



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Investigación de mercados turísticos

|                       |                                                         |        |       |              |
|-----------------------|---------------------------------------------------------|--------|-------|--------------|
| Materia               | Investigación de mercados turísticos                    |        |       |              |
| Código                | 004G240V01602                                           |        |       |              |
| Titulación            | Grao en Turismo                                         |        |       |              |
| Descritores           | Creditos ECTS                                           | Sinale | Curso | Cuadrimestre |
|                       | 6                                                       | OB     | 3     | 2c           |
| Lingua de impartición | Castelán<br>Galego                                      |        |       |              |
| Departamento          | Organización de empresas e márketing                    |        |       |              |
| Coordinador/a         | Fraiz Brea, José Antonio                                |        |       |              |
| Profesorado           | Fraiz Brea, José Antonio                                |        |       |              |
| Correo-e              | jafraiz@uvigo.es                                        |        |       |              |
| Web                   |                                                         |        |       |              |
| Descrición xeral      | Proceso de investigación comercial no sector turístico. |        |       |              |

## Competencias

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| A1     | Que os estudantes demostren posuír e comprender coñecementos nunha área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral e adoita atoparse a un nivel que, malia se apoiar en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo. |
| A2     | Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dunha forma profesional e posúan as competencias que adoitan demostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de estudo.                                                     |
| A3     | Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.                                                                                     |
| A4     | Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solución a un público tanto especializado coma non especializado.                                                                                                                                                                                    |
| A5     | Que os estudantes desenvolvan aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía.                                                                                                                                                                               |
| B1     | Habilidades no manexo das TIC para a procura e uso da información                                                                                                                                                                                                                                                        |
| B2     | Ser capaz de analizar, sintetizar e administrar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición                                                                                                                                                                             |
| B3     | Capacidade para interpretar criticamente datos e texto                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| B7     | Capacidade de traballo en equipo, así como a nivel individual                                                                                                                                                                                                                                                            |
| B8     | Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| B9     | Capacidade de aplicar os coñecementos teóricos e prácticos adquiridos nun contexto académico especializado                                                                                                                                                                                                               |
| B10    | Capacidade para tornar un problema empírico en obxecto de investigación e elaborar conclusións                                                                                                                                                                                                                           |
| C9     | Comprender e interpretar coñecementos ao respecto das técnicas básicas de investigación e prospectiva en materia turística.                                                                                                                                                                                              |
| C10    | Analizar e avaliar os impactos xerados polo turismo                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| C12    | Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección de persoal                                                                                                                                                                                                    |
| D1     | Responsabilidade e capacidade para asumir compromisos                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| D2     | Compromiso ético                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| D3     | Creatividade                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## Resultados de aprendizaxe

|                                                                                     |                                       |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos na materia                                                     | Resultados de Formación e Aprendizaxe |
| Adquirir coñecementos e dominio das ferramentas do programa de marketing da empresa |                                       |

|                                                                                                                                                   |          |           |     |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----|----|
| Identificar os principais estudos e fontes de información e investigación no ámbito turístico                                                     | A1<br>A3 | B2<br>B3  | C9  |    |
| Ser capaz de realizar unha investigación de mercados para axudar á toma de decisións empresariais                                                 | A2       | B1<br>B9  | C10 | D1 |
| Comprender o comportamento das persoas en empresas turísticas e aplicar as técnicas e métodos de dirección persoal                                | A2       | B8        | C12 |    |
| Entender as características do "novο" consumidor dixital e a incidencia destes na redefinición de modelos de negocio exitosos no sector turístico |          |           |     |    |
| Entender as características do "novο" consumidor dixital e a incidencia destes na redefinición de modelos de negocio exitosos no sector turístico |          |           |     |    |
| Adquirir habilidades no manexo do TIC para a procura e aproveitamento da información                                                              | A4<br>A5 | B1        |     | D3 |
| Ser capaz de analizar, sintetizar e xestionar datos derivados das observacións usando os fundamentos técnicos cuantitativos e de predición        | A3       | B2<br>B3  | C12 | D2 |
| Deducir o funcionamento das organizacións turísticas e ferramentas e instrumentos de saída                                                        | A1       | B2        | C9  |    |
| Comprender a contorna en que operan as organizacións turísticas                                                                                   | A3       | B7<br>B10 | C10 | D1 |

## Contidos

| Tema                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 1.- A INVESTIGACIÓN COMERCIAL NO SECTOR TURÍSTICO.                              | 1.1. A investigación comercial como ferramenta de obtención de información.<br>1.2. Concepto de investigación comercial.<br>1.3. Os suxeitos da investigación comercial no sector turístico.<br>1.4. Áreas de investigación comercial no ámbito turístico.<br>1.5. Técnicas de investigación comercial na contorna turística.<br>1.6. Consideracións éticas. |
| Tema 2.- O PROCESO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL.                                       | 2.1. Fases do proceso de investigación comercial.<br>2.2. Fontes de erros no proceso de investigación comercial.                                                                                                                                                                                                                                             |
| Tema 3.- SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MERCADOTECNIA EN ORGANIZACIÓN TURÍSTICAS.        | 3.1. Concepto, estrutura e funcionamento.<br>3.2. Fontes de información secundaria no ámbito turístico.<br>3.3. Fontes de información primaria na contorna turística.<br>3.4. Novas tecnoloxías e sistemas de información de Mercadotecnia en organizacións turísticas.                                                                                      |
| Tema 4.- Os ESTUDOS DE MERCADO TURÍSTICOS.                                           | 4.1. Os estudos de mercado na contorna turística.<br>4.2. Identificación do problema e obxectivos de estudo.<br>4.3. Deseño xeral da investigación.<br>4.4. Recolección, tabulación e análise de datos.<br>4.5. Preparación de conclusións e informe.                                                                                                        |
| Tema 5.- O CUESTIONARIO NOS ESTUDOS DE MERCADO TURÍSTICOS.                           | 5.1. Características básicas.<br>5.2. Tipoloxía de preguntas.<br>5.3. Redacción e ordenación.<br>5.4. Proba piloto e corrección de problemas.                                                                                                                                                                                                                |
| Tema 6.- ESCALAS DE MEDICIÓN NO SECTOR TURÍSTICO.                                    | 6.1. Medición e escalas.<br>6.2. Escalas de medida.<br>6.3. Escalas de actitude.<br>6.4. Outras tipoloxías de escalas de medida.                                                                                                                                                                                                                             |
| Tema 7.- MOSTRAXE EN MERCADOS TURÍSTICOS.                                            | 7.1. Concepto de mostraxe.<br>7.2. Determinación do tamaño da mostra.<br>7.3. Método de mostraxe.                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Tema 8.- PREPARACIÓN DOS DATOS PARA A ANÁLISE DE DATOS TURÍSTICOS.                   | 8.1. Etapas no proceso de preparación dos datos.<br>8.2. Codificación.<br>8.3. Creación do ficheiro.<br>8.4. Análise de consistencia.<br>8.5. Ponderación do ficheiro.                                                                                                                                                                                       |
| Tema 9.- ANÁLISE ESTATÍSTICA DOS DATOS TURÍSTICOS: CONCEPTOS E PROCEDEMENTOS XERAIS. | 9.1. Técnicas de análises de datos: Conceptos básicos e clasificación.<br>9.2. Procedementos xerais para a selección das técnicas e variables na análise de datos.<br>9.3. Análise dunha variable.<br>9.4. Análise de dúas variables.<br>9.5. Análise multivariable.                                                                                         |

## Planificación

|                          | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|--------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Metodoloxías integradas  | 45            | 90                 | 135          |
| Titoría en grupo         | 5             | 8                  | 13           |
| Probas de resposta curta | 2             | 0                  | 2            |

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

## Metodoloxía docente

|                         | Descrición                                                                                                                                  |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Metodoloxías integradas | Lección maxistral. Análise e debate de casos prácticos. Traballos individuais e traballos en equipo.                                        |
| Titoría en grupo        | Explicación das directrices para os traballos individuais e en grupo. Resolución de dúbidas de contidos teóricos e de exercicios prácticos. |

## Atención personalizada

| Metodoloxías     | Descrición                                                                |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Titoría en grupo | Orientacións para o desenvolvemento dos traballos. Resolución de dúbidas. |

## Avaliación

|                          | Descrición                                                                                                                                                                         | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe |           |                        |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|---------------------------------------|-----------|------------------------|
| Metodoloxías integradas  | Estudo de casos prácticos, resolución de exercicios, traballos individuais e en equipo                                                                                             | 60            | A1                                    | B2        | D1                     |
|                          |                                                                                                                                                                                    |               | A2                                    | B3        | D2                     |
|                          |                                                                                                                                                                                    |               | A3                                    | B7        | D3                     |
|                          |                                                                                                                                                                                    |               | A4                                    | B8        |                        |
|                          |                                                                                                                                                                                    |               | A5                                    | B9        |                        |
| Probas de resposta curta | Proba escrita: realizarase na data asignada no calendario de exames do Centro e consistirá nunha serie de cuestións teórico-prácticas. O tempo dispoñible será de sesenta minutos. | 40            |                                       | B1<br>B10 | C9<br>C10<br>C12<br>D3 |

## Outros comentarios sobre a Avaliación

Débase superar, indistintamente, cada unha das dúas partes: teórica (a través do exame final), ou práctica (a través da avaliación continua mediante o traballo en grupo ou a través do exame final). É dicir, esíxese un mínimo do 50% en cada unha das partes para poder facer media coa outra parte. No caso de que o estudante non opte pola avaliación continua, este terá que realizar unha proba escrita. Dita proba comporase de tres partes: test; preguntas curtas e de desenvolvemento; resolución dun caso práctico. A duración da proba será de noventa minutos. En segunda convocatoria, manterase o procedemento de avaliación anteriormente descrito. As datas e horarios das probas de avaliación das diferentes convocatorias son as especificadas no calendario de probas de avaliación aprobado pola Xunta de Centro para o curso 2017-18.

En caso de conflito ou disparidade entre as datas dos exames, prevalecerán as sinaladas na páxina web da FCETOU.

Condutas inadecuadas, contrarias e prexudiciais á convivencia, poderán ser sancionadas coa perda do dereito á avaliación continua por parte do estudante responsable.

## Bibliografía. Fontes de información

### Bibliografía Básica

PEDRET, R. y OTROS, **La investigación comercial como soporte del marketing**, 1, Deusto, 2000

LÓPEZ, J.M y LÓPEZ, L.M., **Manual de investigación de mercados turísticos**, 1, Pirámide, 2015

### Bibliografía Complementaria

ÁLVAREZ, R., **Principios de investigación del mercado turístico**, 1, Corditur, 2004

BIGNÉ, E.; FONT, X. y ANDREU, L., **Marketing de destinos turísticos**, 1, ESIC, 2000

SANTESMASES, M., **DYANE: Diseño y análisis de encuestas**, 4, Pirámide, 2009

FERNÁNDEZ NOGALES, A., **Investigación y técnicas de mercado**, 1, ESIC, 2002

TRESPALACIOS, J.A.; VÁZQUEZ, R. Y BELLO, L., **Investigación de mercados**, 1, Thomson, 2005

## Recomendacións