



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			
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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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 bivariante.
Tema 8: Elaboración del informe	Objetivos del tema. Importancia del informe. Estructura 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 de desarrollo	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 atenderá a las tutorías individuales previamente concertadas por correo electrónico.
Lección magistral	Se resolverán las dudas planteadas por el alumnado en relación con los contenidos tratados en las sesiones teóricas. Además el profesorado atenderá a las tutorías individuales previamente concertadas por correo electrónico.
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 atenderá a las tutorías individuales previamente concertadas por correo electrónico.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Resolución de problemas	En todas las prácticas (ocho) se realizarán pruebas que pueden consistir en la entrega de ejercicios y/o la realización de un cuestionario. El 50% de la calificación se repartirá entre las ocho pruebas.	50	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 de desarrollo	Prueba escrita que incluye preguntas abiertas y breves sobre los contenidos de la materia. Esta prueba se realizará en la fecha oficial del examen.	40	B1 B5	C6	

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado podrá elegir ser evaluado mediante el sistema de evaluación continua (EC), o alternatively optar por una prueba de Evaluación Global (EG). **La evaluación por defecto es la EC.** El alumnado podrá elegir EG según el

procedimiento y el plazo establecido por el centro. La elección de EG supone la renuncia al derecho de seguir evaluándose mediante las actividades de EC que resten y a la calificación obtenida hasta ese momento en cualquiera de las pruebas que ya se hayan realizado.

Evaluación continua: Para aprobar por el sistema de EC, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo imprescindible obtener como mínimo un 1,6 (sobre 4) en el examen.

Evaluación global: El alumnado podrá optar a ser evaluado por una prueba de EG, tanto en la convocatoria ordinaria como extraordinaria, que supondrá el 100% de la calificación. Esta prueba se dividirá en dos partes: una de contenidos teóricos (5 puntos) y otra de contenidos prácticos (5 puntos). Para aprobar será necesario obtener una puntuación mínima de cinco puntos, siendo imprescindible obtener como mínimo un dos en la parte teórica.

Los estudiantes que no participen en la EC ni en la EG, figurarán en las actas como no presentados.

En la convocatoria de fin de carrera la prueba de evaluación global supondrá el 100% de la calificación.

Se recomienda al alumnado tener en cuenta el Título VII (Do uso de medios ilícitos), del Regulamento sobre a Avaliación, a calificación e a calidade da docencia e do proceso de aprendizaxe do estudantado (<https://secretaria.uvigo.gal/uv/web/normativa/public/normativa/documento/downloadbyhash/4904ced4d24eb81fe5715ddde2c48c59c0a7c4d624cd0e7491df7a753985ccfa>)

Las fechas y horas de las pruebas de EG (de primera y segunda oportunidad) son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Xunta de Facultade para el curso 2023/24. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de exámenes, prevalecerán las publicadas en la web de la facultad, <http://fccee.uvigo.es/organizacion-docente.html>.

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

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

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.
