



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación comercial

Materia	Investigación comercial			
Código	V03G020V01701			
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	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	
B1	Capacidade de análise e síntese
B5	Habilidades de comunicación oral e escrita
B13	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
C6	Posuír e comprender coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial
D3	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos

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.	B1 B13	C6	
Manexo das técnicas máis empregadas na recolección e análise da información.	B1 B13	C6	
Capacidade de abordar de maneira eficaz actividades relacionadas co proceso de investigación comercial.	B1 B5 B13	C6	D3

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. 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 orde do cuestionario. Pretest do cuestionario. Codificación do cuestionario.
Tema 6: Mostraxe	Obxectivos do tema. Conceptos básicos. Estudos de censos versus mostrax. 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.
Tema 8: Elaboración do informe	Obxectivos do tema. Importancia do informe. Estrutura do informe. Presentación oral do informe.

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	Resolución por parte do alumnado 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	Actividades non presenciais propostas en Moovi (cuestionarios de autoavaliación dos temas, talleres,...) relativas aos contidos explicados na lección maxistral que deberán realizarse nos prazos establecidos.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Actividades introdutorias	Resolveranse as dúbidas expostas polo alumnado sobre as actividades introdutorias. Ademais o profesorado atenderá ás titorías individuais previamente concertadas por correo electrónico.
Lección maxistral	Resolveranse as dúbidas expostas polo alumnado en relación cos contidos tratados nas sesións teóricas. Ademais o profesorado atenderá ás titorías individuais previamente concertadas por correo electrónico.
Resolución de problemas	Resolveranse as dúbidas expostas polo alumnado para desenvolver con éxito as actividades propostas nas sesións prácticas. Ademais o profesorado atenderá ás titorías individuais previamente concertadas por correo electrónico.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe		
Resolución de problemas	A valoración realizarase a través da entrega das actividades propostas nas práctica e/ou a través da realización dun cuestionario.	40	B1 B5 B13	C6	D3
Prácticas con apoio das TIC	Avaliarase a realización dos cuestionarios propostos en Moovi ao finalizar cada tema así como calquera outra actividade relacionada cos contidos explicados na lección maxistral.	10	B13	C6	D3
Exame de preguntas obxectivas	Proba escrita que inclúe preguntas directas e breves sobre aspectos concretos dos contidos da materia. Esta proba terá lugar o mesmo día que o exame final.	50	B1 B5	C6	

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 TICs 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

Villaverde, S.; Monfort, A.; Merino, M.J., **Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales**, Esic, 2020

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 cuatrimestre de 5º curso e a profesora responsable é Ana Isabel Martínez Senra.