



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Investigación de mercados turísticos

|                     |                                                            |            |       |              |
|---------------------|------------------------------------------------------------|------------|-------|--------------|
| Asignatura          | Investigación de mercados turísticos                       |            |       |              |
| Código              | 004G240V01602                                              |            |       |              |
| Titulación          | Grado en Turismo                                           |            |       |              |
| Descriptores        | Creditos ECTS                                              | Seleccione | Curso | Cuatrimestre |
|                     | 6                                                          | OB         | 3     | 2c           |
| Lengua              | Castellano                                                 |            |       |              |
| Impartición         | Gallego                                                    |            |       |              |
| Departamento        | Organización de empresas y marketing                       |            |       |              |
| Coordinador/a       | Fraiz Brea, José Antonio                                   |            |       |              |
| Profesorado         | Fraiz Brea, José Antonio                                   |            |       |              |
| Correo-e            | jafraiz@uvigo.es                                           |            |       |              |
| Web                 |                                                            |            |       |              |
| Descripción general | Proceso de investigación comercial en el sector turístico. |            |       |              |

## Resultados de Formación y Aprendizaje

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| A1     | Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio. |
| A2     | Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.                                                                                       |
| A3     | Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.                                                                                                                    |
| A4     | Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.                                                                                                                                                                                                                   |
| A5     | Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.                                                                                                                                                                                                  |
| B1     | Habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| B2     | Ser capaz de analizar, sintetizar y gestionar datos derivados de las observaciones usando los fundamentos técnicos cuantitativos y de predicción                                                                                                                                                                                                           |
| B3     | Capacidad para interpretar críticamente datos y texto                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| B7     | Capacidad de trabajo en equipo, así como a nivel individual                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| B8     | Capacidad de aprendizaje y trabajo autónomo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| B9     | Capacidad de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos en un contexto académico especializado                                                                                                                                                                                                                                              |
| B10    | Capacidad para convertir un problema empírico en un objeto de investigación y elaborar conclusiones                                                                                                                                                                                                                                                        |
| C9     | Comprender e interpretar conocimientos acerca de las técnicas básicas de investigación y prospectiva en materia turística                                                                                                                                                                                                                                  |
| C10    | Analizar y evaluar los impactos generados por el turismo                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| C12    | Comprender el comportamiento de las personas en empresas turísticas y aplicar las técnicas y métodos de dirección de personal                                                                                                                                                                                                                              |
| D1     | Responsabilidad y capacidad para asumir compromisos                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| D2     | Compromiso ético                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| D3     | Creatividad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## Resultados previstos en la materia

|                                    |                                       |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| Resultados previstos en la materia | Resultados de Formación y Aprendizaje |
|------------------------------------|---------------------------------------|

|                                                                                                                                                  |          |           |     |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------|-----|----|
| Identificar los principales estudios y fuentes de información e investigación en el ámbito turístico                                             | A1<br>A3 | B2<br>B3  | C9  |    |
| Ser capaz de realizar una investigación de mercados para ayudar a la toma de decisiones empresariales                                            | A2       | B1<br>B9  | C10 | D1 |
| Comprender el comportamiento de las personas en empresas turísticas y aplicar las técnicas y métodos de dirección personal                       | A2       | B8        | C12 |    |
| Adquirir habilidades en el manejo de las TIC para la búsqueda y aprovechamiento de la información                                                | A4<br>A5 | B1        |     | D3 |
| Ser capaz de analizar, sintetizar y gestionar datos derivados de las observaciones usando los fundamentos técnicos cuantitativos y de predicción | A3       | B2<br>B3  | C12 | D2 |
| Deducir el funcionamiento de las organizaciones turísticas y herramientas e instrumentos de salida                                               | A1       | B2        | C9  |    |
| Comprender el entorno en que operan las organizaciones turísticas                                                                                | A3       | B7<br>B10 | C10 | D1 |

## Contenidos

### Tema

|                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema 1.- LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL EN EL SECTOR TURÍSTICO.                                  | 1.1. La investigación comercial como herramienta de obtención de información.<br>1.2. Concepto de investigación comercial.<br>1.3. Los sujetos de la investigación comercial en el sector turístico.<br>1.4. Áreas de investigación comercial en el ámbito turístico.<br>1.5. Técnicas de investigación comercial en el entorno turístico.<br>1.6. Consideraciones éticas. |
| Tema 2.- EL PROCESO DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL.                                              | 2.1. Fases del proceso de investigación comercial.<br>2.2. Fuentes de errores en el proceso de investigación comercial.                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Tema 3.- SISTEMAS DE INFORMACIÓN DE MARKETING EN ORGANIZACIONES TURÍSTICAS.                  | 3.1. Concepto, estructura y funcionamiento.<br>3.2. Fuentes de información secundaria en el ámbito turístico.<br>3.3. Fuentes de información primaria en el entorno turístico.<br>3.4. Nuevas tecnologías y sistemas de información de Marketing en organizaciones turísticas.                                                                                             |
| Tema 4.- LOS ESTUDIOS DE MERCADO TURÍSTICOS.                                                 | 4.1. Los estudios de mercado en el entorno turístico.<br>4.2. Identificación del problema y objetivos de estudio.<br>4.3. Diseño general de la investigación.<br>4.4. Recolección, tabulación y análisis de datos.<br>4.5. Preparación de conclusiones e informe.                                                                                                          |
| Tema 5.- EL CUESTIONARIO EN LOS ESTUDIOS DE MERCADO TURÍSTICOS.                              | 5.1. Características básicas.<br>5.2. Tipología de preguntas.<br>5.3. Redacción y ordenación.<br>5.4. Prueba piloto y corrección de problemas.                                                                                                                                                                                                                             |
| Tema 6.- ESCALAS DE MEDICIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO.                                         | 6.1. Medición y escalas.<br>6.2. Escalas de medida.<br>6.3. Escalas de actitud.<br>6.4. Otras tipologías de escalas de medida.                                                                                                                                                                                                                                             |
| Tema 7.- MUESTREO EN MERCADOS TURÍSTICOS.                                                    | 7.1. Concepto de muestreo.<br>7.2. Determinación del tamaño de la muestra.<br>7.3. Método de muestreo.                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Tema 8.- PREPARACIÓN DE LOS DATOS PARA EL ANÁLISIS DE DATOS TURÍSTICOS.                      | 8.1. Etapas en el proceso de preparación de los datos.<br>8.2. Codificación.<br>8.3. Creación del fichero.<br>8.4. Análisis de consistencia.<br>8.5. Ponderación del fichero.                                                                                                                                                                                              |
| Tema 9.- ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LOS DATOS TURÍSTICOS: CONCEPTOS Y PROCEDIMIENTOS GENERALES. | 9.1. Técnicas de análisis de datos: Conceptos básicos y clasificación.<br>9.2. Procedimientos generales para la selección de las técnicas y variables en el análisis de datos.<br>9.3. Análisis de una variable.<br>9.4. Análisis de dos variables.<br>9.5. Análisis multivariantes.                                                                                       |

## Planificación

|                                        | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
|----------------------------------------|----------------|----------------------|---------------|
| Aprendizaje basado en proyectos        | 45             | 90                   | 135           |
| Seminario                              | 5              | 8                    | 13            |
| Resolución de problemas y/o ejercicios | 2              | 0                    | 2             |

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

| <b>Metodologías</b>             |                                                                                                                                                 |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                 | Descripción                                                                                                                                     |
| Aprendizaje basado en proyectos | Lección magistral. Análisis y debate de casos prácticos. Trabajos individuales y trabajos en equipo.                                            |
| Seminario                       | Explicación de las directrices para los trabajos individuales y en grupo. Resolución de dudas de contenidos teóricos y de ejercicios prácticos. |

| <b>Atención personalizada</b> |                                                                        |
|-------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Metodologías                  | Descripción                                                            |
| Seminario                     | Orientaciones para el desarrollo de los trabajos. Resolución de dudas. |

| <b>Evaluación</b>                                                    |                            |              |                                       |     |     |    |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------|---------------------------------------|-----|-----|----|
|                                                                      | Descripción                | Calificación | Resultados de Formación y Aprendizaje |     |     |    |
| Aprendizaje basado en proyectos                                      | Trabajos individuales: 40% | 60           | A1                                    | B2  |     | D1 |
|                                                                      | Trabajos en equipo: 10%    |              | A2                                    | B3  |     | D2 |
|                                                                      | Resolución de ejercicios   |              | A3                                    | B7  |     | D3 |
|                                                                      | y salidas formativas: 10%  |              | A4                                    | B8  |     |    |
|                                                                      |                            |              | A5                                    | B9  |     |    |
| Resolución de problemas y/o ejercicios                               | Pruebas escritas:          | 40           |                                       | B1  | C9  | D3 |
|                                                                      |                            |              |                                       | B10 | C10 |    |
|                                                                      | -Parcial 1: 10%            |              |                                       |     | C12 |    |
|                                                                      | -Parcial 2: 15%            |              |                                       |     |     |    |
|                                                                      | -Parcial 3: 15%            |              |                                       |     |     |    |
| Se realizarán en la fecha asignada en el cronograma de la asignatura |                            |              |                                       |     |     |    |

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### EVALUACIÓN CONTINUA (EC)

Se debe superar, indistintamente, cada una de las dos partes: teórica (a través de tres pruebas parciales), o práctica (a través de la evaluación continua mediante los trabajos individuales, en grupo, resolución de ejercicios y salidas formativas). Es decir, se exige un mínimo del 50% en cada una de las partes para poder hacer promedio con la otra parte.

Conductas inadecuadas, contrarias y perjudiciales a la convivencia, podrán ser sancionadas con la pérdida del derecho a la evaluación continua por parte del estudiante responsable.

#### EVALUACIÓN GLOBAL (EG)

En caso de que el estudiante no opte por la evaluación continua, éste tendrá que realizar una prueba escrita. Dicha prueba se compondrá de tres partes: test (20% nota); preguntas cortas y de desarrollo (40% nota); resolución de un caso práctico (40% nota). La duración de la prueba será de noventa minutos.

En segunda convocatoria (2ª OPORTUNIDAD), se mantendrá el procedimiento de evaluación anteriormente descrito. Las fechas y horarios de las pruebas de evaluación de las diferentes convocatorias son las especificadas en el calendario de pruebas de evaluación aprobado por la Junta de Centro para el curso 2023-24. En caso de conflicto o disparidad entre las fechas de los exámenes, prevalecerán las señaladas en la página web de la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo.

#### AVISOS SOBRE LA EVALUACIÓN

Los alumnos matriculados manifestarán formalmente (por correo electrónico oa través de Moovi) su intención de participar en el sistema de evaluación continua. El plazo para el cambio al sistema de evaluación global será el que establezca la Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo.

### Fuentes 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

MONTFORT, A. y OTROS, **Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales**, 1, ESIC, 2020

#### 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

---

## **Recomendaciones**

---