



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Investigación comercial

Materia	Investigación comercial			
Código	V03G720V01522			
Titulación	PCEO Grao en Administración e Dirección de Empresas/Grao en Dereito			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	5	2c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Martínez Senra, Ana Isabel			
Profesorado	Martínez Senra, Ana Isabel			
Correo-e	aimtnez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Esta materia pretende que o estudante adquira unha visión ampla das diversas técnicas de recollida da información e se familiarice cos sistemas de análise e interpretación de datos. O obxectivo final da materia é que o alumno sexa capaz de desenvolver un proceso de investigación comercial.			

## Competencias

Código

## Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Comprensión do proceso de investigación comercial desde un punto de vista teórico e aplicado.	
Manexo das técnicas máis empregadas na recolección e análise da información.	
Capacidade de abordar de maneira eficaz actividades relacionadas co proceso de investigación comercial.	

## Contidos

Tema	
Tema 1: O papel da investigación comercial	Obxectivos do tema. Concepto. Aplicacións. Limitacións. Consideracións éticas. Tipos de investigación. Etapas. Fontes de información.
Tema 2: Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas	Obxectivos do tema. Características. Reunión de grupos. Entrevista en profundidade. Técnicas proxectivas. Observación.
Tema 3: Investigación causal e descritiva. Técnicas cuantitativas	Obxectivos do tema. Características. Experimentación. Enquisas ad hoc. Enquisas periódicas.
Tema 4: Medición e escalas	Obxectivos do tema. Medición e propiedades das escalas. Escalas básicas. Escalas comparativas. Escalas non comparativas. Creación de escalas. Avaliación das escalas.
Tema 5: Deseño do cuestionario	Obxectivos do tema. Concepto e funcións do cuestionario. Tipos de preguntas. Elaboración das preguntas. Estrutura e secuencia do cuestionario. Pretest do cuestionario. Codificación do cuestionario.
Tema 6: Deseño e procedemento da mostraxe	Obxectivos do tema. Conceptos básicos. Etapas na selección da mostra. Mostraxe non probabilístico. Mostraxe probabilístico. Cálculo do tamaño da mostra.
Tema 7: Análise dos datos	Obxectivos do tema. Consideracións previas. Etapas. Análise univariante. Análise bivariante. Análise multivariante.
Tema 8: Elaboración do informe	Obxectivos do tema. Importancia do informe. Estrutura do informe. Presentación.

<b>Planificación</b>			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Actividades introdutorias	1	0	1
Lección maxistral	29	30	59
Resolución de problemas	20	31	51
Prácticas autónomas a través de TIC	0	25	25
Exame de preguntas obxectivas	2	12	14

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

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Actividades introdutorias	Presentación dos obxectivos e contidos da materia, metodoloxía de traballo e sistemas de avaliación.
Lección maxistral	Exposición por parte do profesor dos contidos da materia, complementada co uso de medios audiovisuais e a formulación de cuestións dirixidas aos estudantes para facilitar a aprendizaxe. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material colgado en faitic, co fin de seguir as explicacións e participar activamente nas devanditas cuestións.
Resolución de problemas	En cada práctica realizaranse actividades (aplicación de conceptos, exercicios ou casos de estudo) coa finalidade de aplicar de forma efectiva os coñecementos teóricos adquiridos nas sesións maxistras. Os estudantes traballarán de forma autónoma, individualmente ou en grupo, baixo a supervisión do profesor. Estas sesións prácticas terán lugar en seminarios ou aulas de informática.
Prácticas autónomas a través de TIC	Ao finalizar un tema teórico abrírase un test na Plataforma Tema, relativo aos contidos explicados na sesión maxistral. Trátase de actividades non presenciais que posibilitan o seguimento e avaliación do alumno e que deberán realizarse nos prazos sinalados.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Resolución de problemas	Cada estudante solicitará ao profesor as aclaracións que estime oportunas para comprender mellor a materia e desenvolver con éxito as actividades propostas. Ademais o profesor establecerá ao principio de curso un horario para tutorías individuais.

<b>Avaliación</b>			
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Resolución de problemas	A valoración neste contexto pode consistir na entrega de exercicios, exposicións orais ou na realización dun test.	30	
Prácticas autónomas a través de TIC	Avaliarase a resolución dos cuestionarios vinculados ás sesións maxistras.	10	
Exame de preguntas obxectivas	Proba escrita que inclúe preguntas directas e breves sobre aspectos concretos do programa da materia. Será necesario obter un mínimo nesta proba para avaliar o resto.	60	

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

Para superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima de cinco puntos, sendo condición imprescindible obter como mínimo un 2,5 (sobre 6) no exame. A puntuación obtida nas prácticas autónomas a través das TIC e a resolución de problemas mantense na convocatoria ordinaria e extraordinaria do curso académico en vigor pero non se gardará para cursos sucesivos.

Os alumnos que non sigan a avaliación continua serán examinados mediante unha proba escrita valorada sobre 10 puntos, que non necesariamente coincidirá coa do resto dos alumnos.

Aqueles/as alumnos/as que realicen as prácticas e non queiran seguir a avaliación continúa, teñen que comunicalo por escrito na práctica 1.

Na convocatoria de fin de carreira o exame suporá o 100% da nota.

A data dos exames pódese consultar na páxina web da facultade: <http://fccee.uvigo.es/>

### **Bibliografía. Fontes 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

---

---

#### **Recomendacións**

---

#### **Materias que se recomienda ter cursado previamente**

Dirección comercial I/V03G020V01403

Dirección comercial II/V03G020V01502

---

#### **Outros comentarios**

Esta materia no dobre grao ADE-Dereito impártese no segundo cuadrimestre de 5º curso e a profesora responsable é Ana Isabel Martínez Senra.

---