



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación comercial

Materia	Investigación comercial			
Código	004G020V01701			
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	Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Profesorado	Domínguez Vila, Trinidad Rodríguez Comesaña, Lorenzo			
Correo-e	loroco@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Estudio de la necesidad de la investigación comercial y proceso de realización a través de la descripción de las principales técnicas de conocimiento y análisis de los mercados; centrándonos fundamentalmente en aquellas situaciones reales que se pueden dar en el marco empresarial de nuestro entorno.			

Competencias de titulación

Código	
A1	Posuír e comprender coñecementos sobre os aspectos internos, funcións e procesos das organizacións incluíndo a súa natureza, estrutura, goberno, operativa e dirección
A2	Posuír e comprender coñecementos sobre as interrelacións existentes entre os distintos subsistemas que conforman o sistema empresarial
A3	Posuír e comprender coñecementos sobre as institucións económicas como resultado e aplicación de representacións teóricas ou formais a respecto de como funciona a economía
A4	Posuír e comprender coñecementos sobre o marco económico que regula as actividades empresariais, e a correspondente normativa
A5	Posuír e comprender coñecementos sobre a relación entre a empresa e o seu entorno avaliando a súa repercusión na estratexia, comportamento, xestión e sustentabilidade empresarial
A6	Posuír e comprender coñecementos sobre os distintos procesos, procedementos e prácticas de xestión empresarial
A7	Posuír e comprender coñecementos sobre as principais técnicas instrumentais aplicadas ao ámbito empresarial
A8	Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo
A10	Valorar, a partir dos rexistros relevantes de información, a situación e previsible evolución dunha empresa
A11	Tomar decisións estratéxicas utilizando diferentes tipos de modelos empresariais
A13	Mobilidade e adaptabilidade a entornos e situacións diferentes
A14	Elaborar os plans e políticas nas diferentes áreas funcionais das organizacións
A15	Ter a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética
A16	Habilidades na procura, identificación e interpretación de fontes de información económica relevante
B1	Capacidade de análise e síntese
B2	Pensamento crítico e autocrítico
B3	Habilidades relacionadas co uso de aplicacións informáticas utilizadas na xestión empresarial
B4	Poder transmitir ideas, información, problemas e situacións ao público tanto especializado como non especializado
B5	Habilidades de comunicación oral e escrita
B6	Habilidades de comunicación a través de Internet e, dominio de ferramentas multimedia para a comunicación a distancia
B8	Comunicarse con fluidez no seu entorno, incluíndo competencias interpersoais de escoita activa, negociación, persuasión e presentación
B9	Capacidade de actuación eficaz dentro dun equipo de traballo

B10	Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas e mercados
B11	Redactar proxectos de xestión global ou de áreas funcionais da empresa
B13	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
B14	Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado
B15	Xestión persoal efectiva en termos de tempo, planificación e comportamento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B17	Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos
B18	Compromiso ético no traballo
B19	Motivación pola calidade e mellora continua

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
1.5 Conocer la relación entre la empresa y su entorno estudiante evaluando su repercusión en la estrategia, comportamiento, gestión y sostenibilidad empresarial	A4 A10	B2
1.6 Conocer los distintos procesos, procedimientos y prácticas de gestión empresarial	A1 A2	
1.7 Conocer las principales técnicas instrumentales aplicadas al ámbito empresarial.	A1 A2	
2.1 Identificar la generalidad de los problemas económicos que se plantean en las empresas, y saber utilizar los principales instrumentos existentes para su resolución	A3 A4 A5 A6 A7	B10
2.2 Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa	A6 A8 A10 A11	B1 B2 B4
2.5 Movilidad y adaptabilidad a entornos y situaciones diferentes	A13 A14	
2.6 Elaborar los planes y políticas en las diferentes áreas funcionales de las organizaciones	A13 A14	
3.1 Habilidades en la búsqueda, identificación e interpretación de fuentes de información económica relevante	A15 A16	B1 B3
3.2 Capacidad de análisis y síntesis		B1
3.3 Pensamiento crítico y autocrítico		B2
4.1 Habilidades de comunicación oral y escrita		B5
4.4 Comunicarse con fluidez en su entorno incluyendo competencias interpersonales de escucha activa, negociación, persuasión y presentación		B4 B5 B6 B8
4.5 Capacidad de desempeño efectivo dentro de un equipo de trabajo		B9
4.6 Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados		B10
4.7 Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa		B11
5.1 Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo		B13
5.2 Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado		B14
6.1 Gestión personal efectiva en términos de tiempo, planificación y comportamiento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial		B15
6.3 Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos		B17
6.4 Compromiso ético en el trabajo		B18
6.5 Motivación por la calidad y la mejora continua		B19

Contidos

Tema	
1. Introcucción	1.1 Introducción a la Investigación comercial 1.2. Fases de la Investigación comercial
2. Preparación del diseño de la investigación	2.1 Redacción del plan de investigación: Datos primarios y secundarios; Observación, entrevistas en profundidad, reuniones de grupo, encuestas y tipos, experimentación Escalas, cuestionarios Muestreo
3. Recolección y captura de datos	3.1 Recolección de datos, codificación, análisis
4. Informe de los resultados y su presentación	4. Contenido del informe

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	20	30	50
Estudo de casos/análises de situacións	10	15	25
Presentacións/exposicións	1.5	6	7.5
Tutoría en grupo	3	10.5	13.5
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	2	2	4
Traballos e proxectos	10	40	50

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente	
	Descrición
Sesión maxistral	Explicar e desenvolver o contido teórico e práctico relacionado con a asignatura.
Estudo de casos/análises de situacións	Realización de casos, exercicios ou similares, así como o manejo de programas informáticos.
Presentacións/exposicións	Realización de presentacións e exposicións derivadas de actividades ou proxectos vinculados a la asignatura.
Tutoría en grupo	Tutoría en grupo para guiar na resolución de casos e exercicios, así como para a elaboración e desenvolvemento de traballos xuntos.

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Tutoría en grupo	Tutorías individuais e de grupo, para explicar directrices de realización de traballos individuais e de grupo; así como resolver dúbidas conceptuais ou de exercicios prácticos.

Avaliación		
	Descrición	Cualificación
Presentacións/exposicións	Se realizarán diversas presentacións a lo largo do curso en relación co traballo que se desenvolverá.	15
Probas de resposta longa, de desenvolvemento	Pruebas para a avaliación das competencias adquiridas que inclúen preguntas abertas sobre un tema. Os alumnos deben desenvolver, relacionar, organizar e presentar os coñecementos que teñen sobre a materia.	40
Traballos e proxectos	Realización de unha investigación de mercado sobre unha temática concreta a realizar en grupo e outras posibles actividades. Dicho traballo terá varias datas de entrega ao ir seccionado para a súa avaliación parcial.	45

Outros comentarios sobre a Avaliación

EVALUACIÓN CONTINUA

- Para optar a avaliación continua, se deberá presentar e defender o traballo de investigación comercial.
- Tanto na proba de resposta longa como nas diversas presentacións e traballos, se deberá obter unha calificación do 50% en cada unha delas para facer media.
- As notas positivas obtidas na avaliación continua, se mantendrán para o resto de convocatorias de ese ano académico.

NO EVALUACIÓN CONTINUA

Se realizará unha proba teórico-práctica na data oficial sinalada no calendario escolar.

Bibliografía. Fontes de información

- Dillon, W.R., **Investigación de mercados en un entorno de marketing**, 1997,
 Hair, J., Bush, R. & Ortinau, D., **Investigación de mercados**, 2010,
 Malhotra, **Investigación de mercados, un enfoque aplicado**, 2010,
 Santesmases, M., **Diseño y análisis de encuestas en investigación social e de mercados**, 2005,

Se utilizará de manual y libro de referencia primaria:

- Malhotra, N. (2010). Investigación de mercados, un enfoque aplicado. 4ª Edición. Prentice Hall, México.

Recomendacións

Outros comentarios

Esta guía docente anticipa las líneas generales que se deben llevar a cabo con el alumnado en esta materia, principalmente los que opten por una evaluación continua, concibiéndose el proceso de forma flexible. En consecuencia, puede requerir reajustes a lo largo del año académico causados por la propia dinámica de la clase y el grupo de destinatarios real, o por la relevancia de las situaciones que puedan surgir. Así mismo, se le aportarán al alumnado la información y pautas que sean necesarias en cada momento del proceso formativo.
