

Ficha Técnica: Investigación Comercial
Curso 2023/2024

Asignatura

Nombre Asignatura	Investigación Comercial
Código	100222034
Créditos ECTS	6.0

Plan/es donde se imparte

Titulación	Grado en Administración y Dirección de Empresas (Plan 2022)
Carácter	OBLIGATORIA
Curso	3

Profesores

Nombre	Víctor Uclés Ruiz
--------	-------------------

Datos Generales

➤ CONOCIMIENTOS RECOMENDADOS

No se requieren conocimientos previos.

➤ OBJETIVOS TEÓRICOS

Esta asignatura se centra en: Características de la investigación Comercial, Fuentes de información, Técnicas cualitativas, Métodos cuantitativos de investigación comercial, Muestreo, trabajo de Campo y preparación de los datos. Sensibilizar a los estudiantes en la importancia de la investigación comercial sobre la adopción de decisiones a nivel táctico y estratégico en las empresas y en las organizaciones en general. Estimular el pensamiento crítico y la autorreflexión entorno al contenido del programa.

➤ OBJETIVOS PRÁCTICOS

- Enunciar un problema de investigación de forma precisa.
- Elegir la información relevante de un problema de investigación y el diseño de investigación más adecuado, con el fin de redactar una propuesta de investigación atendiendo a la ética profesional.
- Diseñar un cuestionario, seleccionando las preguntas, su orden y escalas de medida.
- Diseñar un experimento comercial y analizar sus resultados.
- Escoger el tipo de muestreo más adecuado a los problemas de Marketing e identificar la población objetivo, el marco muestral, el tamaño muestral y el error de muestreo.
- Seleccionar y aplicar las técnicas de análisis estadístico más adecuadas a los problemas.

➤ COMPETENCIAS QUE SE DESARROLLAN

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CB1 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.

CB2 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.

CB3 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.

CB4 Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB5 Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CT1 - Desarrollar el pensamiento crítico propio del espíritu universitario, así como la capacidad de analizar, argumentar e interpretar datos relevantes y complejos para poder integrarlos de manera sólida y solvente en la toma de decisiones.

CT2 - Utilizar con rigor y precisión el lenguaje oral y escrito, siendo capaz de transmitir información a un público tanto especializado como no especializado, teniendo en cuenta los diferentes contextos.

CT3 - Desarrollar las actitudes necesarias para el trabajo cooperativo y la participación en equipos, incorporando aquellos valores que representan el esfuerzo, la generosidad y el respeto, junto con el compromiso para realizar un trabajo de calidad, que tiene la búsqueda de la verdad como horizonte.

CT4 - Aplicar los conocimientos a la práctica. Saber utilizar los conocimientos adquiridos en la consecución de un objetivo concreto, por ejemplo, la resolución de un ejercicio o la discusión de un caso práctico.

CT5 - Desarrollar una conciencia de la inviolabilidad de los Derechos Humanos, basada en el respeto a la dignidad de la persona que fomenta la responsabilidad social, la solidaridad, la sostenibilidad ambiental, la no discriminación y la búsqueda del bien común como servicio a la sociedad.

➤ CONTENIDO DEL PROGRAMA

PARTE I: INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

TEMA 0: Identificación de insights actuales para investigación

TEMA 1: Características de la investigación Comercial

1.1. Análisis del entorno.

- 1.2. Definición de investigación de mercados.
- 1.3. Investigación comercial VS Investigación de mercados.
- 1.4. Proceso metodológico de la Investigación comercial.
- 1.5. Fases de un proyecto de Investigación.
- 1.6. Características de la investigación

PARTE II: RECOGIDA DE INFORMACIÓN

TEMA 2: Fuentes de información

- 2.1. Fuentes de información: secundarias y primarias
- 2.2. Tipos de investigación.
- 2.3. SIM: Sistema de información de Marketing.
- 2.4. Ficha Técnica

TEMA 3: Técnicas cualitativas

- 3.1. Investigación sobre el consumidor
- 3.2. Análisis de las diversas técnicas cualitativas
 - 3.2.1. Reuniones de grupo
 - 3.2.2. Entrevistas en profundidad
 - 3.2.3. Método Delphi
 - 3.2.4. Método Phillips.
 - 3.2.5. Brainstorming
 - 3.2.6. Benchmarking
 - 3.2.7. Mystery Shopper

TEMA 4: Métodos cuantitativos de investigación comercial

- 4.1. Características de la investigación cuantitativa
- 4.2. Encuestas: personal, telefónica, online, omnibus
- 4.3. Elaboración del cuestionario
 - 4.3.1. Reglas básicas para su elaboración
 - 4.3.2. Tipos de preguntas

4.4. Escalas de medición

4.4.1 Escala comparativas.

4.4.2 Escalas no comparativas.

4.5. Paneles: concepto y tipología.

4.4. Observación: concepto y tipos de observación

TEMA 5: Muestreo, trabajo de Campo y preparación de los datos

5.1. La muestra

5.2. Error de muestreo

5.3. Determinación del tamaño de la muestra

5.4. El proceso de trabajo de campo

5.5. Codificación y preparación de datos para el análisis

5.6. Elaboración del informe

5.7. Presentación de resultados

➤ **ACTIVIDADES FORMATIVAS**

El total de número de horas de las actividades formativas = 6 ECTSx25=150

Denominación	Nº horas	% Presencialidad
Clases Teóricas: permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos del módulo para reflexionar sobre los mismos y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor.	30	100
Clases Prácticas: permitirán al estudiante conocer en profundidad los contenidos del módulo para reflexionar sobre los mismos y debatir sobre ellos con el/la profesor/a y con el resto de compañeros/as. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor.	30	75
Tutorías personalizadas o en grupo, donde los estudiantes podrán poner en común con el profesor/a aquellas dudas, preguntas que le hayan surgido a lo largo del resto de actividades formativas o bien, contenidos o temas de discusión sobre lo que desee profundizar. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor.	9	100

Actividades de evaluación: exámenes, exposiciones en clase que permitirán al estudiante y al profesor medir las competencias adquiridas en el módulo. Esta actividad se realizará con la presencia del profesor.	6	100
Elaboración de trabajos en grupo e individuales: los estudiantes trabajarán fuera del aula en los casos, ejercicios, etc. propuestos por el profesor. Esta actividad le permitirá acceder a las diferentes fuentes bibliográficas y bases de datos que ofrece la biblioteca. Esta actividad se realizará sin la presencia del profesor.	30	0
Horas de estudio que permitirán al estudiante aprender los conceptos básicos del módulo. Esta actividad se realizará sin la presencia del profesor.	45	0

➤ CRITERIOS Y MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La evaluación de la asignatura se hará mediante evaluación continua a lo largo del curso, comprendiendo una parte teórica y otra práctica:

Teórica: Un único examen final, en la fecha establecida por el centro, que supondrá un 40% de la calificación total del alumno. Se valorará sobre 10, fijándose el aprobado en 5. Para aprobar el examen la media entre la parte teórica y la práctica tendrá que ser como mínimo de 5 puntos, no pudiendo ser en ninguna de ellas por separado inferior a 5. Es necesario aprobar el examen para aprobar la asignatura.

Práctica: El 50% de la nota final corresponderá a la evaluación continua del alumno con su participación en clase a través de varios trabajos en grupo relacionados con el contenido de los bloques de la asignatura. Será necesario aprobar la parte práctica con un mínimo de 5 para poder superar la asignatura y hacer media tanto con la asistencia/participación como con el examen.

Asistencia y participación en clases: 10% de la nota final, donde además de la asistencia a clase se valorarán:

Se valorará la capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva, para lo que se tendrán en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación.

Errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

A. En caso de tener aprobada la evaluación continua, se aplicarán los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria, manteniéndose la nota ya obtenida en la evaluación continua.

B. En el caso de haber suspendido la evaluación continua a lo largo del curso, el alumno solo podrá recuperar la mitad del porcentaje de esta. La mitad de la evaluación continua se recuperará incrementando el peso del examen final extraordinario en el porcentaje que corresponde a la mitad de la evaluación continua en convocatoria extraordinaria.

ALUMNOS A PARTIR DE LA SEGUNDA MATRÍCULA

En el caso de los alumnos de 2ª matrícula y sucesivas, el criterio de asistencia y participación se suprime y su nota será la del examen final.

ALUMNOS NO PRESENTADOS

La calificación de "no presentado" no consume convocatoria. Cuando un estudiante haya sido evaluado de un conjunto de pruebas previstas en la guía docente que abarquen el 30% de la ponderación de la calificación, ya no será posible considerar como no presentada su asignatura.

En la evaluación de los exámenes y trabajos escritos del estudiante se tendrá en cuenta su capacidad de redacción, manifestada en la exposición ordenada de las ideas, el correcto engarce sintáctico, la riqueza léxica y la matización expresiva. Se tendrá además en cuenta la propiedad del vocabulario, la corrección sintáctica, la corrección ortográfica (grafías y tildes), la puntuación apropiada y la adecuada presentación. En el caso de examen, los errores ortográficos sucesivos se penalizarán con un descuento de 0,25 cada uno, hasta un máximo de dos puntos.

➤ BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS BÁSICOS

Bibliografía Básica:

Hair, J.F. et al. (2009), Investigación de mercados en un ambiente de información digital, 4ª Ed. Mc Graw Hill.

Malhotra, N.K. (2008), Investigación de mercados, 5a Ed., Prentice Hall, México.

Malhotra, N. K. (2012): Basic Marketing Research. Approach, 4th Ed., Prentice Hall, USA

Beall, Anne E. Strategic market Research.

Bibliografía Complementaria:

Hair, J.F. et al. (2013), Multivariate Data Analysis, 7a Ed., Pearson international

Kinney, T.C; Taylor , J.R. (1995) Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado. Mc Graw Hill

Dichter, Ernest, The Psychology of Everyday Living.

➤ **HORARIO, TUTORÍAS Y CALENDARIO DE EXÁMENES**

Los horarios, tutorías y calendario de exámenes se podrán consultar en el portal de la universidad.

Las tutorías pueden solicitarse en vucles@villanueva.edu

➤ **PUBLICACIÓN Y REVISIÓN DE LA GUÍA DOCENTE**

Esta guía ha sido elaborada según los criterios recogidos en la memoria oficial del Grado.

El texto actual de la guía ha sido revisado en julio de 2023.