



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 alumnado 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 alumnado 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, utilidade e limitacións. Consideracións éticas. Tipos de investigación comercial. Etapas del proceso de investigación comercial. Fontes de información.
Tema 2: Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas	Obxectivos do tema. Características das técnicas cualitativas. Reunión de grupos. Entrevista en profundidade. Técnicas proxectivas. Observación. Outros métodos.
Tema 3: Investigación causal e descritiva. Técnicas cuantitativas	Obxectivos do tema. Características das técnicas cuantitativas. 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. Consideracións na creación de escalas con múltiples ítems. Avaliación das escalas.
Tema 5: Deseño do cuestionario	Obxectivos do tema. Concepto e funcións do cuestionario. Tipos de preguntas. Redacción 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.

Planificación			
	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 con apoio das 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.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Actividades introdutorias	Actividades encamiñadas a presentar os obxectivos e contidos da materia, a metodoloxía de traballo e os sistemas de avaliación.
Lección maxistral	Exposición por parte do profesorado dos contidos da materia. Para a explicación da materia o profesorado exporá cuestións e exercicios que se resolverán na aula fomentando a participación do alumnado.
Resolución de problemas	O alumnado debe solucionar unha serie de exercicios ou casos, baixo as condicións establecidas polo profesorado, aplicando os coñecementos adquiridos. Correspóndese coas prácticas que debe realizar o alumnado de forma presencial en seminarios ou aulas de informática.
Prácticas con apoio das TIC	Ao finalizar un tema abrírase un test en fatic, relativo aos contidos explicados na sesión maxistral. Estes tests deberán realizarse nos prazos establecidos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Actividades introdutorias	Resolveranse as dúbidas expostas polo alumnado sobre as actividades introdutorias. Ademais o profesorado establecerá ao principio de curso un horario para tutorías individuais.
Lección maxistral	Resolveranse as dúbidas expostas polo alumnado en relación cos contidos tratados nas sesións teóricas. Ademais o profesorado establecerá ao principio de curso un horario para tutorías individuais.
Resolución de problemas	Resolveranse as dúbidas expostas polo alumnado para desenvolver con éxito as actividades propostas. Ademais o profesorado establecerá ao principio de curso un horario para tutorías individuais.

Avaliación			
	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe
Resolución de problemas	A valoración realizarase a través da entrega das actividades propostas ou a través da realización dun test.	40	
Prácticas con apoio das TIC	Avaliarase a realización dos tests propostos en fatic ao finalizar cada tema	10	
Exame de preguntas obxectivas	Proba escrita que inclúe preguntas directas e breves sobre aspectos concretos dos contidos da materia.	50	

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para superar a materia polo **sistema de avaliación continua** será necesario obter unha puntuación mínima de cinco puntos. A puntuación obtida na resolución de problemas e nas prácticas con apoio das TIC mantense na convocatoria ordinaria e extraordinaria do curso académico en vigor pero non se gardará para cursos sucesivos.

Alternativamente ao sistema de avaliación continua, o alumnado poderá optar a ser avaliado cun **único exame final que suporá o 100% da cualificación**. O exame dividirase en dous partes: unha de contidos relativos ás clases teóricas e outra de contidos relativos ás clases prácticas.

O alumnado que renuncie ao sistema de avaliación continua deberá comunicarllo á coordinadora da materia por escrito antes da segunda práctica.

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

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 recomenda 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.

Plan de Continxencias

Descrición

=== MEDIDAS EXCEPCIONAIS PLANIFICADAS ===

Ante a incerta e imprevisible evolución da alerta sanitaria provocada polo COVID-19, a Universidade de Vigo establece unha planificación extraordinaria que se activará no momento en que as administracións e a propia institución determinen atendendo a criterios de seguridade, saúde e responsabilidade, e garantindo a docencia nun escenario non presencial ou parcialmente presencial. Estas medidas xa planificadas garanten, no momento que sexa preceptivo, o desenvolvemento da docencia dun modo máis áxil e eficaz ao ser coñecido de antemán (ou cunha ampla antelación) polo alumnado e o profesorado a través da ferramenta normalizada e institucionalizada das guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DAS METODOLOXÍAS ===

En caso de ter que pasar a un sistema de ensino non presencial mantéñense como metodoloxías docentes a resolución de problemas e as prácticas con apoio das TIC e modifícase a lección maxistral. Esta metodoloxía será substituída por material proporcionado en fatic e deseñado especificamente para compensar a falta de presencialidade. Empregaranse ademais as aulas virtuais para manter o contacto co alumnado, facilitar a aprendizaxe da materia a través do material proporcionado e resolver as dúbidas expostas polo alumnado.

* Mecanismo non presencial de atención ao alumnado (*titorías)

As titorías realizaranse a través do correo electrónico, as aulas virtuais e os foros en fatic.

* Modificacións (si proceden) dos contidos a impartir

Dado que as clases non presenciais requiren máis dedicación por parte do alumnado que as clases presenciais, reaxustarase si fose necesario o contido dos temas.

=== ADAPTACIÓN DA AVALIACIÓN ===

En caso de tener que pasar a un sistema de avaliación non presencial as probas de avaliación e as súas porcentaxes correspondentes mantéñense pero o alumnado será avaliado a través dos medios que a Universidade de Vigo pon á nosa disposición (Campus Remoto, fatic, etc.).