



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación comercial

Asignatura	Investigación comercial			
Código	V03G720V01522			
Titulación	PCEO Grado en Administración y Dirección de Empresas/Grado en Derecho			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	5	2c
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	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.			

Competencias

Código

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.	
Manejo de las técnicas más empleadas en la recolección y análisis de la información.	
Capacidad de abordar de manera eficaz actividades relacionadas con el proceso de investigación comercial.	

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. Codificación 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. 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
Lección magistral	29	30	59
Resolución de problemas	20	31	51
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Examen de preguntas objetivas	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.
Lección 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	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	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.

Evaluación			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Resolución de problemas	La valoración en este contexto puede consistir en la entrega de ejercicios, exposiciones orales o la realización de un test.	30	
Prácticas autónomas a través de TIC	Se evaluará la resolución de los cuestionarios vinculados a las sesiones magistrales.	10	
Examen de preguntas objetivas	Prueba escrita que incluye preguntas directas y breves sobre aspectos concretos do programa da materia. Será necesario obtener un mínimo en esta prueba para evaluar el resto.	60	

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 2,5 (sobre 6) en el examen. La puntuación obtenida en las prácticas autónomas a través de TIC y la resolución de problemas se mantiene en la convocatoria ordinaria y extraordinaria del curso académico en vigor pero no se guardará para cursos sucesivos.

Los alumnos que no sigan la evaluación continua serán examinados mediante una prueba escrita valorada sobre 10 puntos, que no necesariamente coincidirá con la del resto de los alumnos.

Aquellos/as alumnos/as que realicen las prácticas y no quieran seguir la evaluación continua, lo tienen que comunicar por escrito en la práctica 1.

En la convocatoria de fin de carrera el examen supondrá el 100% de la nota.

La fecha de los exámenes se puede consultar en la página web de la facultad: <http://fccee.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

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

Bibliografía Complementaria

Fernández Nogales, A., **Investigación y técnicas de mercados**, Segunda edición, Esic, 2004

Luque Martínez, T., **Investigación de marketing 3.0**, Pirámide, 2017

Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Vázquez Casielles, R.; De la Ballina Ballina, F.J.; Suárez Vázquez, A., **Investigación de mercados**, Paraninfo, 2016

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403

Dirección comercial II/V03G020V01502

Otros comentarios

Esta materia en el doble grado ADE-Derecho se imparte en el segundo cuatrimestre de 5º curso y la profesora responsable es Ana Isabel MARTÍNEZ Senra.
