



DATOS IDENTIFICATIVOS

Muestreo aplicado a la investigación de mercados

Asignatura	Muestreo aplicado a la investigación de mercados			
Código	V06G270V01303			
Titulación	Grado en Comercio			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	2	1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Estadística e investigación operativa			
Coordinador/a	Luaces Pazos, Ricardo			
Profesorado	Luaces Pazos, Ricardo			
Correo-e	rluaces@uvigo.es			
Web	http://fatic.uvigo.es			
Descripción general	Estudio del diseño y análisis de encuestas en el ámbito de la investigación comercial			

Competencias

Código	
C15	CE15. Conocer y aplicar métodos cuantitativos de investigación operativa para la toma de decisiones en el ámbito del comercio, así como el diseño y análisis de encuestas mediante muestreo probabilístico para la realización de estudios de mercado.
C21	CE21. Identificar y resolver los problemas modelizables aplicados a las situaciones económicas mediante la aplicación de las técnicas matemáticas adecuadas, así como interpretar la solución que proporciona el modelo.
C24	CE24. Aplicar las herramientas informáticas y los conceptos y técnicas estadísticas, contables, financieras y de marketing para la generación e interpretación de informes y la planificación y gestión integral: funciones de la cadena de suministros y entrega al cliente, gestión del riesgo comercial, gestión contable y financiera, entre otros, mediante herramientas tales como las tecnologías Web, los gestores de bases de datos, la transmisión electrónica de datos, el comercio electrónico, los CRM o los sistemas integrados.

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje
Saber aplicar los procedimientos inferenciales para la estimación de las principales características poblacionales y la verificación de las hipótesis formuladas.	C15 C21 C24
Saber diseñar un estudio estadístico, en el campo de la investigación comercial, mediante una encuesta por muestreo probabilístico.	C15 C21 C24
Saber analizar la información obtenida mediante encuestas mediante la aplicación de distintos procedimientos estadísticos.	C15 C21 C24

Contenidos

Tema	
TEMA 0. Introducción a la Inferencia Estadística	0.1 Distribución Normal y distribuciones relacionadas 0.2 Teorema Central del límite. 0.3 Muestreo. Estimación puntual y por intervalos 0.4 Pruebas de Hipótesis

TEMA 1. Muestreo de unidades elementales.	1.1. Muestreo aleatorio simple; Estimación 1.2 Medias 1.3 Total 1.4. Proporciones
TEMA 2. Muestreo estratificado y por conglomerados	2.1 Muestreo estratificado 2.2 Muestreo por conglomerados
TEMA 3. Diseño de encuestas	3.1 Diseño de encuestas 3.2 Tipos de encuestas
TEMA 4. Análisis de datos de encuestas	4.1. Análisis unidimensional 4.2. Análisis bidimensional. 4.3. Análisis multidimensional. 4.4. Clasificación, segmentación.
TEMA 5. Estudio de distintas encuestas	5.1. Encuestas oficiales por muestreo 5.2. Encuestas relativas al comercio.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	28	32	60
Resolución de problemas	12	30	42
Prácticas de laboratorio	9	39	48

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Exposición con ayuda de diverso material impreso o proyectado de los principios teóricos de la materia.
Resolución de problemas	Realización de problemas, ejercicios y aplicaciones a situaciones reales.
Prácticas de laboratorio	Utilización de programas informáticos de estadística para el análisis de datos de encuestas del comercio.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	El alumno podrá resolver con el profesor sus dudas acerca de los contenidos de la materia durante las horas de tutoría.
Resolución de problemas	El alumno podrá resolver con el profesor sus dudas acerca de los contenidos de la materia durante las horas de tutoría.
Prácticas de laboratorio	El alumno podrá resolver con el profesor sus dudas acerca de los contenidos de la materia durante las horas de tutoría.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje
Lección magistral	Pruebas tipo test	30	C15 C21 C24
Resolución de problemas	Pruebas escritas de resolución de problemas y ejercicios, así como de cuestiones teórico-prácticas.	40	C15 C21 C24
Prácticas de laboratorio	Evaluación de las competencias adquiridas en análisis de datos	30	C15 C21 C24

Otros comentarios sobre la Evaluación

-Una vez terminado el período de docencia, se publicará la relación de alumnos que tienen superada la materia por evaluación continua (mínimo do 50%).

- Los alumnos que no siguiesen el proceso de evaluación continua deberán presentarse a un examen final ESCRITO del conjunto de la materia en las convocatorias oficiales publicadas por el Centro en su página web <https://fcomercio.uvigo.es/>

Fuentes de información

Bibliografía Básica

PEREZ, C, **TECNICAS DE MUESTREO ESTADÍSTICO**, GARCETA, 2010

PEREZ LOPEZ, C, **MUESTREO ESTADÍSTICO. CONCEPTOS Y PROBLEMAS RESUELTOS**, PRENTICE HALL, 2005

MANZANO, V.G., **MANUAL PARA ENCUESTADORES**, ARIEL, 1996

SANTESMASES M., **DISEÑO Y ANALISIS DE ENCUESTAS**, PIRAMIDE, 2008

SCHEAFFER, R., **ELEMENTOS DE MUESTREO**, THOMSON, 2007

AZORIN F., **METODOS Y APLICACIONES DEL MUESTREO**, ALIANZA UNIVERSIDAD, 1986

RODRIGUEZ OSUNA, J, **METODOS DE MUESTREO**, CIS, 2001

BOZA CHIRINO, J., **INTRODUCCIÓN A LAS TÉCNICAS DEL MUESTREO**, PIRAMIDE, 2016

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Estadística: Estadística/V06G270V01205

Matemáticas: Matemáticas/V06G270V01104
