



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

## Contenidos

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

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.
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 do cuestionario
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
7. Análisis de los datos	Objetivos del tema. Consideraciones previas. Etapas. Codificación. Análisis univariante. Análisis bivariante. Análisis multivariante.
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 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

Metodologías	Descripción
Resolución de problemas y/o ejercicios	realización de ejercicios con atención personalizada Cada estudiante 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 al que el alumno puede acudir para resolver cualquier tipo de duda referente á la materia.

### Evaluación

	Descripción	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.	30	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	(*)Prueba escrita que incluye preguntas directas e breves sobre aspectos concretos do programa da materia. Será necesario aprobar esta proba para avaliar o resto.	60	B1 B5	C6
----------------------------	--	----	----------	----

---

### Otros comentarios sobre la Evaluación

---

Evaluación:

Para superar la materia será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo condición imprescindible obtener como mínimo un 5 sobre 10 en la prueba de respuesta corta.

A puntuación obtenida en las prácticas se mantiene en la convocatoria de junio e julio del curso académico en vigor pero no se

guardará para cursos sucesivos.

La fecha de exámenes se puede consultar en apartado de organización docente <http://fcetou.uvigo.es/index.php/es/exámenes>

Si EVALUACION CONTINUA

Se realizarán varios ejercicios y casos prácticos ligados a las aulas

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

#### Bibliografía Básica

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados. Conceptos esenciales**, Pearson, 2016

#### Bibliografía Complementaria

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,

---

### Recomendaciones

---