



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación comercial

Asignatura	Investigación comercial			
Código	004G020V01701			
Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 4	Cuatrimestre 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 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.			

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	
1. El papel de la investigación comercial	Objetivos del tema. Concepto. Aplicaciones. Limitaciones. Consideraciones éticas. Tipos de investigación. Etapas del proceso de investigación comercial. Fuentes de información
2. Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas	Objetivos del tema. Características de las técnicas cualitativas. Reunión de grupos. Entrevista en profundidad. Técnicas proyectivas. Observación. Otros métodos.
3. Investigación causal y descriptiva. Técnicas cuantitativas	Objetivos del tema. Características de las técnicas cuantitativas. 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 del 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 oral 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 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	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 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 Moovi y la bibliografía, 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. Algunas de estas sesiones prácticas podrán tener lugar en seminarios o aulas de informática.
Prácticas con apoyo de las TIC	Al acabar un tema teórico, se podrán abrir en la plataforma Moovi actividades (tests de auto evaluación, talleres...) relativos a los contenidos explicados en la lección magistral. Son actividades no presenciales que posibilitan el seguimiento y evaluación del alumno, y que deben hacerse en los plazos establecidos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
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.
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.
Resolución de problemas	Cada estudiante solicitará al profesor las aclaraciones que estime oportunas para comprender mejor la materia y desarrollar con éxito las actividades propuestas. También será posible la realización de ejercicios con atención personalizada. Además el profesor establecerá al principio de curso un horario para tutorías individuales publicado en Moovi al que el alumno puede acudir para resolver cualquier tipo de duda referente a la materia.

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. Ninguna de las pruebas o actividades que componen las distintas tareas de la EC van a suponer por sí mismas más del 40% de la calificación final de la materia.	50	B1 B5 B13	C6	D3
Prácticas con apoyo de las TIC	Se evaluará la resolución de los cuestionarios propuestos, así como cualquier otra actividad relacionada con los contenidos explicados en la lección magistral	10	B13	C6	D3
Examen de preguntas objetivas	Prueba escrita que incluye preguntas directas y breves sobre aspectos concretos del programa de la materia. Será necesario obtener un mínimo en esta prueba para evaluar el resto.	40	B1 B5	C6	

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de Evaluación Continua (EC) o, alternativamente, optar por una prueba de Evaluación Global (EG). **La evaluación preferente 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 hubiesen realizado.

EVALUACIÓN CONTINUA (EC)

- Se harán varios ejercicios y casos ligados a las clases. Ninguna de las pruebas o actividades que componen las distintas tareas de la EC van a suponer por sí mismas más del 40% de la calificación final de la materia.
- La nota final del curso (para primera oportunidad) será la suma de la nota obtenida en las pruebas de evaluación realizadas a lo largo del cuatrimestre (con una ponderación del 60% sobre el total), y de la nota obtenida en una última prueba que coincidirá con las fechas de la EG (con una ponderación del 40% del total).
- La nota final del curso (en caso de tener que ir a segunda oportunidad) será la suma de la nota obtenida en las pruebas de evaluación realizadas a lo largo del cuatrimestre (con una ponderación del 60% sobre el total), y de la nota obtenida en una última prueba que coincidirá con las fechas de la EG de segunda oportunidad (con una ponderación del 40% del total).
- Para superar la materia será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo condición imprescindible obtener como mínimo un 50% de la puntuación en el último examen de la evaluación.

EVALUACIÓN GLOBAL (EG)

- Alternativamente al sistema de evaluación continua, el estudiantado podrá optar a ser evaluado con un examen final que supondrá el 100% de la calificación. Tanto en la convocatoria ordinaria como en la extraordinaria, en esta prueba habrá dos partes, una de contenidos teóricos (5 puntos), y otra de contenidos prácticos (5 puntos). Para medir las habilidades de comunicación del estudiante, puede establecerse que una o las dos pruebas sean realizadas de forma oral.
- Para superar la materia será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo condición imprescindible tener un mínimo del 45% de la puntuación en cada una de las dos partes de la prueba final.

NO PRESENTADO

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

FIN DE CARRERA

- En la convocatoria de Fin de carrera, el examen es el 100% de la calificación. habrá dos partes, una de contenidos teóricos (5 puntos), y otra de contenidos prácticos (5 puntos)..
- Para medir las habilidades de comunicación del estudiante, puede establecerse que una o las dos pruebas sean realizadas de forma oral.
- Para superar la materia será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo condición imprescindible tener un mínimo del 45% de la puntuación en cada una de las dos partes de la prueba final.

ADENDA

- La fecha y hora de los exámenes puede ser consultada en la web de la facultad en el apartado de organización docente. Exames | Facultade de Ciencias Empresariais e Turismo (uvigo.es)
- 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 estudiantado | Secretaría Online Universidade de Vigo (uvigo.gal)

- Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo con el estudante 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, pautas y el 100% de la calificación concreta 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**, ESIC, 2004

Hair, J., Bush, R. & Ortinau, D., **Investigación de mercados**, McGraw Hill, 2010

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

Malhotra, **Investigación de mercados, un enfoque aplicado**, 5 ed, Pearson, 2010

Santesmases, M., **DYANE: Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados**, Versión 3, Pirámide, 2005

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/O04G020V01403

Dirección comercial II/O04G020V01502

Otros comentarios

Esta materia en el doble grado ADE-Derecho y ADE-Informática se imparte en el segundo cuatrimestre de 5º curso