



Guía Docente				
Datos Identificativos				2019/20
Asignatura (*)	Investigación de Mercados		Código	611G02024
Titulación	Grao en Administración e Dirección de Empresas			
Descriptores				
Ciclo	Período	Curso	Tipo	Créditos
Grao	1º cuatrimestre	Terceiro	Obrigatoria	6
Idioma	Castelán			
Modalidade docente	Presencial			
Prerrequisitos				
Departamento	EconomíaEmpresa			
Coordinación	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 xeral	<p>Os continuos cambios no comportamiento dos mercados e dos consumidores, así como as transformacións do entorno, forzan as empresas a manter á información actualizada. Ademáis a crise económica introduce dificultades adicionais nos procesos de toma de decisions das empresas.</p> <p>A investigación de mercados é unha das tarefas más importantes da función de marketing. As empresas necesitan coñecer os métodos de obtención da información, as técnicas para tratarla e obter información actualizada. O proceso de investigación de mercados é útil para apoiar a toma de decisions comerciais e, en xeral, diminuir o risco na toma de decisións empresariais.</p> <p>Durante o curso se traballarán os procesos de investigación basados en técnicas cuantitativas e cualitativas e se dará un breve repaso as diferentes ferramentas de análise estadístico. As sesións teñen unha parte teórica - completada con lecturas e casos prácticos - e outra parte práctica orientada ao desenrollo dun traballo de Investigación de Mercados en grupo e presentado ao final do curso.</p>			

Competencias / Resultados do título	
Código	Competencias / Resultados do título
A1	Xestionar e administrar unha empresa ou organización de pequeno tamaño, entendendo a súa ubicación competitiva e institucional e identificando as súas fortalezas e debilidades.
A2	Integrarse en calquera área funcional dunha empresa ou organización mediana ou grande e desempeñar con soltura calquera traballo de xestión nela encomendada.
A3	Valorar a partir dos rexistros relevantes de información a situación e previsible evolución dunha empresa.
A4	Emitir informes de asesoramento sobre situación concretas de empresas e mercados.
A5	Redactar proxectos de xestión ou de áreas funcionais da empresa.
A6	Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido.
A7	Entender as institucións económicas como resultado e aplicación de representacións teóricas ou formais acerca de cómo funciona a economía.
A8	Derivar dos datos información relevante imposible de recoñecer por non profesionais.
A9	Usar habitualmente a tecnoloxía da información e as comunicación en todo a seu desempeño profesional.
A10	Ler e comunicarse no ámbito profesional nun nivel básico en máis dun idioma, en especial en inglés
A11	Aplicar á análise dos problemas criterios profesionais baseados no manexo de instrumentos técnicos.
A12	Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo.
B1	CB1-Comprender coñecementos na área de estudo que parte da base da educación secundaria general, que apóiandose en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vanguarda do seu campo de estudio
B2	CB2-Saber aplicar os coñecementos ao seu traballo dunha forma profesional e posuir as competencias que adoitan desmostrarse por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da súa área de traballo



B3	CB3-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.
B4	CB4-Transmitir información, ideas, problemas e soluciones a un público tanto especializado como non especializado
B5	CB5-Desenvolver habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía
B6	CG1-Saber desempeñar labores de xestión, asesoramento e avaliación nas organizacións empresariais
B7	CG2-Saber manexar os conceptos e técnicas empregados nas diferentes áreas funcionais da empresa, así como entender as relacións que existen entre elas e cos obxectivos xerais da organización
B8	CG3-Saber tomar decisións, e, en xeral, asumir tarefas directivas.
B9	CG4-Saber identificar e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, seleccionar e motivar as persoas, tomar decisións en condicións de - incerteza, alcanzar os obxectivos propostos e avaliar resultados
B10	CG5-Respectar os dereitos fundamentais e de igualdade entre homes e mulleres, respectar a promoción dos Dereitos Humanos e os principios de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con minusvalidez.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguaas oficiais da comunidade autónoma.
C2	Dominar a expresión e a comprensión de forma oral e escrita dun idioma estranxeiro.
C3	Utilizar as ferramentas básicas das tecnoloxías da información e as comunicacións (TIC) necesarias para o exercicio da súa profesión e para a aprendizaxe ao longo da súa vida.
C4	Desenvolverse para o exercicio dunha cidadanía aberta, culta, crítica, comprometida, democrática e solidaria, capaz de analizar a realidade, diagnosticar problemas, formular e implantar solucións baseadas no coñecemento e orientadas ao ben común.
C5	Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras.
C6	Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrentarse.
C7	Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida.
C8	Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade.

#### Resultados da aprendizaxe

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

#### Contidos

Temas	Subtemas



TEMA 1. CONCEPTO E PLANIFICACIÓN DA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	CONCEPTO E CARACTERÍSTICAS SISTEMA DE APOIO AS DECISIONS DE MARKETING PLANIFICACIÓN DA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS MERCADOS, CONSUMO E COMPETENCIA: CONCEPTOS BÁSICOS / ASPECTOS LEGALES
TEMA 2. FONTES E TÉCNICAS DE INFORMACIÓN	FONTES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO E CARÁCTERISTICAS CRITERIOS PARA CLASIFICAR FONTES DE INFORMACIÓN
TEMA 3. MÉTODOS CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL	DINÁMICA DE GRUPOS ENTREVISTA EN PROFUNDIDADE DELPHI PSEUDOCOMPRA OBSERVACIÓN TÉCNICAS PROXECTIVAS Y DE CREATIVIDADE
TEMA 4. MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL	- CONCEPTO. CARACTERÍSTICAS E CLASES - BASES DE DATOS. SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA... - PANELES: CONSUMIDORES-DETALLISTAS-AUDIENCIAS
TEMA 5. A ENQUISA	- VENTAXAS DERIVADAS DO USO DE ENQUISAS - CLASES DE ENQUISAS - DESEÑO DE CUESTIONARIOS - MEDICIÓN Y ESCALAS - O MUESTREO: CONCEPTOS BÁSICOS-DISEÑO MUESTRAL-PROCEDIMIENTOS DE MUESTREO-TAMAÑO MUESTRAL - ANÁLISE DLA INFORMACIÓN:TÉCNICAS DE ANALISIS UNIVARIANTE-BIVARIANTE-MULTIVARIANTE - PROTECCIÓN DE DATOS: CONCEPTOS BÁSICOS
TEMA 6. O INFORME FINAL	ESTRUCTURA INFORME E PRESENTACIÓN ORAL

## Planificación

Metodoloxías / probas	Competencias / Resultados	Horas lectivas (presenciais e virtuais)	Horas traballo autónomo	Horas totais
Sesión maxistral	A1 A2 B1 B5 B6 B7 C5 C6	17	30	47
Actividades iniciais	A6 A10 B10 C3 C4 C7 C8	5	10	15
Análise de fontes documentais	A3 A6 A7 A9	5	5	10
Estudo de casos	A4 B2 B4	10	22	32
Investigación (Proyecto de investigación)	A5 A8 A11 A12 B8 C1 C2	10	20	30
Proba de ensaio	A4 A6 B3 B9 C5 C6	2	10	12
Atención personalizada		4	0	4

\*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientativo, considerando a heteroxeneidade do alumnado

## Metodoloxías

Metodoloxías	Descripción
Sesión maxistral	Explicación en clase de los diferentes temas con apoyo de medios audiovisuales.



Actividades iniciais	Actividades que se levan a cabo ao inicio de curso, antes de iniciar calquera proceso de ensino-aprendizaxe a fin de coñecer as competencias, intereses e/ou motivacións que posúe o alumnado para o logro dos obxectivos que se queren alcanzar, vinculados a un programa formativo. Con ela preténdese obter información relevante que permita articular a docencia para favorecer aprendizaxes eficaces e significativas, que partan dos saberes previos do alumnado.
Análise de fontes documentais	Utilización de documentos audiovisuais e/ou bibliográficos (fragmentos de reportaxes documentais ou películas, noticias de actualidade, paneis gráficos, fotografías, biografías, artigos, textos lexislativos, etc.) relevantes para a temática da materia con actividades específicamente deseñadas para a análise dos mesmos.
Estudo 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 (Proxecto 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?
Proba de ensaio	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

Metodoloxías	Descripción
Estudo de casos	Se realizará un seguimiento de los diferentes trabajos.
Investigación (Proxecto de investigación)	Existe a posibilidade de levar a cabo reunions de trabalho con grupos reducidos para resolver as dudas sobre a materia, sobre os casos e traballos. Se comunicará con antelación o lugar, fecha e hora.

## Avaliación

Metodoloxías	Competencias / Resultados	Descripción	Cualificación
Estudo 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.	30
Proba de ensaio	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	50
Investigación (Proxecto 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:  - Documentación/bibliografía/ Recursos utilizados. - Presentación, estructura, razonamiento, creatividad, conclusiones / recomendaciones y respuesta a preguntas planteadas por profesores. - Trabajo/participación del alumno/equipo durante el cuatrimestre.	20

## Observacións avaliación



A evaluación da asignatura abarca dous bloques diferenciados: O trabajo desarrollado polo alumno ao longo do curso (evaluación continua = 5 puntos) e a realización do exame final(5 puntos).

## AVALUACIÓN CONTINUA: casos prácticos e proxecto de investigación

A puntuación máxima da Avaluación continua é de 5 puntos sobre 10.

Os casos prácticos e o proxecto de investigación deben ser expostos e presentados na aula na fecha o no momento que o profesor/es estime oportuno.

A participación activa do alumno no desesarrrollo das prácticas será valorada polo profesor, na medida en que dicha participación demostre o interese e coñecemento da materia. Tamén se terá en consideración o dominio da materia amosada polo alumno a través das preguntas formuladas polo profesor nas exposiciones orais. Neste senso a calificación de cada un dos membros dun grupo de traballo podrá ser diferente.

A entrega fora de plazo dos traballos o a non presenza na aula no momento das exposiciones orais conleva a valoración da práctica con 0 puntos.

Normas de escritura: se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

Advertencia sobre plagio: na realización dos traballos, a utilización de material non orixinal, a reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a

la del estudiante, incluído aquel obtido a través da internet, sen indicación expresa da súa procedencia poderá ser considerada causa de cualificación de suspenso de la asignatura.

## Exame final:

O exame final é o 50% da nota final (5 puntos sobre 10).

Os profesores realizarán 2 probas de ensaio que inclúen preguntas de breve desenvolvemento. Cada proba ten un valor de 2,5 puntos. Será imprescindible alcanzar unha cualificación mínima nestas probas para superar a asignatura.

No caso de non ter superado o exame (o algunha das dúas probas de ensaio), a calificación final que figurará na correspondente acta será a nota alcanzada na evaluación continua. Si bien podrá asinarse un plus (hasta un punto) en la calificación final aos alumnos que según o criterio dos profesores participen regular e activamente no desarrollo da asignatura.

## Segunda oportunidad (examen xullo)

A calificación obtida na evaluación continua (casos prácticos y proxecto de investigación) se conservará para 2ª oportunidad de xullo. (50% = 5 puntos)

O exame 2ª oportunidad (xullo) é similar ao de primeira oportunidades. Contén preguntas de ensaio dos apartados do programa, dos casos prácticos e dos proxectos de investigación.. Estas preguntas suponen o 50% da calificación da materia (5 puntos).

Calificación mínima: Será imprescindible alcanzar unha cualificación mínima nestas probas para superar o exame.

No caso de non ter superado o exame (o algunha das dúas probas de ensaio), a calificación final que figurará na acta de xullo será a nota alcanzada na evaluación continua, si bien podrá asinarse un plus na cualificación final aos alumnos que participasen regular e activamente no desarrollo da asignatura ao longo do cuatrimestre.

#### Identificación dos estudiantes:

O profesores encargados da realización dunha proba ou actividade de avaliación deben ter constancia da identidade do alumnado. O alumno deberá acreditala mediante a exhibición da tarxeta de estudiante da UDC, o documento nacional de identidade ou documento identificativo equivalente.

#### Comisión de fraude e responsabilidades disciplinarias

Se durante a realización dunha proba de avaliación os profesores responsables teñen coñecemento da quebra dos principios de decoro, legalidade ou mérito individual, procederase á expulsión inmediata do estudiante. A expulsión dunha proba de avaliación implicará a cualificación de suspenso (nota numérica de 0) na convocatoria da materia.

Queda prohibido o acceso á aula e realización das probas de avaliación con instrumentos electrónicos ou dispositivos móbiles, non expresamente autorizados polo profesorado.

#### Alumnos dedicación tiempo parcial:

Os alumnos que teñan recoñecida a dedicación a tempo parcial, seguirán o mesmo sistema de avaliación que os que están a tempo completo. Neste senso, na presente guía se contemplan varias horas de atención personalizada.



## Fontes de información

Bibliografía básica	- TRESPALACIOS GUTIERREZ JUAN ANTONIO (2016). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. PARANINFO - GRANDE ESTEBAN, I (2017). FUNDAMENTOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL. ESIC. MADRID  
Bibliografía complementaria	- COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA () . . - ALIMARKET ( newsletter) (2016) . . - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING ACADÉMICO Y PROFESIONAL (AEMARK) () . . - INSTITUTO NACIONAL ESTADÍSTICA () . . - 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) () . . - INSTITUTO COMERCIO ESPAÑOL (ICEX) () . . - Base de datos STATISTA () . . BIBLIOTECA FACULTAD ECONOMÍA - Marketing News: <a href="http://www.marketingnews.es">http://www.marketingnews.es</a> () . . - Centro de Investigaciones Sociológicas, C.I.S.: () . . - Asociación Investigación de medios de Comunicación AIMC (EGM): () . . - Foro Internacional del Marketing: <a href="http://www.foromarketing.com">http://www.foromarketing.com</a> () . .  

## Recomendacións

## Materias que se recomienda ter cursado previamente

Estatística I/611G02006

Introducción ao Marketing/611G02015

## Materias que se recomenda cursar simultaneamente

## Materias que continúan o temario

Distribución Comercial/611G02030

Dirección Comercial/611G02035

Coportamento do Consumidor. Productos e Marcas/611G02037

## Observacións

(\*)A Guía docente é o documento onde se visualiza a proposta académica da UDC. Este documento é público e non se pode modificar, salvo casos excepcionais baixo a revisión do órgano competente dacordo coa normativa vixente que establece o proceso de elaboración de guías