



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Investigación de mercados turísticos

Asignatura	Investigación de mercados turísticos			
Código	004G240V01602			
Titulación	Grado en Turismo			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	2c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Organización de empresas y marketing			
Coordinador/a	Fraiz Brea, José Antonio			
Profesorado	Fraiz Brea, José Antonio			
Correo-e	jfraiz@uvigo.es			
Web				
Descripción general	Proceso de investigación comercial en el sector turístico.			

## Competencias

Código	
A1	Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
A2	Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
A4	Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
A5	Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
B1	Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información
B2	Ser capaz de analizar, sintetizar y gestionar datos derivados de las observaciones usando los fundamentos técnicos cuantitativos y de predicción
B3	Capacidad para interpretar críticamente datos y texto
B7	Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual
B8	Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo
B9	Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado
B10	Capacidad para convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones
C9	Comprender e interpretar conocimientos acerca de las técnicas básicas de investigación y prospectiva en materia turística
C10	Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo
C12	Comprender el comportamiento de las personas en empresas turísticas y aplicar las técnicas y métodos de dirección de personal
D1	Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos
D2	Compromiso ético
D3	Creatividad

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
------------------------------------	---------------------------------------

Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico	A1 A3	B2 B3	C9	
Ser capaz de realizar una investigación de mercados para ayudar a la toma de decisiones empresariales	A2	B1 B9	C10	D1
Comprender el comportamiento de las personas en empresas turísticas y aplicar las técnicas y métodos de dirección personal	A2	B8	C12	
Adquirir habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información	A4 A5	B1		D3
Ser capaz de analizar, sintetizar y gestionar datos derivados de las observaciones usando los fundamentos técnicos cuantitativos y de predicción	A3	B2 B3	C12	D2
Deducir el funcionamiento de las organizaciones turísticas y herramientas e instrumentos de salida	A1	B2	C9	
Comprender el entorno en que operan las organizaciones turísticas	A3	B7 B10	C10	D1

## Contenidos

Tema	
Tema 1.- LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.	1.1. La investigación comercial como herramienta de obtención de información. 1.2. Concepto de investigación comercial. 1.3. Los sujetos de la investigación comercial en el sector turístico. 1.4. Áreas de investigación comercial en el ámbito turístico. 1.5. Técnicas de investigación comercial en el entorno turístico. 1.6. Consideraciones éticas.
Tema 2.- EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL.	2.1. Fases del proceso de investigación comercial. 2.2. Fuentes de errores en el proceso de investigación comercial.
Tema 3.- SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS.	3.1. Concepto, estructura y funcionamiento. 3.2. Fuentes de información secundaria en el ámbito turístico. 3.3. Fuentes de información primaria en el entorno turístico. 3.4. Nuevas tecnologías y sistemas de información de Marketing en organizaciones turísticas.
Tema 4.- LOS ESTUDIOS DE MERCADO TURÍSTICOS.	4.1. Los estudios de mercado en el entorno turístico. 4.2. Identificación del problema y objetivos de estudio. 4.3. Diseño general de la investigación. 4.4. Recolección, tabulación y análisis de datos. 4.5. Preparación de conclusiones e informe.
Tema 5.- EL CUESTIONARIO EN LOS ESTUDIOS DE MERCADO TURÍSTICOS.	5.1. Características básicas. 5.2. Tipología de preguntas. 5.3. Redacción y ordenación. 5.4. Prueba piloto y corrección de problemas.
Tema 6.- ESCALAS DE MEDICIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO.	6.1. Medición y escalas. 6.2. Escalas de medida. 6.3. Escalas de actitud. 6.4. Otras tipologías de escalas de medida.
Tema 7.- MUESTREO EN MERCADOS TURÍSTICOS.	7.1. Concepto de muestreo. 7.2. Determinación del tamaño de la muestra. 7.3. Método de muestreo.
Tema 8.- PREPARACIÓN DE LOS DATOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS TURÍSTICOS.	8.1. Etapas en el proceso de preparación de los datos. 8.2. Codificación. 8.3. Creación del fichero. 8.4. Análisis de consistencia. 8.5. Ponderación del fichero.
Tema 9.- ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS DATOS TURÍSTICOS: CONCEPTOS Y PROCEDIMIENTOS GENERALES.	9.1. Técnicas de análisis de datos: Conceptos básicos y clasificación. 9.2. Procedimientos generales para la selección de las técnicas y variables en el análisis de datos. 9.3. Análisis de una variable. 9.4. Análisis de dos variables. 9.5. Análisis multivariados.

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Aprendizaje basado en proyectos	45	90	135
Seminario	5	8	13
Resolución de problemas y/o ejercicios	2	0	2

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

<b>Metodologías</b>	
	Descripción
Aprendizaje basado en proyectos	Lección magistral. Análisis y debate de casos prácticos. Trabajos individuales y trabajos en equipo.
Seminario	Explicación de las directrices para los trabajos individuales y en grupo. Resolución de dudas de contenidos teóricos y de ejercicios prácticos.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodologías	Descripción
Seminario	Orientaciones para el desarrollo de los trabajos. Resolución de dudas.

<b>Evaluación</b>			
	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Aprendizaje basado en proyectos	Estudio de casos prácticos, resolución de ejercicios, trabajos individuales y en equipo	80	A1 B2 D1 A2 B3 D2 A3 B7 D3 A4 B8 A5 B9
Resolución de problemas y/o ejercicios	Prueba escrita: se realizará en la fecha asignada en el calendario de exámenes del Centro y consistirá en una serie de cuestiones teórico-prácticas. El tiempo disponible será de sesenta minutos.	20	B1 C9 D3 B10 C10 C12

### Otros comentarios sobre la Evaluación

Se debe superar, indistintamente, cada una de las dos partes: teórica (a través del examen final), o práctica (a través de la evaluación continua mediante el trabajo en grupo o a través del examen final). Es decir, se exige un mínimo del 50% en cada una de las partes para poder hacer promedio con la otra parte. En caso de que el estudiante no opte por la evaluación continua, éste tendrá que realizar una prueba escrita. Dicha prueba se compondrá de tres partes: test; preguntas cortas y de desarrollo; resolución de un caso práctico. La duración de la prueba será de noventa minutos. En segunda convocatoria, se mantendrá el procedimiento de evaluación anteriormente descrito. Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Centro para el curso 2020-21. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web de la FCETOU. Conductas inadecuadas, contrarias y perjudiciales a la convivencia, podrán ser sancionadas con la pérdida del derecho a la evaluación continua por parte del estudiante responsable.

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

PEDRET, R. y OTROS, **La investigación comercial como soporte del marketing**, 1, Deusto, 2000

LÓPEZ, J.M y LÓPEZ, L.M., **Manual de investigación de mercados turísticos**, 1, Pirámide, 2015

#### Bibliografía Complementaria

ÁLVAREZ, R., **Principios de investigación del mercado turístico**, 1, Cordinur, 2004

BIGNÉ, E.; FONT, X. y ANDREU, L., **Marketing de destinos turísticos**, 1, ESIC, 2000

SANTESMASES, M., **DYANE: Diseño y análisis de encuestas**, 4, Pirámide, 2009

FERNÁNDEZ NOGALES, A., **Investigación y técnicas de mercado**, 1, ESIC, 2002

TRESPALACIOS, J.A.; VÁZQUEZ, R. Y BELLO, L., **Investigación de mercados**, 1, Thomson, 2005

### Recomendaciones

### Plan de Contingencias

#### Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===  
 Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el

alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

#### === ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS ===

##### \*Metodologías docentes que se mantienen

Para el curso 2020-2021, las metodologías docentes serán las mismas en los tres escenarios. La única adaptación que cabe resaltar, es la relativa a su modo de ejecución. Dentro de lo posible escenario de enseñanza mixta o semipresencial, las metodologías se llevarían a cabo de modo presencial y virtual. Por otra parte, en el escenario de enseñanza a distancia, las metodologías previstas se adaptarían a la una modalidad de ejecución virtual.

##### \*Metodologías docentes que se modifican

No se modifica la dinámica propia de ninguna metodología docente, excepto, como se dice en el apartado anterior, su modalidad de ejecución, presencial y virtual (en el caso de un escenario mixto); y exclusivamente virtual (en el caso de un escenario a distancia).

##### \*Mecanismo no presencial de atención al alumnado (tutorías)

En el potencial escenario de docencia semipresencial, las sesiones de tutorización podrán realizarse presencialmente y/o en el despacho virtual de los docentes, bajo la modalidad de concertación previa y en el horario que se establezca. En el caso de un escenario docente en la modalidad a distancia, la tutorización se realizará únicamente por los medios telemáticos mencionados.

##### \*Modificaciones (se procede) de los contenidos a impartir

No hay modificaciones en los contenidos a impartir.

##### \*Bibliografía adicional para facilitar el auto-aprendizaje

La bibliografía adicional será proporcionada al largo del desarrollo de la materia.

##### \*Otras modificaciones

Herramientas para la docencia virtual. En el escenario de docencia semipresencial, además de la docencia presencial en las aulas, la actividad docente virtual se impartirá mediante Campus Integra y se preverá asimismo el uso de la plataforma de teledocencia Fatic como refuerzo, y sin perjuicio de otras medidas que se puedan adoptar para garantizar la accesibilidad del alumnado a los contenidos docentes.

En el escenario de docencia a distancia, la actividad docente se realizará exclusivamente de modo virtual.

#### === ADAPTACIÓN DE La EVALUACIÓN ===

No hay cambios ni en los instrumentos ni en los criterios de evaluación establecidos en la guía docente común.

##### \*Pruebas pendientes que se mantienen

Todas las pruebas propuestas en la guía docente para las próximas convocatorias, se mantienen en cualquiera de las tres modalidades de enseñanza previstas: presencial, mixta y a distancia, para el curso 2020-21. Los criterios de evaluación, así como su ponderación sobre la nota final, se mantienen, tanto para el alumnado asistente, como para lo no asistente. Los procedimientos o tipología de pruebas de evaluación, tampoco se modifican en su contenido, pero sí en su modo de ejecución, en el caso de los dos potenciales escenarios docentes extraordinarios previstos. Así, en el caso de estar en una situación de enseñanza mixta o semipresencial, las pruebas de evaluación podrán ser organizadas de modo presencial, dependiendo de las instalaciones y medios disponibles. Si no fuera posible hacerlas presencialmente, se combinaría la modalidad presencial con la virtual, o se realizarían exclusivamente de forma virtual.

Si la situación es de enseñanza a distancia, todas las pruebas de evaluación se realizarán de modo virtual.

##### \*Pruebas que se modifican

Para el curso 2020-2021, no hay modificaciones en las pruebas de evaluación, excepto en el referido a la modalidad de evaluación: presencial o virtual, dependiendo del escenario sanitario en el que se lleve a cabo a docencia.

##### \*Nuevas pruebas

No se prevén nuevas pruebas de evaluación.

##### \*Información adicional

No hay