



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 | Esta materia pretende que el alumnado 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 alumnado sea capaz de desarrollar un proceso de investigación comercial. | | | |

Resultados de Formación y Aprendizaje

| | |
|--------|--|
| 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 previstos en la materia

| 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, utilidad y limitaciones. Consideraciones éticas. Tipos de investigación comercial. Etapas del proceso de investigación comercial. Fuentes de información. |
| Tema 2: Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas | Objetivos del tema. Características de las técnicas cualitativas. Reunión de grupos. Entrevista en profundidad. Técnicas proyectivas. Observación. Otros métodos. |
| Tema 3: Investigación causal y descriptiva. Técnicas cuantitativas | Objetivos del tema. Características de las técnicas cuantitativas. Experimentación. Encuestas ad hoc. Encuestas periódicas. |
| Tema 4: Medición y escalas | Objetivos del tema. Medición. Escalas básicas. Escalas comparativas. Escalas no comparativas. Consideraciones en la creación de escalas con múltiples ítems. Evaluación de las escalas. |

| | |
|---------------------------------|--|
| Tema 5: Diseño del cuestionario | Objetivos del tema. Concepto y funciones del cuestionario. Tipos de preguntas. Redacción de las preguntas. Estructura y orden del cuestionario. Pretest del cuestionario. Codificación del cuestionario. |
| Tema 6: Muestreo | Objetivos del tema. Conceptos básicos. Estudios de censos versus muestras. 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. |
| Tema 8: Elaboración del informe | Objetivos del tema. Importancia del informe. Estructura del informe. |

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 con apoyo de las TIC | 0 | 25 | 25 |
| Examen de preguntas de desarrollo | 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 | Actividades encaminadas a presentar los objetivos y contenidos de la materia, la metodología de trabajo y los sistemas de evaluación. |
| Lección magistral | Exposición por parte del profesorado de los contenidos de la materia. Para la explicación de la materia el profesorado planteará cuestiones y ejercicios que se resolverán en el aula fomentando la participación del alumnado. |
| Resolución de problemas | Resolución por parte del alumnado de ejercicios o casos, bajo las condiciones establecidas por el profesorado, aplicando los conocimientos adquiridos. Se corresponde con las prácticas que debe realizar el alumnado de forma presencial en seminarios o aulas de informática. |
| Prácticas con apoyo de las TIC | Actividades no presenciales propuestas en Moovi (cuestionarios de autoevaluación de los temas, talleres,...) relativos a los contenidos explicados en la lección magistral que deberán realizarse en los plazos establecidos. |

Atención personalizada

| Metodologías | Descripción |
|----------------------------|--|
| Actividades introductorias | Se resolverán las dudas planteadas por el alumnado sobre las actividades introductorias. Además el profesorado atenderá a las tutorías individuales previamente concertadas por correo electrónico. |
| Lección magistral | Se resolverán las dudas planteadas por el alumnado en relación con los contenidos tratados en las sesiones teóricas. Además el profesorado atenderá a las tutorías individuales previamente concertadas por correo electrónico. |
| Resolución de problemas | Se resolverán las dudas planteadas por el alumnado para desarrollar con éxito las actividades propuestas en las sesiones prácticas. Además el profesorado atenderá a las tutorías individuales previamente concertadas por correo electrónico. |

Evaluación

| | Descripción | Calificación | Resultados de Formación y Aprendizaje | | |
|-----------------------------------|--|--------------|---------------------------------------|----|----|
| Resolución de problemas | En todas las prácticas (ocho) se realizarán pruebas que pueden consistir en la entrega de ejercicios y/o la realización de un cuestionario. El 50% de la calificación se repartirá entre las ocho pruebas. | 50 | B1 B5 B13 | C6 | D3 |
| Prácticas con apoyo de las TIC | Se evaluará la realización de los cuestionarios propuestos en Moovi al finalizar cada tema así como cualquier otra actividad relacionada con los contenidos explicados en la lección magistral. | 10 | B13 | C6 | D3 |
| Examen de preguntas de desarrollo | Prueba escrita que incluye preguntas abiertas y breves sobre los contenidos de la materia. Esta prueba se realizará en la fecha oficial del examen. | 40 | B1 B5 | C6 | |

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de evaluación continua (EC), o alternatively optar por una prueba de Evaluación Global (EG). **La evaluación por defecto es la EC.** El alumnado podrá elegir EG según el

procedimiento y el plazo establecido por el centro. La elección de EG supone la renuncia al derecho de seguir evaluándose mediante las actividades de EC que resten y a la calificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las pruebas que ya se hayan realizado.

Evaluación continua: Para aprobar por el sistema de EC, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo imprescindible obtener como mínimo un 1,6 (sobre 4) en el examen.

Evaluación global: El alumnado podrá optar a ser evaluado por una prueba de EG, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, que supondrá el 100% de la calificación. Esta prueba se dividirá en dos partes: una de contenidos teóricos (5 puntos) y otra de contenidos prácticos (5 puntos). Para aprobar será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo imprescindible obtener como mínimo un dos en la parte teórica.

Los estudiantes que no participen en la EC ni en la EG, figurarán en las actas como no presentados.

En la convocatoria de fin de carrera la prueba de evaluación global supondrá el 100% de la calificación.

Se recomienda al alumnado tener en cuenta el Título VII (Do uso de medios ilícitos), del Regulamento sobre a Avaliación, a calificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado (<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa>)

Las fechas y horas de las pruebas de EG (de primera y segunda oportunidad) son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Facultade para el curso 2023/24. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de exámenes, prevalecerán las publicadas en la web de la facultad, <http://fccee.uvigo.es/organizacion-docente.html>.

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

Villaverde, S.; Monfort, A.; Merino, M.J., **Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales**, Esic, 2020

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.
