



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación comercial

Materia	Investigación comercial			
Código	V03G020V01701			
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	4	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Martínez Senra, Ana Isabel			
Profesorado	Martínez Senra, Ana Isabel			
Correo-e	aimtnez@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	(*) 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. Esta materia pretende que o estudante comprenda a necesidade e utilidade da investigación comercial dentro do ámbito da Dirección Comercial e en calquera proceso de toma de decisións dentro da organización. Ademais trátase de que adquira unha visión ampla das diversas fontes, métodos e 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.			

Competencias de titulación

Código	
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
A12	Solucionar de maneira eficaz problemas e tomar decisións utilizando métodos cuantitativos e cualitativos apropiados, incluíndo entre eles a identificación, formulación e solución dos problemas empresariais
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
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
B13	Capacidade de aprendizaxe e traballo autónomo
B15	Xestión persoal efectiva en termos de tempo, planificación e comportamento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial
B19	Motivación pola calidade e mellora continua

Competencias de materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe
(*) Adquirir coñecementos básicos para deseñar procesos de investigación comercial	A6
(*) Aplicar métodos cualitativos e cuantitativos de obtención da información	A6
	A12

(*) Realizar unha análise básica da información e interpretar e expoñer os resultados	A7 A12 A15 A16	B1 B3 B5 B9
(*) Someter a contraste e discusión as ideas expostas nas leccións magistrais		B4 B5 B8
(*) Revisar con certa periodicidad a evolución dos resultados obtidos		B2 B13
(*) Xestión efectiva en termos de tempo, planificación e comportamento, motivación e iniciativa tanto individual como empresarial		B15
(*) Mostrar motivación pola calidade e mellora continua		B19

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
Sesión maxistral	29	30	59
Resolución de problemas e/ou exercicios	20	31	51
Prácticas autónomas a través de TIC	0	15	15
Outros	0	10	10
Probos 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 do contido e obxectivos da materia, metodoloxía de traballo e sistemas de control e avaliación.
Sesión maxistral	Exposición das bases teóricas e orientación por parte do profesor sobre os contidos do programa. Recoméndase ao estudante que traballe previamente o material entregado polo profesor, co fin de seguir as explicacións e participar activamente nas cuestións e preguntas suscitadas ao longo da clase. En ningún caso as transparencias constitúen material suficiente sobre o contido da asignatura.
Resolución de problemas e/ou exercicios	En cada sesión práctica propoñeranse actividades nas que se formulan problemas, casos prácticos e/ou exercicios relacionados coa materia. Poden ser realizadas de forma individual ou en grupo. Estas sesións prácticas terán lugar en seminarios e aulas de informática.
Prácticas autónomas a través de TIC	Trátase de actividades non presenciais que posibilitan o seguimento e avaliación do alumno e que deberán realizarse nos prazos sinalados.
Outros	Ao longo do cuatrimestre poderánselle propoñer ao estudante algunhas actividades complementarias.

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
--------------	------------

Resolución de problemas e/ou exercicios	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
Resolución de problemas e/ou exercicios	Avaliarase a asistencia, a actitude e o nivel de aproveitamento das prácticas mediante a entrega da proposta de solución para as mesmas.	30
Prácticas autónomas a través de TIC	Avaliarase a resolución dos cuestionarios e dos casos propostos vinculados ás clases magistrales e ás sesións prácticas.	10
Outros	Actitude persoal, participación e nivel de seguimento do conxunto de actividades da materia.	10
Probas de resposta curta	Unha vez rematada a docencia presencial o alumno deberá realizar unha proba escrita que consistirá en responder a preguntas directas e breves sobre aspectos concretos do contido do programa.	50

Outros comentarios sobre a Avaliación

Para superar a materia o alumno deberá conseguir unha puntuación mínima de 5 puntos. A puntuación obtida pola participación e a realización e entrega de todas as tarefas establecidas polo profesor mantense na convocatoria de xuño e xullo do curso académico en vigor pero non se gardará para cursos sucesivos.

Calquera estudante que durante o curso realice como mínimo dúas prácticas non poderá en ningún caso obter a cualificación de non presentado.

Os alumnos que non poidan seguir a avaliación continua serán examinados mediante unha proba escrita que representará como máximo un 60% da cualificación final, e non necesariamente coincidirá coa do resto dos alumnos.

Bibliografía. Fontes de información

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados**, Quinta edición,
 Zikmund, W. G., **Fundamentos de investigación de mercados**, Segunda edición,
 Fernández Nogales, A., **Investigación y técnicas de mercados**, Segunda edición,

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Dirección comercial I/V03G020V01403
 Dirección comercial II/V03G020V01502