UNIVERSIDADE DA CORUÑA

Guia docente					
Datos Identificativos					2017/18
Asignatura (*)	Investigación de Mercados			Código	611G02024
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas				
Descriptores					
Ciclo	Periodo	Curso		Tipo	Créditos
Grado	1º cuatrimestre	Tercero		Obligatoria	6
Idioma	Castellano				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	EconomíaEmpresa				
Coordinador/a	Orosa Gonzalez, Jose Javier		Correo electrónico	javier.orosa@udc.es	
Profesorado	Orosa Gonzalez, Jose Javier Ramos Pedreira, Antonio		Correo electrónico	javier.orosa@udc.es antonio.ramos@udc.es	
Web					
Descripción general	Los continuos cambios en los comportamientos de los mercados y los consumidores así como las transformaciones experimentadas en el entorno están presionando a las empresas a preocuparse por obtener información actualizada. Paralelamente la crisis económica introduce dificultades adicionales en los procesos de toma de decisiones de las empresas. Ante este nuevo panorama, la investigación de mercados se está convirtiendo en una de las tareas más importantes dentro de la función de marketing de la empresa . Las empresas necesitan conocer métodos de obtención de información y técnicas para tratarlas, obtener información actualizada para mejorar sus procesos de toma de decisiones. El proceso de investigación de mercados es útil para apoyar la toma de decisiones comerciales y, en general, disminuir el riesgo de cualquier decisión empresarial.				

Competencias / Resultados del título	
Código	Competencias / Resultados del título
A1	CE1 - Gestionar y administrar una empresa u organización de pequeño tamaño, entendiendo su ubicación competitiva e institucional e identificando sus fortalezas y debilidades.
A2	CE2 - Integrarse en cualquier área funcional de una empresa u organización mediana o grande y desempeñar con soltura cualquier labor de gestión en ella encomendada.
A3	CE3 - Valorar a partir de los registros relevantes de información la situación y previsible evolución de una empresa.
A4	CE4 - Emitir informes de asesoramiento sobre situaciones concretas de empresas y mercados.
A5	CE5 - Redactar proyectos de gestión global o de áreas funcionales de la empresa.
A6	CE6 - Identificar las fuentes de información económica relevante y su contenido.
A7	CE7 - Entender las instituciones económicas como resultado y aplicación de representaciones teóricas o formales acerca de cómo funciona la economía.
A8	CE8 - Derivar de los datos información relevante imposible de reconocer por no profesionales.
A9	CE9 - Usar habitualmente la tecnología de la información y las comunicaciones en todo su desempeño profesional.
A10	CE10 - Leer o comunicarse en el ámbito profesional en un nivel básico en más de un idioma, en especial en inglés
A11	CE11 - Aplicar al análisis de los problemas criterios profesionales basados en el manejo de instrumentos técnicos.
A12	CE12 - Comunicarse con fluidez en su entorno y trabajar en equipo.
B1	CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educacion 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 conocmientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio
B2	CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesiona y posean las competencias que suelen desmostrarse por medio de la elaboracion y defensa de argumentos y la resolucion de problemas dentro de su área de trabajo
B3	CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir jicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, cinetífica o ética

B4	CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado
B5	CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía
B6	CG1- Desempeñar labores de getión, asesoramiento y evaluacion en las organizaciones empresariales
B7	CG2 - Manejar los conceptos y técnicas empleados en las diferentes áreas funcionales de la empresa, así como entender las relaciones que existen entre ellas y con los objetivos generales de la organización
B8	CG3 - Ser capaz de tomar decisiones, y, en general, asumir tareas directivas
B9	CG4 - Saber identificar y anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar la información, seleccionar y motivar a las personas, tomar decisiones en condiciones de incertidumbre, alcanzar los objetivos propuestos y evaluar resultados
B10	CG5 - Repsetar los derechos fundamentales y de igualdad entre hombres y mujeres, respetar la promoción de los Derechos Humanos y los principios de igualdad de oportundiades, no discriminacion y accesibilidad universal de las personas con discapacidad
C1	CT1 - Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C2	CT7 - Dominar la expresión y la comprensión de forma oral y escrita de un idioma extranjero.
C3	CT8 - Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C4	CT2 - Desarrollarse para el ejercicio de una ciudadanía abierta, culta, crítica, comprometida, democrática y solidaria, capaz de analizar la realidad, diagnosticar problemas, formular e implantar soluciones basadas en el conocimiento y orientadas al bien común.
C5	CT3 - Entender la importancia de la cultura emprendedora y conocer los medios al alcance de las personas emprendedoras.
C6	CT4 - Valorar críticamente el conocimiento, la tecnología y la información disponible para resolver los problemas con los que deben enfrentarse.
C7	CT5 - Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	CT6 - Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje			
Resultados de aprendizaje	Competencias / Resultados del título		
Emitir informes de asesoramento sobre situación concretas de empresas e mercados. Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido.	A5 A7 A10	B1 B2 B3 B4 B5 B8	C1 C2 C3
Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse.	A3 A9		C6
Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo. Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.	A12		
Xestionar e administrar una empresa ou organización de pequeño tamaño, entendendo a súa ubicación competitiva e institucional e identificando as súas fortalezas e debilidades.	A1 A2	B6 B7	C4 C7
Saber reunir e interpretar datos relevantes da área de estudo para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética. Saber identificar e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, tomar decisións en condicións de - incerteza, alcanzar os obxectivos propostos e avaliar resultados	A4 A6 A8 A9 A11	B9 B10	C5 C8

Contenidos	
Tema	Subtema

TEMA 1. CONCEPTO Y PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	CONCEPTO Y CARACTERÍSTICAS SISTEMA DE APOYO A LAS DECISIONES DE MARKETING PLANIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MERCADOS Y COMPETENCIA: CONCEPTOS BÁSICOS. NORMATIVA
TEMA 2. FUENTES Y TÉCNICAS DE INFORMACIÓN	FUENTES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO Y CARÁCTERISTICAS CRITERIOS PARA CLASIFICAR FUENTES DE INFORMACIÓN
TEMA 3. MÉTODOS CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL	DINÁMICA DE GRUPOS ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD DELPHI PSEUDOCOMPRA OBSERVACIÓN TÉCNICAS PROYECTIVAS Y DE CREATIVIDAD
TEMA 4. MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL	- CONCEPTO. CARACTERÍSTICAS Y CLASES - BASES DE DATOS. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA - PANELES: CONSUMIDORES-DETALLISTAS-AUDIENCIAS
TEMA 5. LA ENCUESTA	- VENTAJAS DERIVADAS DEL USO DE ENCUESTAS - CLASES DE ENCUESTAS - DISEÑO DE CUESTIONARIOS - MEDICION Y ESCALAS - EL MUESTREO: CONCEPTOS BÁSICOS-DISEÑO MUESTRAL-PROCEDIMIENTOS DE MUESTREO-TAMAÑO MUESTRAL - ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN:TÉCNICAS DE ANALISIS UNIVARIANTE-BIVARIANTE-MULTIVARIANTE - PROTECCIÓN DE DATOS: CONCEPTOS BÁSICOS
TEMA 6. PRESENTACIÓN DEL INFORME FINAL	ESTRUCTURA INFORME Y PRESENTACIÓN ORAL

Planificación				
Metodologías / pruebas	**Competencias / Resultados**	**Horas lectivas (presenciales y virtuales)**	**Horas trabajo autónomo**	**Horas totales**
Sesión magistral	A1 A2 B1 B5 B6 B7 C5 C6	15	30	45
Actividades iniciales	A6 A10 B10 C3 C4 C7 C8	5	10	15
Análisis de fuentes documentales	A3 A6 A7 A9	5	5	10
Estudio de casos	A4 B2 B4	11	22	33
Investigación (Proyecto de investigación)	A5 A8 A11 A12 B8 C1 C2	10	20	30
Salida de campo	A12	0	10	10
Prueba de ensayo/desarrollo	A4 A6 B3 B9 C5 C6	3	0	3
Atención personalizada		4	0	4
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	**Descripción**
Sesión magistral	Explicación en clase de los diferentes temas con apoyo de transparencias y medios audiovisuales.
Actividades iniciales	Actividades que se llevan a cabo antes de iniciar cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje a fin de conocer las competencias, intereses y/o motivaciones que posee el alumnado para el logro de los objetivos que se quieren alcanzar, vinculados a un programa formativo. Con ella se pretende obtener información relevante que permita articular la docencia para favorecer aprendizajes eficaces y significativos, que partan de los saberes previos del alumnado.

Análisis de fuentes documentales	Revisión fuentes documentales aplicadas a cada uno de los módulos de la asignatura Técnica metodológica que supone la utilización de documentos audiovisuales y/o bibliográficos (fragmentos de reportajes documentales o películas, noticias de actualidad, paneles gráficos, fotografías, biografías, artículos, textos legislativos, etc.) relevantes para la temática de la materia con actividades específicamente diseñadas para el análisis de los mismos. Se puede emplear como introducción general a un tema, como instrumento de aplicación del estudio de casos, para la explicación de procesos que no se pueden observar directamente, para la presentación de situaciones complejas o como síntesis de contenidos de carácter teórico o práctico.
Estudio de casos	Resolución de varios casos prácticos individuales o en grupo. Estas prácticas serán entregadas en los plazos fijados en el aula y expuestas oralmente si los profesores lo estiman necesario.
Investigación (Proyecto de investigación)	Estudio de mercado. El punto de partida, para cada uno de los grupos, lo constituye la elección de un tema de investigación. El alumno/s establecerá un proceso de investigación sobre un acontecimiento que considere importante a nivel empresarial, estableciendo las fuentes y el tipo de información necesarias, los análisis estadísticos que se deben aplicar y, por último, expondrá sus conclusiones. En este sentido, (salvo propuesta del propio grupo aceptada por profesores) el tema del trabajo será asignado por el profesor y versará sobre cualquier materia relacionada con el ámbito social, económico, político, medioambiental?
Salida de campo	Salidas / trabajo de campo con el objetivo de realización de entrevistas, encuestas, visitas a instituciones.... Actividades desarrolladas en un contexto externo al entorno académico universitario (empresas, instituciones, organismos, monumentos, etc.) relacionadas con el ámbito de estudio de la materia. Estas actividades se centran en el desarrollo de capacidades relacionadas con la observación directa y sistemática, la recogida de información,
Prueba de ensayo/desarrollo	El examen final está formado por dos pruebas de ensayo. En estas pruebas se realizarán preguntas de breve desarrollo acerca de los contenidos de la materia. Es necesario obtener una nota mínima de corte en ambas pruebas para superar la asignatura.

Atención personalizada	
Metodologías	**Descripción**
Estudio de casos Investigación (Proyecto de investigación)	Se realizará un seguimiento de los diferentes trabajos. Existe la posibilidad de llevar a cabo reuniones de trabajo con grupos reducidos para resolver las dudas sobre la materia, sobre los casos y trabajos. Se comunicará con antelación el lugar, fecha y hora.

Evaluación			
Metodologías	**Competencias / Resultados**	**Descripción**	**Calificación**
Estudio de casos	A4 B2 B4	Se contempla la realización de casos prácticos relacionados con los contenidos teóricos de la asignatura, en base a lecturas de documentos de trabajo, asistencia a charlas u otras posibles actuaciones. Serán evaluados teniendo en cuenta su presentación oral, escrita, la claridad, creatividad y aplicación de los fundamentos teóricos.	25
Prueba de ensayo/desarrollo	A4 A6 B3 B9 C5 C6	Os profesores da materia realizarán 2 probas de ensaio que inclúen preguntas de breve desenvolvemento. Será necesario alcanzar unha cualificación mínima nestas probas para superar a materia	55
Investigación (Proyecto de investigación)	A5 A8 A11 A12 B8 C1 C2	Durante el cuatrimestre los alumnos elaborarán un proyecto de investigación. Los trabajos se valorarán atendiendo a: ? Organización y trabajo en equipo/individual durante el cuatrimestre ? Presentación, estructura, razonamiento y creatividad ? Documentación/bibliografía/otros recursos utilizados. ? Especial atención a las conclusiones y recomendaciones.	20

Observaciones evaluación

La evaluación de la asignatura abarca dos bloques diferenciados: el trabajo desarrollado por el alumno a lo largo del curso (evaluación continua = 4,5 puntos) y la realización del examen final (5,5 puntos)

EVALUACIÓN CONTINUA: casos prácticos y proyecto de investigación.

La puntuación máxima de la evaluación continua es de 4,5 puntos sobre 10.

Los casos prácticos y el proyecto de investigación deben ser presentados y expuestos en el aula en la fecha que el profesor estime oportuno.

La participación activa del alumno en el desarrollo de las prácticas será valorada, en la medida en que dicha participación demuestre el interés y conocimiento de la materia.

En las exposiciones orales se tendrá en cuenta el dominio de la materia mostrada por el alumno a través das preguntas formuladas por los profesores.

En este sentido, la calificación de cada un de los miembros de un grupo de trabajo podrá ser diferente.

La entrega fuera de plazo de los trabajos o la no presencia en el aula en la fecha de exposición conlleva la valoración de la práctica con 0 puntos.

Las pruebas orales realizadas durante el curso podrán ser ser gravadas.

En la realización de trabajos, el plagio y la utilización de material no original, incluído aquel obtenido a través de internet, sin indicación expresa de su procedencia podrá ser considerada causa de calificación de suspenso.

Examen final

El examen final supone el 55% de la nota final (5,5 puntos sobre 10).

Los profesores realizarán 2 pruebas de ensaio que incluyen preguntas de breve desarrollo. Cada proba tiene un valor de 2,75 puntos. Será necesario alcanzar una calificación mínima en cada una de las pruebas para superar el examen.

En el caso de no superar el examen (o alguna de las dos pruebas de ensayo)la calificación final que figurará en el acta será la alcanzada en la evaluación continua, si bien podrá asignarse un plus en esta calificación final a los alumnos que participen regular y activamente en el desarrollo de la asignatura.

Segunda oportunidad (examen julio)

La calificación obtenida en la evaluación continua (casos prácticos y proyecto de investigación) se conservará para 2ª oportunidad de julio (45% de la calificación final = 4,5 puntos)

El examen 2ª oportunidad (julio) contiene preguntas de ensayo acerca de los contenidos del programa, casos prácticos, proyecto de investigación.. Estas preguntas supondrán el 55% de la calificación final(5,5 puntos)

Identificación dos estudantes:
En la realización de las actividades de evaluación, los alumnos deberán acreditar su identidad mediante la exhibición de la tarjeta de estudiante de la UDC, documento nacional de identidad o documento identificativo equivalente.

Comisión de fraude y responsabilidades disciplinarias

Si durante la realización de una prueba de evaluación los profesores tienen conocimientos de la quiebra de los principios de decoro, legalidad o mérito individual, se procederá a la expulsión inmediata del estudiante. La expulsión de una prueba de evaluación implica la calificación de suspenso (nota numérica de 0) en la convocatoria da materia.

Queda prohibido el acceso al aula y la realización de pruebas de evaluación con instrumentos electrónicos o dispositivos móviles no expresamente autorizados por el profesorado.

Alumnos dedicación tiempo parcial:

Los alumnos que tengan reconocida la dedicación a tiempo parcial, seguirán el mismo sistema de evaluación que los que están a tiempo completo. En este sentido, en la presente guía se contemplan varias horas de atención personalizada.

Fuentes de información	
Básica	- TRESPALACIOS GUTIERREZ JUAN ANTONIO (2016). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. PARANINFO - GRANDE ESTEBAN, I (2017). FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL. ESIC. MADRID
Complementária	- INSTITUTO NACIONAL ESTADÍSTICA (). . - COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA (). . - ALIMARKET (newsletter) (2016). . - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING ACADÉMICO Y PROFESIONAL (AEMARK) (). . - ACNIELSEN (). . - KANTARMEDIA (). . - AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS (). . - MARKETING RESEARCH ASSOCIATION (). . - WWW.ESOMAR.ORG (). . - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE ESTUDIOS DE MERCADO (AEDEMO) (). . - ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINION (ANEIMO) (). . - ASOCIACIÓN DE EMPRESAS DE ESTUDIOS DE MERCADO Y OPINION (ANEIMO) (). . - INSTITUTO COMERCIO ESPAÑOL (ICEX) (). . - Base de datos STATISTA (). . BIBLIOTECA FACULTAD ECONOMÍA

Recomendaciones
Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente
Estadística I/611G02006 Introducción al Marketing/611G02015
Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente
Asignaturas que continúan el temario
Distribucción Comercial/611G02030 Dirección Comercial/611G02035 Comportamiento del Consumidor. Productos y Marcas/611G02037
Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías