



## 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           | Rodríguez Comesaña, Lorenzo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |        |       |              |
| Correo-e              | loroco@uvigo.es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Web                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Descrición xeral      | <p>Investigación comercial é unha materia obrigatoria que consta dun total de 6 créditos ECTS que se corresponden con 150 horas de traballo do alumno, das cales 50 son actividades presenciais, mentres que o resto serán actividades de traballo persoal.</p> <p>Esta materia pretende que o estudante adquira unha visión ampla das diversas técnicas de recollida da información e familiarícese cos sistemas de análises e interpretación dos datos. O obxectivo final da materia é que o alumno sexa capaz de desenvolver un proceso de investigación comercial</p> |        |       |              |

## 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 |    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----|----|
| Coñecer qué son, para qué sirven e cales son os diferentes tipos de sistemas de distribución turística |                                       |    |    |
| Comprensión do proceso de investigación comercial dende un punto de vista teórico e aplicado.          | B1<br>B13                             | C6 |    |
| Manexo das técnicas máis empregadas na recolección e análise da información.                           | B1<br>B13                             | C6 |    |
| Capacidade de abordar de xeito eficaz actividades relacionadas co proceso de investigación comercial.  | B1<br>B5<br>B13                       | C6 | D3 |

## Contidos

|                                                                    |                                                                                                                                       |
|--------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema                                                               |                                                                                                                                       |
| Tema 1: O papel da investigación comercial                         | Obxectivos do tema. Concepto. Aplicacións. Limitacións. Consideracións éticas. Tipos de investigación. Etapas. Fontes de información. |
| Tema 2: Investigación exploratoria. Técnicas cualitativas          | Obxectivos do tema. Características. Reunión de grupos. Entrevista en profundidade. Técnicas proyectivas. Observación.                |
| Tema 3: Investigación causal e descriptiva. Técnicas cuantitativas | Obxectivos do tema. Características. Experimentación. Enquisas ad hoc. Enquisas periódicas.                                           |

|                                           |                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 4: Medición e escalas                | Obxectivos do tema. Medición e propiedades das escalas. Escalas básicas. Escalas comparativas. Escalas non comparativas. Creación de escalas. Avaliación das escalas.   |
| Tema 5: Deseño do cuestionario            | Obxectivos do tema. Concepto e funcións do cuestionario. Tipos de preguntas. Elaboración das preguntas. Estrutura e secuencia do cuestionario. Pretest do cuestionario. |
| Tema 6: Deseño e procedemento de muestreo | Obxectivos do tema. Conceptos básicos. Etapas na selección da mostra. Muestreo non probabilístico. Muestreo probabilístico. Cálculo do tamaño da mostra.                |
| Tema 7: Análise dos datos                 | Obxectivos do tema. Consideracións previas. Etapas. Codificación. Análise univariante. Análise bivariante. Análise multivariante                                        |
| Tema 8: Elaboración do informe            | Obxectivos do tema. Importancia do informe. Estrutura do informe. Presentación                                                                                          |

### 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 autónomas a través de TIC | 0             | 25                 | 25           |
| Probas de resposta curta            | 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           | Presentación dos obxectivos e contidos da materia, metodoloxía de traballo e sistemas de avaliación.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Lección maxistral                   | Exposición por parte do profesor dos contidos da materia, complementada co uso de medios audiovisuais e a formulación de cuestións dirixidas aos estudantes para facilitar a aprendizaxe. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material colgado en faitic, co fin de seguir as explicacións e participar activamente nas devanditas cuestións.                                    |
| Resolución de problemas             | En cada práctica realizaranse actividades (aplicación de conceptos, exercicios ou casos de estudo) coa finalidade de aplicar de forma efectiva os coñecementos teóricos adquiridos nas sesións maxistrais. Os estudantes traballarán de forma autónoma, individualmente ou en grupo, baixo a supervisión do profesor. Estas sesións prácticas terán lugar en seminarios ou aulas de informática. |
| Prácticas autónomas a través de TIC | Ao finalizar un tema teórico abriráse un test na Plataforma Tema, relativo ós contidos desenvolto na sesión maxistral. Trátase de actividades non presenciais que posibilitan o seguimento e avaliación do alumno e que deberán realizarse nos prazos sinalados.                                                                                                                                 |

### Atención personalizada

| Metodoloxías            | Descrición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resolución de problemas | Cada estudante solicitaralle ao profesor as aclaracións que estime oportunas para comprender mellor a materia e desenvolver con éxito as actividades propostas. Ademais o profesor establecerá ao principio de curso un horario para tutorías individuais ao que o alumno pode acudir para resolver calquera tipo de dúbida referente á materia. |

### Avaliación

|                                     | Descrición                                                                                                                                                    | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |    |    |
|-------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|----|----|
| Resolución de problemas             | A valoración neste contexto pode consistir na entrega de exercicios, exposicións orais ou a realización dun test.                                             | 30            | B1<br>B5<br>B13                       | C6 | D3 |
| Prácticas autónomas a través de TIC | Avaliaráse a resolución dos cuestionarios vinculados ás sesións maxistrais                                                                                    | 10            | B13                                   | C6 | D3 |
| Probas de resposta curta            | Proba escrita que inclúe preguntas directas e breves sobre aspectos concretos do programa da materia. Será necesario aprobar esta proba para avaliar o resto. | 60            | B1<br>B5                              | C6 |    |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Para superar a materia será necesario obter unha puntuación mínima de cinco puntos, sendo condición imprescindible obter como mínimo un 5 sobre 10 na proba de resposta curta.

A puntuación obtida nas prácticas mantense na convocatoria de xuño e xullo do curso académico en vigor pero non se gardará para cursos sucesivos.

Esta guía docente anticipa as líneas de actuación que se deben levar a cabo co estudante da materia e concíbense de forma flexible. En consecuencia, pode ser necesario realizar axustes ao longo del curso académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que pudesen surxir. Asimesmo, aportarase ao estudantado a información e pautas concretas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.

---

## **Bibliografía. Fontes de información**

### **Bibliografía Básica**

Malhotra, N.K.,, **Investigación de mercados. Conceptos esenciales**, Pearson, 2016

### **Bibliografía Complementaria**

Fernandez Nogales A, **Investigación y técnicas de mercados 2 ed**, 2004,

Hair,J., Bush, R. & Ortinau, D., **Investigacion de mercados**, 2010,

Malhotra, **Investigacion de mercados, un enfoque aplicado**, 2010,

Santesmases, M., **Diseño y análisis de encuestas en investigación social t de mercados**, 2005,

---

## **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.