

# **Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife Grado en Turismo (EUTUR)**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA (ESCENARIO 1):**

**Investigación Comercial  
(2021 - 2022)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

<b>Asignatura: Investigación Comercial</b>	<b>Código: 519453105</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- Centro: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Lugar de impartición: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Titulación: <b>Grado en Turismo (EUTUR)</b></li><li>- Plan de Estudios: <b>2009 (Publicado en 2010-11-22)</b></li><li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li><li>- Itinerario / Intensificación:</li><li>- Departamento/s: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Área/s de conocimiento: <b>Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas</b></li><li>- Curso: <b>3</b></li><li>- Carácter: <b>Obligatoria</b></li><li>- Duración: <b>Primer cuatrimestre</b></li><li>- Créditos ECTS: <b>6,0</b></li><li>- Modalidad de impartición: <b>Presencial</b></li><li>- Horario: <b>Enlace al horario</b></li><li>- Dirección web de la asignatura: <b><a href="http://eutur.es/">http://eutur.es/</a></b></li><li>- Idioma: <b>Castellano</b></li></ul>	

## 2. Requisitos para cursar la asignatura

No es indispensable, pero se recomienda haber cursado la asignatura Marketing Turístico.

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

<b>Profesor/a Coordinador/a: LAURA ROMERO DOMÍNGUEZ</b>
- Grupo: <b>ÚNICA</b>
<b>General</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Nombre: <b>LAURA</b></li><li>- Apellido: <b>ROMERO DOMÍNGUEZ</b></li><li>- Departamento: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b></li><li>- Área de conocimiento: <b>Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas</b></li></ul>

**Contacto**

- Teléfono 1: **922225006**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **[laura.romero@eutur.es](mailto:laura.romero@eutur.es)**
- Correo alternativo:
- Web: **<http://aulavirtual.eutur.es/>**

**Tutorías primer cuatrimestre:**

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	13:30	14:30	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	17:00	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	

Observaciones: Modalidad Online

**Tutorías segundo cuatrimestre:**

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	13:30	14:30	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	
Todo el cuatrimestre		Martes	16:00	17:00	Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife - EUTSC	

Observaciones: Modalidad Online

**Profesor/a: DANIEL DORTA AFONSO**

- Grupo:

<b>General</b>						
- Nombre: <b>DANIEL</b>						
- Apellido: <b>DORTA AFONSO</b>						
- Departamento: <b>Escuela Universitaria de Turismo de Santa Cruz de Tenerife</b>						
- Área de conocimiento: <b>Economía, Contabilidad y Dirección de Empresas</b>						
<b>Contacto</b>						
- Teléfono 1: <b>677528505</b>						
- Teléfono 2:						
- Correo electrónico: <b>daniel.dorta.afonso@ull.es</b>						
- Correo alternativo: <b>ddortaaf@ull.edu.es</b>						
<b>Tutorías primer cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Observaciones:						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Observaciones: Jueves de 08:00 a 09:00 horas.						

#### 4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Obligatoria. Área: Comercialización e investigación de mercados.**  
 Perfil profesional: **Graduado en turismo.**

#### 5. Competencias

##### Competencias Específicas del Título (CE):

**CE6.1** - Conocer las particularidades del servicio turístico.

**CE6.2** - Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.

**CE11.1** - Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing turístico como: demanda, comportamiento del consumidor, mercado, segmentación, posicionamiento.

**CE11.2** - Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como: investigación de mercados o plan de marketing, creación de productos turísticos, determinación de precios, comunicación y distribución.

##### Competencias Generales del Título (CG):

**CG6** - Tener una marcada orientación de servicio al cliente.

**CG11** - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales.

##### Competencias Básicas del Título (CB):

**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.

**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.

## 6. Contenidos de la asignatura

### Contenidos teóricos y prácticos de la asignatura

- Profesor/a: Laura Romero Domínguez

Temas:

Tema 1. Introducción a la investigación comercial

Tema 2. La investigación exploratoria con fuentes de información secundarias

Tema 3. El muestreo

Tema 4. Técnicas de investigación cuantitativas: La encuesta

Tema 5. El tratamiento y el análisis de datos cuantitativos

Tema 6. Técnicas de investigación cuantitativas: Paneles, método Delphi, observación y experimentación

Tema 7. Técnicas de investigación cualitativas

### Actividades a desarrollar en otro idioma

-

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Descripción

La metodología de esta asignatura contempla los siguientes modelos de enseñanza:

- Clases magistrales (exposición de los contenidos teóricos).
- Resolución de problemas, ejercicios y casos prácticos.
- Trabajo en grupo.
- Exposición y defensa oral por parte del estudiantado del trabajo en grupo.
- Tutorías.

Como recurso de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje se contará con el Aula Virtual. Todos los estudiantes matriculados/as en la asignatura estarán registrados en el Aula Virtual.

Se considera requisito imprescindible y obligatorio que el/la estudiante actualice su perfil del Aula Virtual e incorpore la fotografía para su identificación.

*(\*)En caso que no sea posible mantener el porcentaje de presencialidad de todas las actividades formativas programadas en esta asignatura, en atención a las medidas de seguridad y distanciamiento físico previstas por el Ministerio de Sanidad, primarán las actividades prácticas de la materia y las realizadas en grupos pequeños (seminarios/talleres), realizándose en su caso las clases teóricas de manera virtual, y se informará al estudiantado con carácter previo a través del aula virtual de la asignatura.*

**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	24,50	33,75	58,25	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG11], [CG6], [CE11.2], [CE11.1], [CE6.2], [CE6.1]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	28,00	45,00	73,0	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG11], [CG6], [CE11.2], [CE11.1], [CE6.2], [CE6.1]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	4,50	6,75	11,25	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG11], [CG6], [CE11.2], [CE11.1], [CE6.2], [CE6.1]
Realización de exámenes	3,00	4,50	7,5	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG11], [CG6], [CE11.2], [CE11.1], [CE6.2], [CE6.1]

Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

[1] Juan A. Trespalacios Gutiérrez y otros (2016). Investigación de mercados: El valor de los estudios de mercado en la era del marketing digital. Paraninfo, Madrid. ISBN: 978-84-283-3852-3

[2] Águeda Esteban Talaya y Arturo Medina Collado (Coordinadores) (2014). Investigación de mercados. ESIC Editorial, Madrid. ISBN: 978-84-7356-987-3

[3] Juan A. Trespalacios Gutiérrez, Rodolfo Vázquez Casielles, y Laurentino Bello Acebrón (2005). Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing. Paraninfo, Madrid. ISBN: 9788497323772

Ildelfonso Grande Esteban, 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

### Bibliografía Complementaria

[1] María Jesús Merino Sanz y Estefanía Yagüez (Coordinadoras) (2012). Nuevas tendencias en investigación y marketing. ESIC Editorial, Madrid. ISBN: 978-8473568647

[2] Teodoro Luque Martínez (2012). Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Ediciones Pirámide, Madrid. ISBN: 978-84-368-2559-6

### Otros Recursos

[1] Insights & Analytics España (  
<https://ia-espana.org/>  
) . Comunidad española de investigación comercial y ciencia de datos.

[2] Web corporativa de Turismo de Tenerife (  
<https://www.webtenerife.com/>  
) . Información sobre el turismo en Tenerife y diferentes estudios sobre oferta y demanda turística.

[3] Encuesta sobre Gasto Turístico (  
<http://www.gobiernodecanarias.org/istac/estadisticas/sectorservicios/hosteleriyturismo/demanda/C00028A.html>  
) .

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

Se ofertarán dos modalidades de evaluación.

#### a) Evaluación continua

Para optar a esta modalidad, el estudiante deberá asistir a un mínimo del 80% de las sesiones.

La modalidad de evaluación continua consta de dos partes.

PARTE PRÁCTICA (50% de la calificación final):

- 25%: realización de diferentes prácticas de aula (resolución de casos prácticos, debates, ejercicios prácticos, etc.).
- 25%: realización y defensa oral de un trabajo en grupo sobre la aplicación de los conceptos impartidos en clase.

Para que la nota de la parte práctica compute para la evaluación continua, el estudiante deberá obtener como mínimo una calificación de 5 en la parte teórica (ver más abajo).

PARTE TEÓRICA (40% de la calificación final):

Examen final, que podrá constar de la realización de preguntas tipo test, cuestiones de desarrollo, preguntas de discusión, resolución de problemas, casos, etc.

Para superar la asignatura en la modalidad de evaluación continua, el estudiante deberá obtener, como mínimo, un 5 en el examen final.

Adicionalmente, se contempla 10% de la nota final de la asignatura correspondiente a la asistencia y participación en clase.

#### b) Evaluación no continua:

La evaluación no continua implica que el 100% de la calificación final se corresponde con la calificación obtenida en el examen, en convocatoria oficial, que consistirá en resolución de cuestiones teóricas y prácticas de todos los contenidos de la asignatura.

El estudiantado se ajustará a la evaluación no continua en los siguientes casos:

- Asistencia inferior al 80% de las clases.
- No superación de las partes teórica y/o práctica de la asignatura durante la evaluación continua (una o ambas).

### Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG11], [CG6], [CE11.2], [CE11.1], [CE6.1]	Asimilación de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura	40,00 %

Trabajos y proyectos	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG11], [CG6], [CE11.2], [CE11.1], [CE6.2], [CE6.1]	Asimilación de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura	50,00 %
Escalas de actitudes	[CB5], [CB4], [CB3], [CB2], [CB1], [CG11], [CG6], [CE11.2], [CE11.1], [CE6.1]	<b>Asistencia, actitudes, técnicas de observación:</b> - Asistencia continuada - Participación activa - Trabajo en equipo e iniciativa - Responsabilidad - Tolerancia y respeto	10,00 %

## 10. Resultados de Aprendizaje

- Desarrollar actividades de investigación comercial en el ámbito turístico.
- 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

En las guías docentes la planificación temporal de la programación sólo tiene la intención de establecer unos referentes u orientaciones para presentar la materia atendiendo a unos criterios cronológicos; sin embargo son solamente a título estimativo, de modo que el profesorado puede modificar – si así lo demanda el desarrollo de la materia – dicha planificación temporal.

### Primer cuatrimestre

Semana	Temas	Actividades de enseñanza aprendizaje	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo autónomo	Total
Semana 1:	Tema1	Presentación + Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00

Semana 2:	Tema 1	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 3:	Trma 2	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 4:	Tema 2	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 5:	Tema 3	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 6:	Tema 3	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 7:	Tema 4	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 8:	Tema 4	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 9:	Tema 5	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 10:	Tema 5	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 11:	Tema 6	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 12:	Tema 6	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 13:	Tema 7	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 14:	Tema 7	Clases teóricas y actividades prácticas	4.00	6.00	10.00
Semana 15:	Evaluación	Defensa oral del trabajo final + tutorización	2.00	3.00	5.00
Semana 16 a 18:	Evaulación	Examen final + seguimiento + tutorización	2.00	3.00	5.00
Total			60.00	90.00	150.00