



DATOS IDENTIFICATIVOS

Investigación de mercados

Materia	Investigación de mercados			
Código	004G390V01701			
Titulación	Grao en Consultoría e Xestión da Información			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	4	1c
Lingua de impartición				
Departamento	Organización de empresas e márketing			
Coordinador/a	Mazaira Castro, Andrés			
Profesorado	Mazaira Castro, Andrés			
Correo-e	amazaira@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Estudio da importancia da investigación comercial e o seu papel na actualidade como elemento diferenciador e foco de información.			

Competencias

Código	
C2	1.1 As organizacións empresariais e o seu ámbito, así como os sistemas de información que estas requiren e a interconexión que existe entre estes ámbitos.
C4	1.3 Os principios e capacidades das TIC e a súa aplicación na práctica profesional. (QAA)
C5	1.4 O marco legal e regulamentario dentro do cal os profesionais da información operan, incluíndoas leis relacionadas coa liberdade de información, protección de datos, difamación, copyright, patentes e outras propiedades intelectuais. (QAA)
C6	1.5 Os métodos de investigación cualitativos e cuantitativos, a súa aplicación e utilidade nun contexto práctico e de políticas baseadas en evidencias. (QAA)
C10	2. Aplicar os coñecementos adquiridos a futuras situacións profesionais e desenvolver competencias relacionadas coa elaboración e defensa de argumentos e resolución de problemas dentro da súa área de estudo.
C15	2.5 Habilidade para utilizar un amplo rango de sistemas, fontes de información y ferramentas de comunicación ou de colaboración electrónicas. (QAA)
C16	2.6 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar un traballo académico ou profesional no ámbito dos sistemas de información da empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
C17	3. 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.
C18	3.1 Habilidade para identificar, acceder, avaliar e utilizar as distintas fontes en diferentes contextos. (QAA)
C19	3.2 Competencias cognitivas de pensamento crítico, análise e síntese, incluíndo a habilidade para relacionar e ordenar datos, ideas e teorías nun argumento ben estruturado especialmente nos aspectos organizativos e concernentes á xestión da información e as súas tecnoloxías, coa finalidade de xogar un papel relevante na mellora da calidade da organización. (QAA)
C20	4 Poder transmitir ideas, información, problemas e situacións ao público tanto especializado como non especializado.
C21	4.1 Comunicar dunha maneira clara, sistemática e concisa nun amplo rango de temáticas diferentes e ante distintas audiencias, empregando habilidades de comunicación tanto orais como escritas. (QAA)
C22	4.2 Interaccionar e negociar eficientemente e imparcialmente con individuos e grupos en varios contextos, incluíndo o servizo ao cliente, contacto con provedores e traballo en equipo. (QAA)
C23	4.3 Capacidade de traballar en contextos internacionais e/ou en medios diversos e multiculturais, valorando o compromiso ético no exercicio profesional.
C24	4.4 Integrar coñecementos e habilidades para elaborar e emitir informes de asesoramento sobre situacións concretas de empresa, promovendo o traballo en ámbitos próximos á realidade.
C27	5.1 Capacidade para adaptarse a situacións novas e a novos coñecementos traballando autonomamente e con espírito de superación.

C28	5.2 Coñecementos do seu contexto profesional e ético, dos requirimentos e mecanismos para continuar co desenvolvemento profesional e a aprendizaxe ao longo da vida. (QAA)
D1	6.1 Habilidades directivas incluíndo xestión do tempo, solución de problemas, toma de decisións, e responsabilidade persoal, iniciativa e liderado. (QAA)
D2	6.2 Creatividade, iniciativa e sensibilidade cara aos temas sociais e ambientais.
D3	6.3 Principios éticos no exercicio profesional e, especialmente, na relación co tratamento da información privada no ámbito empresarial.
D4	6.4 Motivación pola calidade e a mellora continua.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Adquirir, comprender e asimilar os coñecementos acerca dos conceptos, estratexias, técnicas e procesos vinculados á investigación comercial a través da xestión de información.	C2 C4 C5 C6 C10 C15 C16 C17 C18	D1 D4
Implementar a capacidade de planificación, xestión e dirección dos procesos vinculados á investigación de mercados de forma ética, responsable, transversal e asertiva.	C5 C16 C17 C19 C22 C23 C28	D1 D3
Motivar ao alumnado a desenvolver as súas habilidades de comunicación e escritas mediante métodos con alta implicación creativa, grupal e tecnolóxica, así como o uso de diversas técnicas doutras áreas de coñecemento vencelladas.	C17 C19 C20 C21 C24 C27	D1 D2

Contidos

Tema		
TEMA 1: A INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, CONTEXTUALIZACIÓN E O SEU PAPEL NA ACTUALIDADE	TEMA 1: A INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, CONTEXTUALIZACIÓN E O SEU PAPEL NA ACTUALIDADE	
TEMA 2: OBXECTIVOS E DESEÑO DA INVESTIGACIÓN. TIPOLOXÍAS	TEMA 2: OBXECTIVOS E DESEÑO DA INVESTIGACIÓN. TIPOLOXÍAS	
TEMA 3: MUESTREOS	TEMA 3: MUESTREOS	
TEMA 4 : FERRAMENTAS DE RECOLLIDA DE DATOS. O CUESTIONARIO	TEMA 4 : FERRAMENTAS DE RECOLLIDA DE DATOS. O CUESTIONARIO	
TEMA 5: TRABALLO DE CAMPO, PREPARACIÓN DOS DATOS E ANÁLISE DOS MESMOS	TEMA 5: TRABALLO DE CAMPO, PREPARACIÓN DOS DATOS E ANÁLISE DOS MESMOS	
TEMA 6: EDICIÓN E PRESENTACIÓN DO INFORME	TEMA 6: EDICIÓN E PRESENTACIÓN DO INFORME	

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Sesión maxistral	15	2	17
Obradoiros	4	5	9
Presentacións/exposicións	8	20	28
Titoría en grupo	3	10	13
Estudo de casos/análises de situacións	4	3	7
Probas de resposta curta	1	15	16
Traballos e proxectos	10	50	60

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

Metodoloxía docente

	Descrición
Sesión maxistral	Exposición por parte do docente dos contidos vinculados á asignatura, así como a realización de exercicios, problemas ou traballos a executar polo alumnado en relación á materia a desenvolver.

Obradoiros	Desenvolvemento de dinámicas específicas sobre temáticas vinculadas á asignatura.
Presentacións/exposicións	Presentación por parte do alumnado de tarefas diversas desvoltas e executadas tanto na aula como fora, e de forma individual ou colectiva.
Titoría en grupo	Reunión conxunta entre alumnado e profesorado para asesoramento, desenvolvemento e supervisión da evolución do alumnado, así como do seu traballo en relación á materia.
Estudo de casos/análises de situacións	Estudo de diferentes casos de actualidade para a aplicación e desenvolvemento de técnicas de investigación e programas informáticos vinculados

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Presentacións/exposicións	Tempo reservado para orientar, atender e resolver dúbidas do alumnado no seu proceso de adquisición das competencias da materia.
Titoría en grupo	Tempo reservado para orientar, atender e resolver dúbidas do alumnado no seu proceso de adquisición das competencias da materia.

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Presentacións/exposicións	Desenvolveranse diferentes presentacións ao longo do cuadrimestre en relación ao traballo a desenvolver.	25	C2 C4 C5 C6 C10 C15 C16 C17 C18 C19 C20 C21 C22 C23 C24 C27 C28	D1 D2 D3 D4
Probas de resposta curta	Proba para a avaliación dos coñecementos e competencias adquiridas.	20	C2 C4 C5 C6 C10 C15 C16 C17 C18 C19 C20 C21 C22 C23 C24 C27 C28	D1 D2 D3 D4

Traballos e proxectos	Realización dunha investigación de mercado sobre unha temática determinada en vinculación á área de coñecementos. Deberase desenvolver, relacionar, organizar e presentar os coñecementos que teñen sobre a materia.	55	C2	D1
			C4	D2
			C5	D3
			C6	D4
			C10	
			C15	
			C16	
			C17	
			C18	
			C19	
			C20	
			C21	
			C22	
			C23	
			C24	
			C27	
			C28	

Outros comentarios sobre a Avaliación

A avaliación establecida anteriormente é para o alumnado que opte por realizar AVALIACIÓN CONTINUA. A nota que obteñan das probas gardarase para a convocatoria do mesmo ano académico. Para realizar media co resto de notas, deberase acadar o 50% NA PROBA DE RESPONSA CURTA.

Para o alumnado que opte por NON REALIZAR AVALIACIÓN CONTINUA, deberá presentarse con todo o material na data oficial da proba establecida no calendario escolar do cuadrimestre. A proba será de carácter teórico-práctico.

NOTA: 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 2015-2016

Bibliografía. Fontes de información

Dillon, W., Madden, T.J. e Firtle, N.H., **La investigación de mercados. Entorno de marketing**, IRWIN, Madrid,

Grande, I. e Abascal, E., **Fundamentos y técnicas de investigación comercial**, ESIC, Madrid,

Lobato, F. e López, M^a. A., **Investigación Comercial**, Thomson Paraninfo, Madrid,

Malhotra, N.K., **Investigación de mercados**, Pearson, Prentice Hall, México,

Santesmases, M., **DYANE Versión 3. Diseño y análisis de encuestas en investigación social y de mercados**, Pirámide, Madrid,

Trespalacios, J.A., Vázquez, R. e Bello, L., **Investigación de mercados**, Thomson, Madrid,

Recomendacións

Materias que continúan o temario

Comunicación comercial multimedia/O04G390V01805

Outros comentarios

Esta guía docente anticipa as liñas de actuación que se deben levar a cabo co alumnado na materia e concíbese de forma flexible. En consecuencia, pode requirir reaxustes ao longo do ano académico promovidos pola dinámica da clase e do grupo de destinatarios real ou pola relevancia das situacións que puideran xurdir. Así mesmo, apórtaselle ao alumnado a información e pautas que sexan necesarias en cada momento do proceso formativo.