

Facultad de Economía, Empresa y Turismo

Grado en Turismo

GUÍA DOCENTE DE LA ASIGNATURA :

**Investigación Comercial
(2026 - 2027)**

1. Datos descriptivos de la asignatura

Asignatura: Investigación Comercial	Código: 169023105
- Centro: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Lugar de impartición: Facultad de Economía, Empresa y Turismo - Titulación: Grado en Turismo - Plan de Estudios: 2009 (Publicado en 2009-11-25) - Rama de conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas - Itinerario / Intensificación: - Departamento/s: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área/s de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados - Curso: 3 - Carácter: Obligatoria - Duración: Primer cuatrimestre - Créditos ECTS: 6,0 - Modalidad de impartición: - Horario: Enlace al horario - Dirección web de la asignatura: https://www.ull.es/grados/turismo/ - Idioma: Castellano	

2. Requisitos de matrícula y calificación

Recomendable haber cursado la asignatura Marketing Turístico.

3. Profesorado que imparte la asignatura

Profesor/a Coordinador/a: RICARDO JESUS DIAZ ARMAS
- Grupo: Grupo La Laguna y Adeje (teoría y prácticas)
General - Nombre: RICARDO JESUS - Apellido: DIAZ ARMAS - Departamento: Dirección de Empresas e Historia Económica - Área de conocimiento: Comercialización e Investigación de Mercados

Contacto

- Teléfono 1: **922317069**
- Teléfono 2:
- Correo electrónico: **rjdiaz@ull.es**
- Correo alternativo:
- Web: **<http://www.campusvirtual.ull.es>**

Tutorías primer cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Planta	Despacho
07-09-2026	18-12-2026	Lunes	08:30	09:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	2º	5
07-09-2026	18-12-2026	Lunes	10:30	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	2º	5
07-09-2026	18-12-2026	Martes	08:30	10:00	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	2º	5
07-09-2026	18-12-2026	Miércoles	08:30	09:30	Centro Cultural Adeje - AD.1A	Donde indiquen	
07-01-2027	25-01-2027	Lunes	10:30	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	2º	5
07-01-2027	25-01-2027	Miércoles	10:30	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	2º	5

Observaciones: Las tutorías de los lunes serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso del Meet de Google, y se solicitará a la dirección del correo rjdiaz@ull.edu.es

Tutorías segundo cuatrimestre:

Desde	Hasta	Día	Hora inicial	Hora final	Localización	Planta	Despacho
-------	-------	-----	--------------	------------	--------------	--------	----------

25-01-2027	23-07-2027	Lunes	10:30	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	2º	5
25-01-2027	23-07-2027	Miércoles	10:30	13:30	Facultad de Economía, Empresa y Turismo - GU.5A	2º	5

Observaciones: Las tutorías de los lunes serán en línea. Para llevar a cabo la tutoría en línea, se hará uso del Meet google, y se solicitará a la dirección del correo rjdiaz@ull.edu.es. *Las tutorías en el 2º cuatrimestre en Adeje (sin docencia) se concentrarán a demanda del alumnado para reducir el número de desplazamientos. Se puede solicitar para que se realicen de manera virtual. Para una correcta organización de las tutorías, se ruega comunicación previa por email. Las tutorías de los lunes de 11:30 a 14:30, serán online haciendo uso de Google Meet, con la dirección del correo rjdiaz@ull.edu.es

4. Contextualización de la asignatura en el plan de estudio

Bloque formativo al que pertenece la asignatura: **Producción de Servicios Turísticos**

Perfil profesional: **Capacitar al alumnado para analizar, redactar y preparar un informe de mercado en el ámbito de la empresa y/u organización turística.**

5. Competencias

Específicas

6—1 - Conocer las particularidades del servicio turístico.

6—2 - Conocer los diferentes tipos de clientes y sus necesidades.

11—1 - Conocer las teorías y conceptos básicos en marketing turístico como: demanda, comportamiento del consumidor, mercado,

11—2 - Conocer las herramientas y aplicaciones básicas como: investigación de mercados o plan de marketing, creación de productos

Generales

6 - Tener una marcada orientación de servicio al cliente

11 - Definir objetivos, estrategias y políticas comerciales

Básicas

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

1. Introducción a la investigación comercial, la necesidad de la información y la planificación de la investigación
2. La investigación exploratoria, con datos secundarios elaborados e información en la red
3. Técnicas cualitativas:

- Técnicas grupales
- Entrevista en Profundidad
- Proyectivas
- Observación - Pseudocompra

4. Técnicas cuantitativas

- La encuesta tipos y aplicaciones
- La experimentación - Neuromarketing

5. Creación y diseño de cuestionarios.

6. Medición, las escalas.

7. El muestreo, diseño y tipos de muestreo

8. Tratamiento, transformación y análisis de la información-datos (univariante, bivariante y multivariante)

9. ¿Cómo confeccionar, presentar y defender un informe?

Actividades a desarrollar en otro idioma

Lecturas de documentos de base para el desarrollo del informe de investigación comercial, sin los que no se podrá desarrollar el informe de investigación comercial.

El criterio para evaluar esta actividad en otro idioma es que el informe debe incluir en sus antecedentes, metodología y discusión las aportaciones de estos documentos.

En caso de no ser incluidos en el Informe de investigación presentado al final del cuatrimestre el estudiantado perderá un 10% de la nota del informe de investigación comercial.

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 Proyectos (ABP)

Descripción

Aplica el Modelo de Enseñanza Centrada en el Alumnado (MECA - ULL)

Diseño y ejecución de una investigación comercial real

Los estudiantes trabajarán en equipo durante el cuatrimestre un único caso integral, en el que asumirán el rol de consultores responsables de un proceso de investigación comercial. Los equipos que se formen realizarán un único trabajo transversal a todos los contenidos de la asignatura. El estudiante deberá simular el diseño, ejecución y defensa de un proceso de investigación comercial que se solicita por un personaje simulado, pero que presenta ante los estudiantes un problema u oportunidad real del sector turístico. Cada estudiante simulará ser parte de un equipo consultor para una Administración o Empresa Turística, de manera que deberá presentar al final del proceso un informe que de solución al problema o presente cómo aprovechar la oportunidad.

Salidas de campo:

El estudiante para la ejecución del proceso de investigación comercial deberá acudir a la zona o actividad turística seleccionada, para la recogida de información mediante técnicas de carácter cualitativo o cuantitativo. El destino será uno o varios Hoteles/Restauración en la zona turística comprendida entre Adeje-Los Cristianos en el caso del grupo de Adeje y en la Casa del Vino, El Sauzal, en el caso del grupo de La Laguna (en caso de no ser posible se acudirá a Hoteles en La Laguna). En ambos sitios se encuentra un volumen suficiente de turistas, público objetivo sobre el que aplicará las técnicas. El objetivo es lograr:

- 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 informes y defensa:

La metodología parte de que la verificación del aprendizaje no puede descansar únicamente en los productos escritos entregados, sino en el dominio demostrado de forma presencial e individual. Por ello, las actividades del aula tienen valor formativo y de calificación, y cada trabajo aplicado se acompaña de una prueba presencial que verifica la apropiación individual de los conocimientos y competencias trabajados en equipo. E

- En esta simulación, el alumno deberá entregar, cada dos semanas aproximadamente, entregables/partes de este proceso investigación, evitando la sobrecarga al final del cuatrimestre en que entregará la penúltima semana de clase el informe final. Con cada entregable habrá una defensa o evaluación de sus contenidos, **grupal e individual**.
- El informe final escrito se presentará la penúltima semana de clase y será el compendio de las tareas entregadas y evaluadas previamente, pero ajustándose a la estructura formal del informe y corrigiendo errores cometidos. Su entrega se hará en formato "PDF".
- La defensa oral de dicho informe, a celebrar la última semana, será en 15 minutos máximo. Los estudiantes simularan la

presentación y defensa del informe ante sus "clientes", tras la misma habrá un turno del cliente preguntando directamente a cada participante.

Durante la ejecución del trabajo de campo, los alumnos tendrá el soporte del profesor que estará conectado con el estudiantado, a través de las herramientas del campusvirtual o vías alternativas de chat como "Remind" o "Telegram"

Uso de IA generativa

En esta asignatura se permite el uso de IA generativa (GenIA) como apoyo al aprendizaje (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 y deben ser contrastados críticamente por el alumnado. No se permite su uso para generar directamente respuestas en tareas, durante evaluaciones presenciales, ni de forma que impida el aprendizaje personal, crítico y creativo del alumnado. El sistema de evaluación está diseñado para que el dominio individual de los contenidos y competencias se verifique en pruebas presenciales, de modo que el uso de estas herramientas apoye el aprendizaje sin sustituir el juicio crítico que la asignatura evalúa.

En caso de situaciones de riesgo derivadas de fenómenos meteorológicos adversos, se seguirán las siguientes directrices:

- Si se declara en la Universidad de La Laguna nivel 2 (amarillo), las actividades docentes se desarrollarán conforme las directrices marcadas por la Universidad de La Laguna.
- Si se declara en la Universidad de La Laguna nivel 3 (naranja) o 4 (rojo), se suspenderán las actividades docentes presenciales, y previa información al alumnado por los canales disponibles, se actuará para garantizar la continuidad del aprendizaje y la atención al alumnado mientras se mantengan estos niveles de alerta

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	22,50	0,00	22,5	[CB1], [CB2], [CB4], [CB5], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Clases prácticas (aula / sala de demostraciones / prácticas laboratorio)	32,50	0,00	32,5	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Realización de seminarios u otras actividades complementarias	2,00	0,00	2,0	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Realización de trabajos (individual/grupal)	0,00	35,00	35,0	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]

Estudio/preparación de clases teóricas	0,00	15,00	15,0	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Estudio/preparación de clases prácticas	0,00	20,00	20,0	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Preparación de exámenes	0,00	15,00	15,0	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Realización de exámenes	3,00	0,00	3,0	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Asistencia a tutorías	0,00	5,00	5,0	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]
Total horas	60,00	90,00	150,00	
Total ECTS			6,00	

8. Bibliografía / Recursos

Bibliografía Básica

Muñoz, M. S. J., & Ladero, M. D. L. M. G. (2024). Introducción a la investigación de marketing . Ediciones Pirámide.

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.

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

Bibliografía Complementaria

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

Yáñez Lorenzo, E., y Merino Sanz, M. J. (2021). De la emoción a la compra. Por qué y cómo compramos. ESIC.

Otros Recursos

- Asociación de Estudios de mercado. <http://www.aedemo.es/aedemo/>, en esta web, tendrán todos los enlaces importantes del mundo del marketing y la investigación comercial
- Web corporativa de Turismo de Tenerife, <http://www.webtenerife.com/> donde podrán encontrar información sobre el turismo en Tenerife y los diferentes estudios sobre oferta y demanda turística
- Encuesta del Gasto Turístico de Canarias, <http://www2.gobiernodecanarias.org/istac/>

9. Sistema de evaluación y calificación

Descripción

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

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. Todo el alumnado está sujeto a evaluación continua en la primera convocatoria de la asignatura, salvo que renuncie expresamente a ello a través del procedimiento establecido en el Aula Virtual.

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 por separado las dos partes (práctica y teórica) que se describen a continuación. Las partes no se compensan entre sí.

1) Parte práctica de evaluación continua (60%) (a lo largo del curso)

Esta parte integra el trabajo aplicado del alumnado a lo largo del cuatrimestre, tanto el realizado de forma individual y continua en el aula como el desarrollado en equipo sobre casos y trabajos. Se compone de dos elementos:

1.1) Portafolio de trabajo diario en aula (20%)

Recoge el proceso de aprendizaje individual del alumnado mediante un portafolio que se construye de manera continua e incremental, sesión a sesión, principalmente en las clases teóricas. El portafolio reúne la evidencia diaria del trabajo en aula: ejercicios realizados en clase, tareas asociadas a cada tema, actividad formativa, casos breves, lecturas comentadas, aportaciones a debates y reflexiones de aprendizaje. Cada ejercicio tendrá un valor proporcional al número total de ejercicios que se realicen a lo largo del curso. El profesorado realizará un seguimiento continuado del portafolio mediante revisiones periódicas, observación directa en aula y comprobación de las entregas asociadas a cada sesión.

1.2) Trabajo, informe de investigación comercial (40%)

Se evaluará la realización de un informe de investigación comercial realizado en equipo a lo largo del cuatrimestre. Esta parte se desdobra al 50-50 entre componente colectivo y componente individual sobre los trabajos del equipo. La evaluación de los trabajos colectivos se realizará a través de informes, presentaciones, defensas orales y/o entrevistas **grupales e individuales** con el profesorado. Si se supera esta parte práctica, se mantendrá la nota para las convocatorias de evaluación única del curso académico presente. Incluirá las siguientes actividades evaluables:

- Entrega de tareas parciales, contenidos del informe final (10%)
- Defensa grupal e individual de las entregas (10%)
- Entrega y defensa del Informe final de investigación (20%)

2) Parte Teórica (40%), examen de convocatoria

Examen final escrito e individual realizado en la fecha oficial de la convocatoria, de forma presencial. Combinará preguntas

tipo test multirrespuesta sobre conceptos del temario, justificación de respuestas y/o preguntas cortas de aplicación práctica sobre casos breves no vistos previamente y/o análisis crítico de una respuesta generada por IA (1). El examen se centra en el dominio del temario completo.

La evaluación continua se agota cuando el alumnado se presenta al examen final de la convocatoria oficial; en caso contrario se contabiliza como no presentado.

Condiciones de permanencia en evaluación continua y acceso a evaluación única

(1) Se entenderá agotada la primera convocatoria desde que el alumnado se presente a las actividades cuya ponderación compute el 100% de la evaluación continua. Si el porcentaje de pruebas al que se presenta el alumnado de la modalidad de continua es menor, figurará en el acta de la primera convocatoria un No presentado. Solo por causas sobrevenidas, y contempladas específicamente en el Reglamento (art. 5.7), se podrán admitir solicitudes para evitar el agotamiento de la convocatoria.

(2) Todo el alumnado está sujeto a evaluación continua en la primera convocatoria de la asignatura, salvo que renuncie expresamente a ello a través del procedimiento establecido en el Aula Virtual. El alumnado podrá presentar esa renuncia antes de la fecha del examen de la primera convocatoria oficial (independientemente de que coincida o no con la última prueba de continua), y siempre que no se haya presentado a las actividades cuya ponderación computen más del 60% de la evaluación continua. Solo por causas sobrevenidas y contempladas en el Reglamento (art. 5.7) podrán admitirse solicitudes para acceder a la única, aun y cuando se haya superado ese porcentaje

EVALUACIÓN ÚNICA:

Prueba evaluativa de convocatoria única en fecha oficial. Se evaluarán de forma equivalente las dos dimensiones del aprendizaje contempladas en la evaluación continua. Es necesario aprobar por separado las dos partes para superar la asignatura; no se compensan entre sí.

Parte Práctica (60%)

Serán una serie de preguntas que evalúan el dominio aplicado del alumnado, equivalente al trabajo desarrollado a lo largo del cuatrimestre

Parte Teórica (40%)

Examen escrito presencial, en los mismos términos que en la evaluación continua: combina preguntas tipo test multirrespuesta sobre conceptos del temario, justificación de respuestas y/o preguntas cortas de aplicación práctica sobre casos breves no vistos previamente y/o análisis crítico de una respuesta generada por IA (1).

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 de las cuales pueden ser correctas una o dos. Si se deja sin contestar o se selecciona alguna respuesta incorrecta, la pregunta vale 0 (no resta); 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 multirrespuesta, también se podrá incluir la solicitud de una breve justificación de la respuesta. Las preguntas cortas son para desarrollar en un párrafo, aproximadamente en un máximo de 150 palabras. Los contenidos de las preguntas podrán ser teóricos o de supuestos de aplicación práctica, referidos a contenidos del temario y material de clase, o a preguntas formuladas tras el visionado de un vídeo, lectura de texto o cualquier otro recurso. En caso de que el test se realice mediante cuestionario alojado en el aula virtual, la organización de las preguntas será aleatoria y de forma secuencial una a una.

(2) Uso de IA generativa: En esta asignatura se permite el uso ético y transparente de IA generativa (GenIA) como apoyo al aprendizaje y al trabajo continuo y en equipo, siempre haciendo referencia a su uso. No se permite su empleo en las pruebas presenciales ni para sustituir el aprendizaje crítico y creativo del alumnado, lo que constituiría una irregularidad académica.

(3) Calificación y requisito de mínimos: Para superar la asignatura es necesario obtener una calificación igual o superior a 5,0

sobre 10 en cada una de las dos partes por separado (Parte Práctica y Parte Teórica). Si la media de la calificación de la asignatura es igual o superior a 5,0 pero no se supera alguno de los requisitos mínimos contemplados, no se superará la asignatura y la calificación en el acta será la nota de la parte no superada, o en su caso de un 3.

(4) Mantenimiento de las calificaciones de evaluación continua: Para la evaluación 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 en caso de estar superada.

(5) ALUMNADO EN 5ª CONVOCATORIA O POSTERIORES. (1) Podrá solicitar la evaluación con un tribunal el alumnado que, estando en quinta y sucesivas convocatorias, no la haya agotado por haberse presentando en evaluación continua a las actividades cuya ponderación compute, al menos, 60% de la evaluación. (2) El ejercicio del derecho a ser evaluado mediante un tribunal será solicitado por el o la estudiante a través del procedimiento habilitado a tal fin en la sede electrónica. La solicitud debe presentarse con una antelación de, al menos, diez días hábiles antes del inicio de cada convocatoria oficial, según se establece en el calendario académico anual aprobado por Consejo de Gobierno

Estrategia Evaluativa

Tipo de prueba	Competencias	Criterios	Ponderación
Pruebas objetivas	[CB1], [CB2], [CB4], [CB5]	Test multirespuesta y/o preguntas cortas teórico prácticas basadas en la bibliografía básica y los temas complementarios explicados por el profesor	40,00 %
Informes memorias de prácticas	[CB3], [CB4], [CB5], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]	Trabajos colectivos, informes, presentaciones, defensas orales y/o entrevistas grupales e individuales con el profesorado	40,00 %
Portafolios	[CB3], [6—1], [6—2], [6], [11—2], [11—1], [11]	Entregables del trabajo en aula: ejercicios realizados en clase, tareas asociadas a cada tema, actividad formativa, casos breves, lecturas comentadas, aportaciones a debates y reflexiones de aprendizaje.	20,00 %

10. Resultados de Aprendizaje

Al terminar la asignatura se espera que el alumno sea capaz de:

- 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 turística
- Evaluar, elegir y ejecutar las herramientas de obtención de información (cuantitativa y cualitativa) comunes en la investigación comercial.
- Presentar, defender y/o evaluar un informe de investigación comercial.

11. Cronograma / calendario de la asignatura

Descripción

* La distribución de los temas por semana es orientativo, 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	3.75	6.00	9.75
Semana 2:	Tema 1 y 9 La clase del lunes será impartida el viernes 18	Clases teóricas. Los alumnos recibirán instrucciones teóricas de cómo hacer el informe	3.75	6.00	9.75
Semana 3:	Tema 2	Clases teóricas, confección de equipos, acotar el problema de investigación y búsqueda inicial de información para diseñar la investigación. Primer entregable parcial del informe.	3.75	6.00	9.75
Semana 4:	Tema 3	Clases teóricas, explotación de información, ejecución de técnicas cualitativas.	3.75	6.00	9.75
Semana 5:	Tema 3	Clases teóricas, explotación de información, ejecución de técnicas cualitativas.	3.75	6.00	9.75
Semana 6:	Tema 3 - 4 La clase del lunes será impartida el viernes 16	Clases teóricas, explotación de información, ejecución de técnicas cuantitativas. Segundo entregable parcial del informe.	3.75	6.00	9.75
Semana 7:	Tema 4	Clases teóricas, explotación de información, ejecución de técnicas cuantitativas.	3.75	6.00	9.75
Semana 8:	Tema 4	Clases teóricas, explotación de información, ejecución de técnicas cuantitativas.	3.75	6.00	9.75
Semana 9:	Tema 5 La clase del lunes será impartida el viernes 6	Clases teóricas, construcción de cuestionario. Tercer entregable parcial del informe.	3.75	6.00	9.75
Semana 10:	Tema 6	Clases teóricas, construcción de escalas. Actividad Formativa	5.75	6.00	11.75
Semana 11:	Tema 6 / 7	Clases teóricas, diseño muestral.	3.75	6.00	9.75

Semana 12:	Tema 7 / 8	Tratamiento de la información cualitativa y cuantitativa. Cuarto entregable parcial del informe.	3.75	6.00	9.75
Semana 13:	Tema 8	Tratamiento de la información cualitativa y cuantitativa. Cuarto entregable parcial del informe.	3.75	6.00	9.75
Semana 14:	Tema 8 - 9	Clases teóricas y diseño del informe de investigación comercial	3.75	6.00	9.75
Semana 15:	Tema 9	Defensas de los informes presentados	3.75	6.00	9.75
Semana 16 a 18:	Examen y tutorías		1.75	0.00	1.75
Total			60.00	90.00	150.00