



| Guía Docente | | | | |
|-----------------------|--|--------------------|----------------------------|----------|
| Datos Identificativos | | | | 2023/24 |
| Asignatura (*) | Investigación de Mercados | Código | 611G01040 | |
| Titulación | Grao en Economía | | | |
| Descritores | | | | |
| Ciclo | Período | Curso | Tipo | Créditos |
| Grao | 2º cuatrimestre | Cuarto | Optativa | 6 |
| Idioma | Castelán | | | |
| Modalidade docente | Presencial | | | |
| Prerrequisitos | | | | |
| Departamento | Empresa | | | |
| Coordinación | Sánchez Amboage, Eva | Correo electrónico | eva.sanchez.amboage@udc.es | |
| Profesorado | Sánchez Amboage, Eva | Correo electrónico | eva.sanchez.amboage@udc.es | |
| Web | http://www.gcd.udc.es/index.php?sec=ficha-personal&id=2 | | | |
| Descrición xeral | <p>Os continuos cambios no comportamento dos mercados e dos consumidores así como las transformaciones experimentadas na contorna obrigan ás empresas a obter información actualizada sobre as necesidades e preferencias dos consumidores.</p> <p>Ante este novo panorama, a investigación de mercados tense convertido nunha das áreas máis importantes dentro da función de marketing da empresa . As empresas necesitan coñecer métodos de obtención de información e técnicas para analizar esta información, para mellorar os seus procesos de toma de decisions. O proceso de investigación de mercados e útil para apoiar a toma de decisions comerciais e, en xeral, diminuir o risco de calquera decisión empresarial.</p> | | | |

| Competencias / Resultados do título | |
|-------------------------------------|---|
| Código | Competencias / Resultados do título |
| A1 | CE1- Contribuír á boa xestión da asignación de recursos tanto no ámbito privado como no público. |
| A2 | CE2-Identificar e anticipar problemas económicos relevantes en relación coa asignación de recursos en xeral, tanto no ámbito privado como no público. |
| A3 | CE3-Aportar racionalidade á análise e á descrición de calquera aspecto da realidade económica. |
| A4 | CE4-Avaliar consecuencias e distintas alternativas de acción e seleccionar as mellores, dados os obxectivos. |
| A5 | CE5-Emitir informes de asesoramento sobre situación concretas da economía (internacional, nacional ou rexional) ou de sectores da mesma. |
| A6 | CE6-Redactar proxectos de xestión económica a nivel internacional, nacional ou rexional. Integrarse na xestión empresarial. |
| A7 | CE7-Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido. |
| A8 | CE8-Entender as institucións económicas como resultado e aplicación de representacións teóricas ou formais acerca de cómo funciona a economía. |
| A9 | CE9-Derivar dos datos información relevante imposible de recoñecer por non profesionais. |
| A10 | CE10-Usar habitualmente a tecnoloxía da información e as comunicación en todo a seu desempeño profesional. |
| A11 | CE11Leer e comunicarse no ámbito profesional en máis dun idioma, en especial en inglés. |
| A12 | CE12-Aplicar á análise dos problemas criterios profesionais baseados no manexo de instrumentos técnicos. |
| A13 | CE13-Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo. |
| B1 | CB1 - Que os estudantes demostren posuir e comprender coñecementos nun área de estudo que parte da base da educación secundaria xeral, e que soe encontrar nun nivel que, aínda que se apoia en libros de texto avanzados, inclúe tamén algúns aspectos que implican coñecementos procedentes da vangarda do seu campo de estudo. |
| B2 | CB2 - Que os estudantes saiban aplicar os seus coñecementos ó seu traballo ou vocación dun xeito profesional e posúan as competencias que se demostran por medio da elaboración e defensa de argumentos e a resolución de problemas dentro da su entorna de traballo. |
| B3 | CB3 - Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da su área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética |



| | |
|----|--|
| B4 | CB4 - Que os estudantes poidan transmitir información, ideas, problemas e solucións a un público tanto especializado como non especializado |
| B5 | CB5 - Que os estudantes desenvolvesen aquelas habilidades de aprendizaxe necesarias para emprender estudos posteriores cun alto grao de autonomía |
| B6 | CG1- Que os estudantes formados se convertan en profesionais capaces de analizar, reflexionar e intervir sobre os diferentes elementos que constitúen un sistema económico |
| B7 | CG2 - Que os estudantes coñezan o funcionamento e as consecuencias dos sistemas económicos, as distintas alternativas de asignación de recursos, acumulación de riqueza e distribución da renda e estean en condicións de contribuír ao seu bo funcionamento e mellora |
| B8 | CG3 -Que os estudantes sexan capaces de identificar e anticipar os problemas económicos relevantes, identificar alternativas de resolución, seleccionar as máis axeitadas e avaliar os resultados aos que conduce. |
| B9 | CG4 -Que os estudantes respecten os dereitos fundamentais e de igualdade de oportunidades, non discriminación e accesibilidade universal das persoas con minusvalidez. |
| C1 | CT1-Expresarse correctamente, tanto de forma oral coma escrita, nas linguas 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 | CT2-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 | CT3-Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras. |
| C6 | CT4-Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse. |
| C7 | CT5-Asumir como profesional e cidadán a importancia da aprendizaxe ao longo da vida. |
| C8 | CT6-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 | | |
| Valorar criticamente o coñecemento, a tecnoloxía e a información dispoñible para resolver os problemas cos que deben enfrontarse. | A3 | B2 B3 B4 | |
| 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. | A1 A3 | B6 | C6 |
| Saber identificar e anticipar oportunidades, asignar recursos, organizar a información, tomar decisións en condicións de - incerteza, alcanzar os obxectivos propostos e avaliar resultados | A4 A12 | | |
| Identificar as fontes de información económica relevante e o seu contido. | A7 | B8 | |
| Valorar a importancia que ten a investigación, a innovación e o desenvolvemento tecnolóxico no avance socioeconómico e cultural da sociedade | | B5 | C8 |
| Comunicarse con fluidez no seu contorno e traballar en equipo. | A11 A13 | | C1 C2 C4 C5 |
| Derivar dos datos información relevante imposible de recoñecer por non profesionais | A2 A3 A5 A6 A9 | | |
| Aplicar á análise dos problemas criterios profesionais baseados no manexo de instrumentos técnicos. | A8 A12 | B7 | C7 |
| Emitir informes de asesoramento sobre situación concretas de empresas e mercados. | A5 | B1 | |
| Entender a importancia da cultura emprendedora e coñecer os medios ao alcance das persoas emprendedoras. | | B9 | C5 |



| Contidos | |
|---|--|
| Temas | Subtemas |
| TEMA 1. CONCEPTO E PLANIFICACIÓN DA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS | 1.1. CONCEPTO, CARACTERÍSTICAS E PLANIFICACIÓN DA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS 1.2. DEFINICIÓN DO PROBLEMA COMERCIAL 1.3. ESTRUCTURA DO TRABALLO DE INVESTIGACION |
| TEMA 2. FONTES E PREPARACION DA INFORMACIÓN | 2.1. FONTES DE INFORMACIÓN: CONCEPTO E CARÁCTERISTICAS 2.2. FONTES PRIMARIAS E SECUNDARIAS 2.3. MUESTREO E TRATAMENTO DE DATOS 2.4. ANALISE E DEPURACION DE DATOS |
| TEMA 3. MÉTODOS CUALITATIVOS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL | 3.1. CONCEPTO DE ANALISE CUALITATIVO 3.2. A DINÁMICA DE GRUPOS 3.3. A ENTREVISTA EN PROFUNDIDADE 3.4. A PSEUDOCOMPRA 3.5. A OBSERVACIÓN 3.6. AS TÉCNICAS PROXECTIVAS E DE CREATIVIDADE 3.7. OUTRAS TECNICAS DE INVESTIGACION CUALITATIVA |
| TEMA 4. MÉTODOS CUANTITATIVOS DE INVESTIGACIÓN COMERCIAL | 4.1. CONCEPTO DE ANALISE CUANTITATIVO 4.2. A ENCUESTA 4.3. OS ESTUDIOS DE PANEL 4.4. DATA MINING 4.5. OUTRAS TECNICAS DE INVESTIGACION CUANTITATIVA |
| TEMA 5. PRESENTACION DO INFORME FINAL | 5.1. ANALISE DOS RESULTADOS 5.2. IMPLICACIONES PARA A XESTION COMERCIAL |

| Planificación | | | | |
|----------------------------|--|---|-------------------------|--------------|
| Metodoloxías / probas | Competencias / Resultados | Horas lectivas (presenciais e virtuais) | Horas traballo autónomo | Horas totais |
| Sesión maxistral | A2 A3 A8 A9 A10 A12 B6 B7 B8 B9 C4 C7 C8 | 12 | 24 | 36 |
| Estudo de casos | A1 A4 A5 A6 A7 A13 B2 B1 B3 B4 B5 C1 C2 C3 C5 C6 | 42 | 66 | 108 |
| Proba de resposta múltiple | A8 A9 B1 B3 B6 B7 B8 B9 C1 C4 | 2 | 0 | 2 |
| Atención personalizada | | 4 | 0 | 4 |

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

| Metodoloxías | |
|----------------------------|---|
| Metodoloxías | Descrición |
| Sesión maxistral | Explicación en clase dos diferentes temas con apoio de medios audiovisuais. |
| Estudo de casos | Resolución de varios casos prácticos individuais ou en grupo. Estas prácticas serán necesariamente entregadas nos prazos fixados na aula e expostas oralmente se os profesores o estiman necesario. |
| Proba de resposta múltiple | Test de resposta múltiple. |



Atención personalizada

| Metodoloxías | Descrición |
|-----------------|--|
| Estudo de casos | O alumno/para poderá poñerse en contacto coa docente en calquera momento a través do correo electrónico ou asistir as titorías marcadas para resolver dúbidas sobre a materia ou sobre os casos de traballo. |

Avaliación

| Metodoloxías | Competencias / Resultados | Descrición | Cualificación |
|----------------------------|--|---|---------------|
| Proba de resposta múltiple | A8 A9 B1 B3 B6 B7 B8 B9 C1 C4 | O profesor da materia realizará unha proba tipo test de resposta múltiple, incluíndo preguntas relacionadas coa parte teórica da materia | 40 |
| Estudo de casos | A1 A4 A5 A6 A7 A13 B2 B1 B3 B4 B5 C1 C2 C3 C5 C6 | Contémplase a realización de casos prácticos relacionados cos contidos teóricos da materia. Estes casos prácticos traballaranse en grupo. Deben ser presentados por escrito e expostos oralmente nas datas fixadas polos profesores. Serán avaliados tendo en conta a súa presentación oral, escrita, espírito crítico, creatividade e aplicación dos fundamentos teóricos. Neste sentido, a cualificación de cada un dos membros dun mesmo grupo de traballo poderá ser diferente. A entrega fóra de prazo, ou non presentar oralmente o proxecto nas datas fixadas conleva a valoración da práctica con 0 puntos. A asistencia a clase e a xornadas ou conferencias é obrigatoria (puntuará positivamente a participación activa na avaliación continua). | 60 |

Observacións avaliación

| |
|---|
| <p>A) NORMATIVA DE AVALIACIÓN:1. Condicións de realización dos exames: Durante a realización dos exames non se poderá ter acceso a ningún dispositivo que permita a comunicación co exterior e/ou o almacenamento de información, salvo que o propio deseño da proba así o esixa (e neste caso so poderá usarse esta conexión co exterior e/ou o almacenamento de información para os fins marcados polos docentes). Poderá ser denegada a entrada á sala de exame con este tipo de dispositivos. Salvo aviso previo do contrario, tampouco está permitido o uso de calculadoras durante la realización das probas presenciais.2. Identificación do estudante: O estudante acreditará a súa personalidade de acordo coa normativa vigente.B) TIPOS DE CALIFICACIÓN:Cualificación de Non Presentado: Outorgarase esta cualificación ao estudantado que só participe en actividades de avaliación que teñan unha ponderación inferior ao 20% da cualificación final, con independencia da cualificación obtida.O alumnado que teña recoñecida a dedicación a tempo parcial ou con exención de asistencia seguirán o mesmo sistema de avaliación que os que están a tempo completo.C) OPORTUNIDADES DE AVALIACIÓN: Segunda Oportunidade: Os criterios de avaliación serán os mesmos que na primeira oportunidade. O alumnado poderá recuperar o 100% da nota na segunda oportunidade. Para iso será necesario entregar e presentar oralmente o estudo de caso (nesta ocasión existe a posibilidade de que o alumno/a traballe de xeito individual) e realizar o exame. Convocatoria adiantada: No caso de que o alumnado solicítase a convocatoria adiantada, este será avaliado a través dunha proba de resposta múltiple (catro opcións), onde as preguntas mal contestadas penalizan. A proba de resposta múltiple establece un mínimo de 5 puntos sobre 10 para superar a materia. A ponderación desta proba nesta convocatoria será dun 100%. Alumnado con recoñecemento de dedicación a tempo parcial e dispensa académica de exención de asistencia:Agás para as datas aprobadas na Xunta de Facultade no que compete á proba obxectiva, para as restantes probas acordarase ao inicio do curso un calendario específico de datas compatible coa súa dedicación.</p> <p>D) OUTRAS NORMAS DE AVALIACIÓN:"A realización fraudulenta das probas ou actividades de avaliación, unha vez comprobada, implicará directamente a cualificación de suspenso "0" na materia na convocatoria correspondente, invalidando así calquera cualificación obtida en todas as actividades de avaliación de cara a convocatoria extraordinaria".</p> |
|---|



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 | - Marqués, F (2015). Técnicas de investigación de mercados. Madrid: RC Libros - ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE MARKETING ACADÉMICO Y PROFESIONAL (AEMARK) (). . - MARKETING RESEARCH ASSOCIATION (). . - Sarabia Sánchez, F. J. (2013). Métodos de investigación social y de la empresa. Madrid: Editorial Piramide |

Recomendacións

Materias que se recomenda ter cursado previamente

Marketing/611G01035

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

Materias que continúan o temario

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