



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 Rodríguez Daponte, María del Rocío			
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.			

Competencias

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 de aprendizaje

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 bivalente.
Tema 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 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 establecerá al principio de curso un horario para tutorías individuales.
Lección magistral	Se resolverán las dudas planteadas por el alumnado en relación con los contenidos tratados en las sesiones teóricas. Además el profesorado establecerá al principio de curso un horario para tutorías individuales.
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 establecerá al principio de curso un horario para tutorías individuales.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas	La valoración se realizará a través de la entrega de las actividades propuestas en las prácticas y/o a través de la realización de un cuestionario.	40	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 objetivas	Prueba escrita que incluye preguntas directas y breves sobre aspectos concretos de los contenidos de la materia. Esta prueba tendrá lugar el mismo día que el examen final.	50	B1 B5	C6	

Otros comentarios sobre la Evaluación

Para superar la materia por el **sistema de evaluación continua** será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos. La puntuación obtenida en la resolución de problemas y en las prácticas con apoyo de las TIC se mantiene en la convocatoria ordinaria y extraordinaria del curso académico en vigor pero no se guardará para cursos sucesivos.

Alternativamente al sistema de evaluación continua, el alumnado podrá optar a ser evaluado con un **único examen final que supondrá el 100% de la calificación**. El examen se dividirá en dos partes: una de contenidos relativos a las clases teóricas y otra de contenidos relativos a las clases prácticas.

El alumnado que renuncie al sistema de evaluación continua deberá comunicárselo a la coordinadora de la materia por escrito antes de la segunda práctica.

En la convocatoria de fin de carrera el examen supondrá el 100% de la calificación.

La fecha de los exámenes se puede consultar en la página web de la facultad: <http://fccee.uvigo.es/>

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

Trespalacios Gutiérrez, J.A.; Vázquez Casielles, R.; De la Ballina Ballina, F.J.; Suárez Vázquez, A., **Investigación de mercados**, Paraninfo, 2016

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.

Plan de Contingencias

Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por el COVID-19, la Universidad de Vigo establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad, y garantizando la docencia en un escenario no presencial o parcialmente presencial. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de un modo más ágil y eficaz al ser conocido de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes.

=== ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS ===

En caso de tener que pasar a un sistema de enseñanza no presencial se mantienen las metodologías docentes, pero las actividades presenciales se realizarán en las aulas virtuales.

* Mecanismo no presencial de atención al alumnado (tutorías)

Las tutorías se realizarán a través del correo electrónico y el despacho virtual.

* Modificaciones (si proceden) de los contenidos a impartir

Dado que las clases no presenciales requieren más dedicación por parte del alumnado que las clases presenciales, se reajustará si fuese necesario el contenido de los temas.

=== ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN ===

En caso de tener que pasar a un sistema de evaluación no presencial las pruebas de evaluación y sus porcentajes correspondientes se mantienen pero el alumnado será evaluado a través de los medios que la Universidad de Vigo pone a nuestra disposición (Campus Remoto, moovi, etc.).
