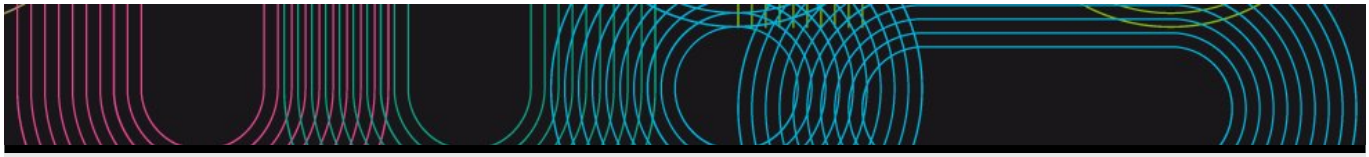

| DATOS IDENTIFICATIVOS | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Investigación comercial** | | | | |
| Asignatura | Investigación comercial | | | |
| Código | V03G020V01701 | | | |
| Titulacion | Grado en Administración y Dirección de Empresas | | | |
| Descriptores | Creditos ECTS | Seleccione | Curso | 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<br>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<br>B13 | C6 | |
| Manejo de las técnicas más empleadas en la recolección y análisis de la información. | B1<br>B13 | C6 | |
| Capacidad de abordar de manera eficaz actividades relacionadas con el proceso de investigación comercial. | B1<br>B5<br>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 y propiedades de las escalas. 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 secuencia del cuestionario. Pretest del cuestionario. Codificación del cuestionario. |
| Tema 6: Diseño y procedimiento de muestreo | Objetivos del tema. Conceptos básicos. 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 bivariante. |
| Tema 8: Elaboración del informe | Objetivos del tema. Importancia del informe. Estructura del informe. Presentación. |

**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 | El alumnado debe solucionar una serie 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 | Al finalizar un tema se abrirá un test en faitic, relativo a los contenidos explicados en la sesión magistral. Estos tests 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. 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 o a través de la realización de un test. | 40 | B1<br>B5<br>B13 | C6 | D3 |
| Prácticas con apoyo de las TIC | Se evaluará la realización de los tests propuestos en faitic al finalizar cada tema. | 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. | 50 | B1<br>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 como metodologías docentes la resolución de problemas y las prácticas con apoyo de las TIC y se modifica la lección magistral. Esta metodología será sustituida por material proporcionado en faitic y diseñado específicamente para compensar la falta de presencialidad. Se emplearán además las aulas virtuales para mantener el contacto con el alumnado, facilitar el aprendizaje de la materia a través del material proporcionado y resolver las dudas planteadas por el alumnado.

* Mecanismo no presencial de atención al alumnado (tutorías)

Las tutorías se realizarán a través del correo electrónico, las aulas virtuales y los foros en faitic.

* 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, faitic, etc.).