

# **Facultad de Economía, Empresa y Turismo**

## **Grado en Administración y Dirección de Empresas**

**GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :**

**Investigación Comercial  
(2025 - 2026)**

## 1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: <b>Investigación Comercial</b>	Código: <b>219034102</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Centro: <b>Facultad de Economía, Empresa y Turismo</b></li> <li>- Lugar de impartición: <b>Facultad de Economía, Empresa y Turismo</b></li> <li>- Titulación: <b>Grado en Administración y Dirección de Empresas</b></li> <li>- Plan de Estudios: <b>2009 (Publicado en 2009-11-25)</b></li> <li>- Rama de conocimiento: <b>Ciencias Sociales y Jurídicas</b></li> <li>- Itinerario / Intensificación:</li> <li>- Departamento/s:  <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li> </ul> </li> <li>- Área/s de conocimiento:  <ul style="list-style-type: none"> <li><b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li> </ul> </li> <li>- Curso: <b>4</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://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a></b></li> <li>- Idioma: <b>Castellano e Inglés (0,3 ECTS en Inglés)</b></li> </ul>	

## 2. Requisitos de matrícula y calificación

No se han establecido

## 3. Profesorado que imparte la asignatura

<b>Profesor/a Coordinador/a: NISAMAR BAUTE DÍAZ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grupo:</li> </ul>
<p><b>General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nombre: <b>NISAMAR</b></li> <li>- Apellido: <b>BAUTE DÍAZ</b></li> <li>- Departamento: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b></li> <li>- Área de conocimiento: <b>Comercialización e Investigación de Mercados</b></li> </ul>

<b>Contacto</b> - Teléfono 1: - Teléfono 2: - Correo electrónico: <a href="mailto:nbautedi@ull.es">nbautedi@ull.es</a> - Correo alternativo: - Web: <a href="http://www.campusvirtual.ull.es">http://www.campusvirtual.ull.es</a>						
<b>Tutorías primer cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	10:30	12:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Módulo 2
Todo el cuatrimestre		Lunes	18:00	19:00	- - -	Tutoría online a través de Google Meet
Todo el cuatrimestre		Jueves	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Módulo 2
Observaciones: Las tutorías de los lunes de 18:00 a 19:00 serán online, a través de Google Meet, con la dirección del correo: <a href="mailto:nbautedi@ull.edu.es">nbautedi@ull.edu.es</a>						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	10:30	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Módulo 2
Todo el cuatrimestre		Jueves	12:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Módulo 2

Todo el cuatrimestre		Viernes	12:00	13:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	Departamento de Dirección de Empresas e Historia Económica. Módulo 2
Observaciones:						

<b>Profesor/a: JANET HERNANDEZ MENDEZ</b>						
- Grupo:						
<b>General</b>						
- Nombre: <b>JANET</b>						
- Apellido: <b>HERNANDEZ MENDEZ</b>						
- Departamento: <b>Dirección de Empresas e Historia Económica</b>						
- Área de conocimiento: <b>Comercialización e Investigación de Mercados</b>						
<b>Contacto</b>						
- Teléfono 1: <b>922317211</b>						
- Teléfono 2:						
- Correo electrónico: <b>jhernmen@ull.es</b>						
- Correo alternativo:						
- Web: <b>http://www.campusvirtual.ull.es</b>						
<b>Tutorías primer cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho
Todo el cuatrimestre		Lunes	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
Todo el cuatrimestre		Lunes	16:00	19:00	- - -	Tutoría Online a través de Google Meet
Observaciones: -Las tutorías de los lunes de 16:00-19:00 serán en línea. Para realizar la tutoría en línea, se utilizará Google Meet, a través de la dirección de correo: jhernmen@ull.edu.es. Se ruega comunicación previa por email para una correcta organización de las tutorías.						
<b>Tutorías segundo cuatrimestre:</b>						
Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Despacho

Todo el cuatrimestre		Lunes	11:00	14:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	5
Todo el cuatrimestre		Martes	17:00	19:00	- - -	Tutoría Online a través de Google Meet
Todo el cuatrimestre		Miércoles	11:00	11:30	Centro Cultural Adeje - AD.1A	
Todo el cuatrimestre		Miércoles	14:30	15:00	Centro Cultural Adeje - AD.1A	

Observaciones: -Las tutorías de los martes de 17:00-19:00 serán en línea. Para realizar la tutoría en línea, se utilizará Google Meet, a través de la dirección de correo: jhernmen@ull.edu.es. Se ruega comunicación previa por email para una correcta organización de las tutorías.

#### 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.-Confección, presentación y defensa de un informe
- 3.-Técnicas cualitativas
- 4.-Técnicas cuantitativas
- 5.-Creación y diseño de cuestionarios
- 6.-Escalas de medida
- 7.-El muestreo
- 8.-Experimentación
- 9.-Neuromarketing
- 10.-Tratamiento y análisis de la información

-Asignación orientativa de la carga docente:

- La profesora Nisamar Baute Díaz impartirá los temas 1, 3, 5, 6, 7, 10
- La profesora Janet Hernández Méndez impartirá los temas 2, 4, 8, 9, 10

### Actividades a desarrollar en otro idioma

Se presentarán en clase artículos y/o vídeos en inglés relacionados con los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura. Estos contenidos supondrán el 5% de los créditos ECTS de la asignatura. Su evaluación se realizará en el examen teórico-práctico de la asignatura mediante preguntas tipo test multirrespuesta y/o preguntas de desarrollo.

## 7. Metodología y volumen de trabajo del estudiante

### Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado

Aplica el Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado (MECA - ULL)  
Aprendizaje basado en el juego - Gamificación, Aprendizaje basado en Proyectos (ABP), Aprendizaje cooperativo,

### Descripción

La metodología que se aplicará para la consecución de los objetivos didácticos de la asignatura combinará:

- Explicación de conceptos de investigación comercial
- Realización de trabajos y casos prácticos en equipo
- Realización de tareas de forma individual: Lecturas, ejercicios prácticos, casos y análisis de material audiovisual, etc.

El desarrollo de la asignatura se apoyará en el aula correspondiente del campus virtual, donde se encontrarán los materiales utilizados, casos, tareas, ejercicios, etc.

En esta asignatura se permite el uso de IA generativa (GenIA) para investigar conceptos, mejorar textos u obtener perspectivas diversas, siempre de manera ética y transparente, haciendo referencia a su uso. Se advierte que los resultados que proporciona pueden contener inexactitudes. No se permite su uso para generar respuestas en tareas, durante evaluaciones, ni de forma que impida el aprendizaje personal crítico y creativo del alumnado.

En caso de situaciones de riesgo declaradas oficialmente para la programación y realización de las actividades docentes se estará a lo previsto en el plan específico del centro.

### 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-6], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-8], [CGI-7], [CGI-2], [CA-44], [CA-45], [CE-29]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	23,75	30,00	53,75	[CGI-1], [CGI-6], [CGP-9], [CGP-14], [CGS-17], [CGS-18], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-8], [CGS-19], [CGI-7], [CGI-2], [CGI-5], [CGP-10], [CGP-15], [CGS-22], [CA-44], [CA-45], [CE-29]

Realización de seminarios u otras actividades complementarias	3,25	0,00	3,25	[CGI-1], [CGI-6], [CGP-9], [CGP-14], [CGS-17], [CGS-18], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-8], [CGS-19], [CGI-7], [CGI-2], [CGI-5], [CGP-10], [CGP-15], [CGS-22], [CA-44], [CA-45], [CE-29]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CGI-1], [CGP-14], [CGS-17], [CGI-8], [CGS-19], [CGI-7], [CGI-2], [CGS-22], [CA-44]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CGI-1], [CGP-14], [CGS-17], [CGI-8], [CGI-7], [CGI-2], [CGS-22], [CA-44], [CA-45]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
		Total ECTS	6,00	

## 8. Bibliografía / Recursos

### Bibliografía Básica

Hernando, S. V., de Bedoya, A. M., & Sanz, M. J. M. (2020). Investigación de mercados en entornos digitales y convencionales: Una visión integradora. ESIC Editorial.

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

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

### Bibliografía Complementaria

Ferrer, G. G. (2018). Investigación comercial 4ª edición. ESIC Editorial.

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

### Otros Recursos

## 9. Sistema de evaluación y calificación

### Descripción

De acuerdo con el Reglamento de Evaluación y Calificación de la Universidad de La Laguna el profesorado promoverá la evaluación continua como forma preferente para la adquisición de conocimientos y competencias. No obstante, para optar a la evaluación única en primera convocatoria, el alumnado deberá comunicarlo a través del procedimiento habilitado en el aula virtual de la asignatura antes de haberse presentado a las actividades cuya ponderación compute más del 50% de la evaluación continua. Se entenderá agotada la convocatoria y se reflejará la calificación en el acta desde que el alumnado se presente, al menos, a las actividades cuya ponderación compute el 50 % de la evaluación continua.

#### **EVALUACIÓN CONTINUA:**

*Se establece como requisito para superar la evaluación continua: la asistencia activa mínima al 80% de las clases teóricas y prácticas, la presentación de todas las tareas y pruebas y tener aprobadas las 2 partes, práctica y teórica, que se describen a continuación.*

#### **1) Parte práctica de evaluación continua (50%) (a lo largo del curso)**

##### **- Trabajo en equipo (50%):**

Proceso de investigación comercial (tareas, informe, defensa, entrevista/sesión grupal, etc.)

#### **2) Parte teórica-conceptual de evaluación continua (50%) (examen final)**

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test multirrespuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1). Esta prueba se realizará en la misma fecha oficial de la convocatoria única.

#### **EVALUACIÓN ÚNICA**

Prueba de evaluación de convocatoria única en fecha oficial. Se evaluará una parte teórica-conceptual y una parte de aplicación-práctica. Es necesario aprobar las dos partes para superar la asignatura.

#### **1) Parte teórica-conceptual (50%)**

Se evaluará mediante prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica-trabajos prácticos del curso) con preguntas tipo test multirrespuesta y/o preguntas cortas de desarrollo (1).

#### **2) Parte práctica (50%)**

Preguntas y/o resolución de caso/s práctico/s relacionado/s con el proceso de investigación comercial.

### **Especificaciones generales**

#### ***(1) Características de las pruebas evaluativas referidas a test y a preguntas cortas:***

- En los test multirrespuesta, cada pregunta tendrá 4 opciones de respuesta y pueden ser correctas una o dos. Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 (no resta) y si solo se marca una respuesta correcta cuando hay 2, la pregunta vale el 25%.
- En los test de respuesta única, las preguntas incorrectas restan el 33,3%.
- En las preguntas tipo test tanto de respuesta única como de respuesta múltiple, también se podrá incluir la solicitud de una breve justificación de la respuesta.

- En las preguntas cortas hay que redactar la respuesta en un párrafo aproximadamente (máximo de 150 palabras).
- Contenidos de las preguntas: teóricas o de supuestos de aplicación práctica. Pueden ser de contenidos del temario y material de clase, o también preguntas que se hacen después de visionar un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso.
- En caso de que el test se realice mediante cuestionario alojado en aula virtual, la organización de las preguntas será aleatoria y de forma secuencial una a una.

**(2) Calificación:**

Si la media de la calificación de la asignatura es igual o superior a 5,0 pero no superase alguno de los requisitos mínimos contemplados, no se superará la asignatura y la calificación en el acta es la nota de la parte no superada o en su caso de un 3.

**(3) Mantenimiento de las calificaciones de evaluación continua:**

Para la evaluación única en primera y segunda convocatoria, así como en la convocatoria de marzo de finalización de estudios, se mantendrá la calificación obtenida en la parte práctica de la evaluación continua de la asignatura en caso de estar superada.

**(4) Convocatorias extraordinarias:**

El alumnado que se encuentre en quinta o sucesivas convocatorias si desea ser evaluado por un Tribunal, deberá presentar una solicitud a través del procedimiento habilitado en la sede electrónica, dirigida al Decano de la Facultad de Economía, Empresa y Turismo. Dicha solicitud deberá realizarse con una antelación mínima de diez días hábiles del comienzo del periodo de exámenes. En cualquier caso, las condiciones deben consultarse en la normativa específica aprobada por el Vicerrectorado de Estudiantes.

**Estrategia Evaluativa**

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CGI-1], [CGI-6], [CGI-3], [CGI-8], [CGI-7], [CGI-2], [CA-44], [CA-45], [CE-29]	- Prueba (teórica-conceptual-aplicación práctica) con preguntas tipo test de respuesta múltiple y/o preguntas cortas de desarrollo (50%)	50,00 %
Pruebas de ejecuciones de tareas reales y/o simuladas	[CGI-1], [CGI-6], [CGP-9], [CGP-14], [CGS-17], [CGS-18], [CGI-3], [CGI-4], [CGI-8], [CGS-19], [CGI-7], [CGI-2], [CGI-5], [CGP-10], [CGP-15], [CGS-22], [CA-44], [CA-45], [CE-29]	Diseño, ejecución y defensa de un proceso de investigación comercial.	50,00 %

**10. Resultados de Aprendizaje**

El/la alumno/a, 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 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 es orientativa y puede 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 y prácticas	2.50	6.00	8.50
Semana 2:	Tema 2	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Tema 3	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 4	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Tema 5	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Tema 6	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Tema 6	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 11:	Tema 7	Clases teóricas y prácticas Actividad formativa	5.75	6.00	11.75
Semana 12:	Tema 8	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75

Semana 13:	Tema 8	Clases teóricas y prácticas.	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Tema 9	Clases teóricas y prácticas	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tema 10		3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Examen y tutorías		3.00	0.00	3.00
Total			60.00	90.00	150.00