DATOS IDENTIFICATIVOS				
Investigación comercial				
Materia	Investigación comercial			
Código	O04G020V01701			
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	4	1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a				
Profesorado				
Correo-e				
Web				
Descrición xeral	Estudio de la necesidad de la investigación comercial y proceso de realización a través de la descripción de las principales técnicas de conocimiento y análisis de los mercados; centrándonos fundamentalmente en aquellas situaciones reales que se pueden dar en el marco empresarial de nuestro entorno.			

Competencias de titulación	
Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos sobre os aspectos internos, funcións e procesos das organizacións incluíndo a súa natureza, estrutura, goberno, operativa e dirección
A2	Posuír e comprender coñecementos sobre as interrelacións existentes entre os distintos subsistemas que conforman o sistema empresarial
A3	Posuír e comprender coñecementos sobre as institucións económicas como resultado e aplicación de representacións teóricas ou formais a respecto de como funciona a economía
A4	Posuír e comprender coñecementos sobre o marco económico que regula as actividades empresariais, e a correspondente normativa
A5	Posuír e comprender coñecementos sobre a relación entre a empresa e o seu entorno avaliando a súa repercusión na estratexia, comportamento, xestión e sustentabilidade empresarial
A6	Posuír e comprender coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial
A7	Posuír e comprender coñecementos sobre as principais técnicas instrumentais aplicadas ao ámbito empresarial
A8	Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo
A10	Valorar, a partir dos rexistros relevantes de información, a situación e previsible evolución dunha empresa
A11	Tomar decisións estratéxicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariais
A13	Mobilidade e adaptabilidade a entornos e situacións diferentes
A14	Elaborar os plans e políticas nas diferentes áreas funcionais das organizacións
A15	Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
A16	Habilidades na procura, identificación e interpretación de fontes de información económica relevante
B1	Capacidade de análise e síntese
B2	Pensamento crítico e autocrítico
B3	Habilidades relacionadas co uso de aplicacións informáticas utilizadas na xestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas e situacións ao público tanto especializado como non especializado
B5	Habilidades de comunicación oral e escrita
B6	Habilidades de comunicación a través de Internet e, dominio de ferramentas multimedia para a comunicación a distancia
B8	Comunicarse con fluidez no seu entorno, incluíndo competencias interpersoais de escoita activa, negociación, persuasión e presentación
B9	Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo
B10	Emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresas e mercados

B11	Redactar proxectos de xestión global ou de áreas funcionais da empresa
B13	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
B14	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado
B15	Xestión persoal efectiva en termos de tempo, planificación e comportamento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos
B18	Compromiso ético no traballo
B19	Motivación pola calidade e mellora continua

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
1.5 Conocer la relación entre la empresa y su entorno estudiante evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial	A4 A10	B2
1.6 Conocer los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial	A1 A2	
1.7 Conocer las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial.	A1 A2	
2.1 Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución	A3 A4 A5 A6 A7	B10
2.2 Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa	A6 A8 A10 A11	B1 B2 B4
2.5 Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes	A13 A14	
2.6 Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones	A13 A14	
3.1 Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante	A15 A16	B1 B3
3.2 Capacidad de análisis y síntesis		B1
3.3 Pensamiento crítico y autocrítico		B2
4.1 Habilidades de comunicación oral y escrita		B5
4.4 Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación		B4 B5 B6 B8
4.5 Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo		B9
4.6 Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados		B10
4.7 Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa		B11
5.1 Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo		B13
5.2 Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado		B14
6.1 Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial		B15
6.3 Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos		B17
6.4 Compromiso ético en el trabajo		B18
6.5 Motivación por la calidad y la mejora continua		B19

Contidos

Tema	
1. Introcucción	1.1 Introducción a la Investigación comercial 1.2. Fases de la Investigación comercial
2. Preparación del diseño de la investigación	2.1 Redacción del plan de investigación: Datos primarios y secundarios; Observación, entrevistas en profundidad, reuniones de grupo, encuestas y tipos, experimentación Escalas, cuestionarios Muestreo
3. Recolección y captura de datos	3.1 Recolección de datos, codificación, análisis
4. Informe de los resultados y su presentación	4. Contenido del informe
5. Elementos adicionales	5.1 Ética; Investigación internacional

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Titoría en grupo	2	8	10
Sesión maxistral	20	50	70
Estudo de casos/análises de situacións	22	44	66
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	2	4

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Titoría en grupo	Tutoría en grupo para guiar en la resolucion de casos y ejercicios
Sesión maxistral	Explicar el contenido de los temas
Estudo de casos/análises de situacións	Realización de casos y ejercicios. Manejo de programas informáticos

Atención personalizada	
Metodoloxías	**Descrición**
Titoría en grupo	Titorías individuais e de grupo, para explicar directrices de realización de traballos individuais e de grupo; e resolver dúbidas conceptuais ou de exercicios prácticos.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Estudo de casos/análises de situacións	(*)La realización de varios casos prácticos en grupo. Estos casos han de resolverse justificando la respuesta elegida	50
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Probas para avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas abertas sobre un tema. Os alumnos deben desenvolver, relacionar, organizar e presentar os coñecementos que teñen sobre a materia nunha resposta	50

Outros comentarios sobre a Avaliación

Evaluación: La calificación final será el resultado de:

Si EVALUACION CONTINUA

a) La realización de varios casos prácticos en grupo. Estos casos han de resolverse justificando la respuesta elegida. Para la evaluación, podrá exigirse una defensa oral del caso. (25%).

El tamaño deseable del grupo es de tres estudiantes. Se considera ideal la defensa de cinco casos a lo largo del curso (uno cada dos semanas). Es necesario entregar cuatro casos siendo el último de los casos obligatorio para todos.

Si se entregasen menos de cuatro casos o la nota no alcanzase un 5, los estudiantes se examinarán según el epígrafe Evaluación ordinaria

b) La resolución de ejercicios y problemas de forma individual (25%)

c) Un examen al finalizar la asignatura en el que se medirán los conocimientos teóricos alcanzados (50%)

d) Es necesario alcanzar un mínimo de un 4´5 en cada parte para poder compensarla con las demás y superar la asignatura

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.

Bibliografía. Fontes de información

Malhotra, **Investigacion de mercados, un enfoque aplicado**, 2010,

Hair, **Investigacion de mercados**, 2010,

Recomendacións