



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación comercial

Asignatura	Investigación comercial			
Código	004G020V01701			
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	Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Profesorado	Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	loroco@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Esta materia analiza el papel de la información y el conocimiento en la toma de decisiones comerciales y le sus contenidos muestra al alumno cómo desarrollar un proceso de investigación comercial, de acuerdo con las necesidades derivadas de la estrategia comercial. Se explica además la aplicación de métodos cualitativos y cuantitativos en la recogida de información y los análisis estadísticos adecuados para solucionar problemas comerciales.			

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		
(*)1.5 *Conocer @la relación entre lana empresa *y *su *entorno *estudiante *evaluando *su *repercusión en @la *estrategia, *comportamiento, *gestión *y *sostenibilidad empresarial	B1	C6	
(*)1.6 *Conocer *los distintos procesos, *procedimientos *y prácticas de *gestión empresarial	B13	C6	
(*)3.1 Habilidades en @la *búsqueda, identificación e interpretación de *fuentes de información *económicarelevante	B1	C6	D3
	B5		
	B13		

Contenidos

Tema	
1. Introducción	1.1 Introducción a lana Investigación comercial 1.2. Fases de lana Investigación comercial
2. Preparación del diseño de la investigación	2.1 Redacción del plan de investigación: datos primarios y secundarios; observación, entrevistas en profundidad, reuniones de grupo, encuestas y tipos, experimentación, escalas, cuestionarios, muestreo
3. Recolección y captura de datos	3.1 Recolección de datos, codificación y análisis
4. Informe de los resultados y su presentación	4. Contenido de él informe
5. Elementos adicionales	5.1 Ética; Investigación internacional

(*)Tema 6: Deseño e procedemento de muestreo	(*)Obxectivos do tema. Conceptos básicos. Etapas na selección da mostra. Muestreo non probabilístico. Muestreo probabilístico. Cálculo do tamaño da mostra.
(*)Tema 7: Análise dos datos	(*)Obxectivos do tema. Consideracións previas. Etapas. Codificación. Análise univariante. Análise bivariante. Análise multivariante
(*)Tema 8: Elaboración do informe	(*)Obxectivos do tema. Importancia do informe. Estrutura do 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

Metodoloxías

	Descrición
Actividades introductorias	(*) Presentación dos obxectivos e contidos da materia, metodoloxía de traballo e sistemas de avaliación.
Sesión magistral	(*)Exposición por parte do profesor dos contidos da materia, complementada co uso de medios audiovisuais e a formulación de cuestións dirixidas aos estudantes para facilitar a aprendizaxe. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material colgado en faitic, co fin de seguir as explicacións e participar activamente nas devanditas cuestións.
Resolución de problemas y/o ejercicios	(*) En cada práctica realizaranse actividades (aplicación de conceptos, exercicios ou casos de estudo) coa finalidade de aplicar de forma efectiva os coñecementos teóricos adquiridos nas sesións maxistras. Os estudantes traballarán de forma autónoma, individualmente ou en grupo, baixo a supervisión do profesor. Estas sesións prácticas terán lugar en seminarios ou aulas de informática.
Prácticas autónomas a través de TIC	(*) Ao finalizar un tema teórico abrírase un test na Plataforma Tema, relativo ós contidos desenvolto na sesión maxistral. Trátase de actividades non presenciais que posibilitan o seguimento e avaliación do alumno e que deberán realizarse nos prazos sinalados.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas y/o ejercicios	realización de exercicios con atención personalizada

Evaluación

	Descrición	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas y/o ejercicios	(*)A valoración neste contexto pode consistir na entrega de exercicios, exposicións orais ou a realización dun test.	40	B1 B5 B13	C6	D3
Prácticas autónomas a través de TIC	(*)Avaliaráse a resolución dos cuestionarios vinculados ás sesións maxistras	10	B13	C6	D3
Pruebas de respuesta corta	(*)Proba escrita que inclúe preguntas directas e breves sobre aspectos concretos do programa da materia. Será necesario aprobar esta proba para avaliar o resto.	50	B1 B5	C6	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación: La calificación final será el resultado de:

Si EVALUACION CONTINUA

a) La realización de varios casos prácticos en grupo. Estos casos han de resolverse justificando la respuesta elegida. Para la evaluación, podrá exigirse una defensa oral del caso. (25%).

El tamaño deseable del grupo es de tres estudiantes. Se considera ideal la defensa de cinco casos a lo largo del curso (uno cada dos semanas). Es necesario entregar cuatro casos siendo el último de los casos obligatorio para todos.

Si se entregasen menos de cuatro casos o la nota no alcanzase un 5, los estudiantes se examinarán según el epígrafe

□Evaluación ordinaria□

b) La resolución de ejercicios y problemas de forma individual (25%)

c) Un examen al finalizar la asignatura en el que se medirán los conocimientos teóricos alcanzados (50%)

d) Es necesario alcanzar un mínimo de un 4´5 en cada parte para poder compensarla con las demás y superar la asignatura

Si EVALUACION ORDINARIA

Seguirán este proceso los estudiantes que no sigan la evaluación continua o aquellos que siguiéndola no alcancen los mínimos establecidos.

En este caso, el examen consistirá en una prueba en la que se plantearán preguntas teóricas y otra en la que habrá un caso práctico. Para medir las habilidades de comunicación del estudiante puede establecerse que una o las dos pruebas se realicen de forma oral.

Esta guía docente anticipa las líneas de actuación que se deben llevar a cabo con el estudiante de la materia y se conciben de forma flexible. En consecuencia, puede ser necesario realizar ajustes a lo largo del curso académico promovidos por la dinámica de la clase y del grupo de destinatarios real o por la relevancia de las situaciones que pudiesen surgir. Asimismo, se aportará al estudiantado la información y pautas concretas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.

Fuentes de información

Fernandez Nogales A, **Investigación y técnicas de mercados 2 ed**, 2004,

Hair,J., Bush, R. & Ortinau, D., **Investigacion de mercados**, 2010,

Malhotra, **Investigacion de mercados, un enfoque aplicado**, 2010,

Santesmases, M., **Diseño y análisis de encuestas en investigación social t de mercados**, 2005,

PEDRET, R. y OTROS (2000): *Herramientas para segmentar mercados y posicionar productos*. **Ed. Deusto**. Bilbao.

SANTESMASES, M. (2005): *DYANE: Diseño y análisis de encuestas*. **Ed. Pirámide**. Madrid.

Recomendaciones