

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Administración y Dirección de Empresas

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Investigación Comercial
(2018 - 2019)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Investigación Comercial	Código: 219034102
<ul style="list-style-type: none"> - Centro: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas - Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2009-11-25) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: <ul style="list-style-type: none"> Dirección de Empresas e Historia Económica - Área/s de conocimiento: <ul style="list-style-type: none"> Comercialización e Investigación de Mercados - Curso: 4 - Carácter: Obligatoria - Duración: Primer cuatrimestre - Créditos ECTS: 6,0 - Modalidad de impartición: Presencial - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: http://www.campusvirtual.ull.es - Idioma: Castellano e Inglés (0,3 ECTS en Inglés) 	

2. Requisitos para cursar la asignatura

No se han establecido

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: JANET HERNANDEZ MENDEZ	
<ul style="list-style-type: none"> - Grupo: 1 y 2 - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados 	
Tutorías Primer cuatrimestre:	
Horario: Lunes: 11:00-12:30 y 16:00 a 19:00. Martes: 16:30-18:00	Lugar: Facultad de Economía, Empresa y Turismo, 2ª planta, Dpto. de Dirección de Empresas e Historia Económica, Módulo II, Despacho nº 1.
Tutorías Segundo cuatrimestre:	

Horario:

Lunes (La Laguna): 11:00-14:00. Miércoles (La Laguna):
10:00-13:00. Jueves (Adeje): 12:15-12:45 y 14:00-14:30.
Pdo. lectivo sin docencia: Lunes (La Laguna): 10:00-13:00.
Martes(La Laguna): 10:00-13:00

- Teléfono (despacho/tutoría): **922845412**
- Correo electrónico: **jhernmen@ull.es**
- Web docente: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

Lugar:

Facultad de Economía, Empresa y Turismo, 2ª planta, Dpto.
de Dirección de Empresas e Historia Económica, Módulo II,
Despacho nº 1 y Campus de Adeje.

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Comercialización e Investigación de Mercados**

Perfil profesional: **Organización de empresas, Contabilidad y auditoría, Finanzas, Dirección e Investigación comercial**

5. Competencias

Competencias Específicas

CE-29 - Investigación comercial

Competencias Genéricas Instrumentales

CGI-1 - Capacidad de análisis y síntesis

CGI-2 - Capacidad de organización y planificación

CGI-3 - Comunicación oral y escrita en la lengua nativa

CGI-4 - Comunicación oral y escrita de una lengua extranjera

CGI-5 - Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio

CGI-6 - Habilidad para analizar y buscar información proveniente de fuentes diversas

CGI-7 - Capacidad para la resolución de problemas

CGI-8 - Capacidad de tomar decisiones

Competencias Genéricas Personales

CGP-9 - Capacidad para trabajar en equipo

CGP-10 - Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar

CGP-14 - Capacidad crítica y autocrítica

CGP-15 - Compromiso ético en el trabajo

Competencias Genéricas Sistémicas

CGS-17 - Capacidad de aprendizaje autónomo

CGS-18 - Capacidad de adaptación a nuevas situaciones

CGS-19 - Creatividad

CGS-22 - Motivación por la calidad

Competencias para la Aplicabilidad

CA-44 - Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica

CA-45 - Habilidad búsqueda de información e investigación

6. Contenidos de la asignatura

Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

Temas:

- 1.-Introducción a la investigación comercial
- 2.-La investigación con datos e información de la red
- 3.-Técnicas cualitativas
- 4.-Técnicas cuantitativas
- 5.-Creación y diseño de cuestionarios
- 6.-Escala de medida
- 7.-El muestreo
- 8.-Tratamiento y análisis de la información
- 9.-Confección, presentación y defensa de un informe

Actividades a desarrollar en otro idioma

Se presentarán en clase lecturas y vídeos en inglés para mostrar algunos ejemplos de conceptos relacionados con la asignatura.

7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

Descripción

Todas las actividades prácticas que los alumnos tengan que desarrollar se realizarán en grupo.

CASOS Y LECTURAS:

Durante el curso se podrán trabajar casos prácticos en clase por grupo que complementan la comprensión de la materia y desarrollen las competencias de los alumnos. Al final de cada sesión de trabajo se realizará una puesta en común sobre el análisis y soluciones propuestas.

SIMULACIÓN DE UNA INVESTIGACIÓN COMERCIAL:

Cada grupo deberá simular el diseño, ejecución y defensa de un proceso de investigación comercial que se le solicita. En este caso simulará ser parte de un equipo consultor para solucionar los problemas/buscar oportunidades de una administración o empresa.

SALIDAS DE CAMPO:

Para la ejecución del proceso de investigación comercial el alumno deberá acudir a la zona seleccionada, donde se encuentra el público objetivo de las técnicas a aplicar para:

- Ser capaz de experimentar algunas técnicas de recogida de información y comprender cómo se deben ejecutar de manera adecuada.
- Ser capaz de aplicar las técnicas de recogida de información propuestas.
- Ser capaz de gestionar la información que recoja.

ENTREGA DE MATERIALES, INFORMES Y PRESENTACIONES ORALES:

- Para realizar el proceso de investigación comercial, cada grupo deberá entregar en formato PDF, cada varias semanas, entregables/partes del trabajo para evitar la sobrecarga al final del cuatrimestre.
- Entre las dos últimas semanas de clase se deberá entregar el informe escrito con la estructura adecuada. Se entregará en formato PDF.
- La última semana de clase tendrá lugar la defensa oral. En este caso los alumnos simularán durante 15 minutos aproximadamente la defensa del informe ante sus "clientes".

Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante

Actividades formativas	Horas presenciales	Horas de trabajo autónomo	Total horas	Relación con competencias
Clases teóricas	30,00	45,00	75,0	[CGI-1], [CGI-2], [CGI-3], [CGI-7], [CGI-8]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	23,75	30,00	53,75	[CGI-1], [CGI-2], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-5], [CGI-6], [CGI-7], [CGI-8], [CGP-9], [CGP-10], [CGP-14], [CGP-15], [CGS-17], [CGS-18], [CGS-19], [CGS-22], [CE-29], [CA-44], [CA-45]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	3,25	0,00	3,25	[CGI-1], [CGI-2], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-5], [CGI-6], [CGI-7], [CGI-8], [CGP-9], [CGP-10], [CGP-14], [CGP-15], [CGS-17], [CGS-18], [CGS-19], [CGS-22], [CE-29], [CA-44], [CA-45]

Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CGI-1], [CGI-2], [CGI-5], [CGI-7], [CGI-8], [CGP-14], [CGP-15], [CGS-17], [CGS-18], [CGS-19], [CGS-22], [CA-44]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CGI-1], [CGI-2], [CGI-3], [CGI-5], [CGI-6], [CGI-7], [CGI-8], [CGP-9], [CGP-10], [CGP-14], [CGP-15], [CGS-17], [CGS-18], [CGS-19], [CGS-22], [CA-44], [CA-45]
Total horas	60.0	90.0	150.0	
Total ECTS			6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Verónica Rosendo Ríos (2018). Investigación de mercados, Editorial ESIC.

Ildelfonso Grande Esteban y Elena Abascal Fernández (2017). Fundamentos y técnicas de investigación comercial, Edición: 13ª ESIC.

María Jesús Merino Sanz ... [et al.] (2015): Introducción a la investigación de mercados, Editorial ESIC

Águeda Esteban Talaya y Arturo Molina Collado (coordinadores) (2014). Investigación de mercados, Editorial ESIC

Bibliografía Complementaria

Teodoro Luque Martínez (2012). Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Edición: 2º Pirámide.

María Jesús Merino y Estefanía Yagüez (2012). Nuevas tendencias en investigación y marketing. Editorial ESIC.

Juan Báez y Pérez de Tudela (2009). Investigación cualitativa. Edición: 2º ESIC.

Otros Recursos

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

Evaluación continua durante el cuatrimestre

La asignatura es presencial y se exige la asistencia a un mínimo del 80% de las clases, teóricas y prácticas, en caso contrario el alumno no podrá superar la evaluación continua y deberá examinarse del contenido teórico y práctico en las diferentes convocatorias.

-Parte práctica: 50%:

Se realizará un proceso de investigación comercial según los contenidos dados en clase. Esta actividad se realizará en grupo y constará de cuatro tareas parciales realizadas y solicitadas durante el cuatrimestre más el informe final correspondiente que se tendrá que entregar entre las dos últimas semanas de clase.

La evaluación será: un 20% en la presentación de las 4 tareas parciales y 30% en el diseño, ejecución y defensa del proceso de investigación comercial.

-Examen final: 50%

Test multirespuesta y/o preguntas cortas con preguntas teórico-prácticas basadas en la bibliografía básica y los temas y complementos explicados por el profesor en clase. (Es necesario un mínimo del 50% de respuestas correctas).

Evaluación Única

Los que no aprueben los trabajos de la parte práctica o no superen la asistencia mínima requerida, tendrán que realizar, además del examen multirespuesta y/o preguntas cortas, un examen práctico que versará sobre:

- Las actividades y confección de un proceso de investigación comercial.
- Los casos trabajados a lo largo del cuatrimestre.

Para aprobar la asignatura es necesario tener un 5 en ambas partes: parte práctica y examen final. En caso de no aprobar alguna de las partes, al alumno no superará la asignatura y no se hallará la media (en este caso, la nota que figurará en las actas será la de la parte suspendida).

Nota: el estudiante que se encuentre en alguna de las convocatorias extraordinarias de 5º, 6º y 7º, solo tendrá derecho al examen de evaluación única con el Tribunal de 5º, 6º y 7º convocatorias. Si el estudiante quisiera optar por la evaluación continua, tendrá que renunciar al Tribunal en cumplimiento del Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna y en atención al Calendario del Grado (Curso 2018-2019) de la Universidad de la Laguna.

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas		Test multirespuesta y/o preguntas cortas con preguntas teórico-prácticas basadas en la bibliografía básica y los temas y complementos explicados por el profesor en clase. (Es necesario un mínimo del 50% de respuestas correctas).	50 %
Pruebas de ejecuciones de tareas reales y/o simuladas		Diseño, ejecución y defensa de un proceso de investigación comercial, a partir de una situación simulada	30 %

Portafolios	Presentación de trabajos parciales del proceso de investigación comercial según cronograma presentado.	20 %
-------------	--	------

10. Resultados de Aprendizaje

El alumno, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados:

- Entender la filosofía de la investigación comercial ejecutada en el seno de una empresa o desde el punto de vista del contratante del servicio, así como la necesidad de su aplicabilidad en la empresa.
- Evaluar, elegir y ejecutar las herramientas de obtención de información (cuantitativa y cualitativa) comunes en la investigación comercial.
- Presentar y/o evaluar un informe de investigación comercial.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

*La distribución semanal de los temas, prácticas y actividades, así como de las pruebas, es orientativa y pueden sufrir cambios según las necesidades de organización docente.

Primer cuatrimestre					
Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Tema 1	Clases teóricas.	2.50	5.00	7.50
Semana 2:	Tema 1	Clases teóricas y prácticas.	3.75	5.00	8.75
Semana 3:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas.	3.75	5.00	8.75
Semana 4:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas. 1º entregable.	3.75	5.00	8.75
Semana 5:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas.	3.75	5.00	8.75
Semana 6:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas.	3.75	5.00	8.75
Semana 7:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas. 2º entregable.	3.75	5.00	8.75
Semana 8:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas.	3.75	5.00	8.75
Semana 9:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas.	3.75	5.00	8.75

Semana 10:	Tema 6	Clases teóricas y prácticas. 3º entregable.	3.75	5.00	8.75
Semana 11:	Tema 6	Clases teóricas y prácticas.	3.75	5.00	8.75
Semana 12:	Tema 7	Clases teóricas y prácticas. Actividad.	5.75	5.00	10.75
Semana 13:	Tema 8	Clases teóricas y prácticas. 4º entregable	3.75	5.00	8.75
Semana 14:	Tema 9	Clases teóricas y prácticas. Entrega del informe de investigación comercial.	3.75	5.00	8.75
Semana 15:	Tema 10	Clases teóricas y prácticas. Defensa oral de los diferentes equipos.	3.75	5.00	8.75
Semana 16 a 18:	Evaluación	Evaluación y trabajo autónomo del alumno para la preparación de la evaluación...	3.00	15.00	18.00
Total			60.00	90.00	150.00