceptos esenciales**,

Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Vázquez Casielles, R.; De la Ballina Ballina, F.J.; Suárez Vázquez, A., **Investigación de mercados**,

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403

Dirección comercial II/V03G020V01502
