



## 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<br>Vaamonde Liste, Antonio                                      |            |       |              |
| Correo-e            | rluaces@uvigo.es  |            |       |              |
| Web                 | <a href="http://fatic.uvigo.es">http://fatic.uvigo.es</a>                             |            |       |              |
| 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 poboacionais y la verificación de las hipótesis formuladas. | C15<br>C21<br>C24                     |
| Saber diseñar un estudio estadístico, en el campo de la investigación comercial, mediante una encuesta por muestreo probabilístico.                              | C15<br>C21<br>C24                     |
| Saber analizar la información obtenida mediante encuestas mediante la aplicación de distintos procedimientos estadísticos.                                       | C15<br>C21<br>C24                     |

## Contenidos

| Tema   |  |
|--|--|
| TEMA 1. Muestreo de unidades elementales.          | 1.1. Muestreo aleatorio simple; Estimación<br>1.2 Medias<br>1.3 Total<br>1.4. Proporciones |
| TEMA 2. Muestreo estratificado y por conglomerados | 2.1 Muestreo estratificado<br>2.2 Muestreo por conglomerados                               |

|  |  |
|--|--|
| TEMA 3. Diseño de encuestas            | 3.1 Diseño de encuestas<br>3.2 Tipos de encuestas  |
| TEMA 4. Análisis de datos de encuestas | 4.1. Análisis unidimensional<br>4.2. Análisis bidimensional.<br>4.3. Análisis multidimensional.<br>4.4. Clasificación, segmentación. |
| TEMA 5. Estudio de distintas encuestas | 5.1. Encuestas oficiales por muestreo<br>5.2. Encuestas relativas al comercio.   |

| <b>Planificación</b>     |                |                      |               |
|--------------------------|----------------|----------------------|---------------|
|                          | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
| Lección magistral        | 28             | 32                   | 60            |
| Resolución de problemas  | 12             | 30                   | 42            |
| Trabajo tutelado         | 0              | 20                   | 20            |
| Prácticas de laboratorio | 9              | 18                   | 27            |
| Otras                    | 1              | 0                    | 1             |

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

| <b>Metodologías</b>      |   |
|--------------------------|---|
|                          | 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.   |
| Trabajo tutelado         | Realización, mediante trabajo en grupo, de un estudio de mercado, en base a construcción de un cuestionario, diseño del muestreo, obtención y análisis de datos, con elaboración de un informe final y conclusiones |
| Prácticas de laboratorio | Utilización de programas informáticos de estadística para el análisis de datos de encuestas del comercio.   |

| <b>Atención personalizada</b> |   |
|-------------------------------|---|
| Metodologías                  | Descripción   |
| Trabajo tutelado              | El alumno podrá resolver con el profesor sus dudas acerca de los contenidos de la materia durante las horas de tutoría. |
| 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. |

| <b>Evaluación</b>       |   |              |                                       |
|-------------------------|---|--------------|---------------------------------------|
|                         | Descripción   | Calificación | Resultados de Formación y Aprendizaje |
| Resolución de problemas | Pruebas escritas de resolución de problemas y ejercicios, así como de cuestiones teórico-prácticas. Estas pruebas se realizarán a lo largo del período de docencia.   | 60           | C15<br>C21<br>C24                     |
| Trabajo tutelado        | Realización, mediante trabajo en grupo, de un estudio de mercado, en base a la construcción de un cuestionario, diseño del muestreo, obtención y análisis de datos, con elaboración de un informe final y conclusiones. | 20           | C15<br>C21<br>C24                     |
| Otras                   | Asistencia e participación nas prácticas de pizarra e nas clases prácticas de laboratorio (10%)<br><br>Trabajos individuales (10%)  | 20           | C15<br>C21<br>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 llegaran a dicho mínimo, podrán recuperar partes del proceso de evaluación continua en las convocatorias oficiales de examen.

- 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 polo Centro.

---

### **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., **MÉTODOS Y APLICACIONES DEL MUESTREO**, ALIANZA UNIVERSIDAD, 1986

RODRIGUEZ OSUNA, J, **MÉTODOS 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

---