

PROYECTO DOCENTE INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Curso: 2026/27

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Titulación:	GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS
Año Plan de Estudios:	2010
Curso de Implantación:	2023/24
Centro Responsable:	Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Nombre Asignatura:	Investigación Comercial
Código:	5570043
Tipología:	OBLIGATORIA
Curso:	CUARTO
Periodo de Impartición:	PRIMER CUATRIMESTRE
Créditos ECTS:	6
Horas Totales:	150
Área/s:	COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS
Departamento/s:	ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y COMERCIALIZACIÓN E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS (MARKETING)

PROFESORADO

GARCÍA PAREJO, ANTONIA

antoniagp@euosuna.org

Tutoría: Publicada en plataforma EDUCA - Publicada en plataforma EDUCA

-

-

OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

OBJETIVOS:

Desarrollo del sistema de Investigación en Marketing. Aplicación de instrumentos y técnicas

de recogida de datos. Análisis de los datos y obtención de conclusiones.

Presentación de

los mismos.

COMPETENCIAS:

Competencias específicas:

La disciplina de Investigación Comercial está formada por los contenidos teóricos prácticos

mencionados en los objetivos docentes:

a) Formación a nivel teórico sobre las técnicas y modelos existentes en lo relativo a la

investigación, experimentación y previsión de demanda.

b) Instrumentalización práctica de los conceptos teóricos.

Ambos son complementarios y necesarios en su cumplimiento para la formación del alumno en la presente disciplina.

Competencias genéricas:

Comunicación oral y escrita.

Habilidades para recuperar y analizar información desde diferentes fuentes.

Capacidad de análisis y síntesis.

Trabajo en equipo.

CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

TEMA 1.- INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL.

TEMA 2.- DEFINICIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

TEMA 3.- DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN, DATOS SECUNDARIOS Y SINDICADOS.

TEMA 4.- INVESTIGACIÓN CUALITATIVA.

TEMA 4.- INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA.

TEMA 5.- ENCUESTAS Y OBSERVACIÓN.

TEMA 6.- EXPERIMENTACIÓN E INVESTIGACIÓN CAUSAL.

TEMA 7.- MEDICIÓN Y ESCALAMIENTO.

TEMA 8.- DISEÑO DE CUESTIONARIOS.

TEMA 9.- MUESTREO: DISEÑOS Y PROCEDIMIENTOS.

RELACIÓN DETALLADA Y ORDENACIÓN TEMPORAL DE LOS CONTENIDOS

El cronograma de la asignatura se detallará en la presentación de la asignatura el primer día de clases.

ACTIVIDADES FORMATIVAS

B Clases Teórico/ Prácticas

60 horas

SISTEMAS Y CRITERIOS DE EVALUACIÓN

a) Normativa reguladora de la evaluación y calificación de las asignaturas

https://euosuna.org/images/archivos/estudios/NORMATIVA_REGULADORA_EVALUACION.pdf

b) Criterios de Evaluación Generales:

Siguiendo la Normativa Reguladora de la Evaluación y Calificación de las Asignaturas de la

Universidad de Sevilla, se propone que la evaluación del alumno se realice a través del

siguiente sistema de evaluación:

Realización de un examen final. Éste constará de una parte teórica y de una parte práctica.

Es condición necesaria, aunque no suficiente, para superar el examen, obtener una puntuación de 1 sobre 10 puntos en cada parte (teoría y práctica). Cumplida la condición

necesaria de superación del examen final, será suficiente para obtener el apto, el que la media de ambas partes (teoría y práctica) sea como mínimo una puntuación de 5 sobre 10.

Este sistema de evaluación contiene la posibilidad de aprobar por curso (primera convocatoria) mediante la realización, de la o las actividades de evaluación propuestas.

El profesor se reserva el derecho a evaluar la competencia del estudiante y complementar

su calificación final de conformidad con su desempeño/participación/asistencia a las

sesiones presenciales.

Criterio de calificación

Durante la celebración de cualquier prueba o examen, todos los dispositivos electrónicos

deberán permanecer completamente apagados. El incumplimiento de esta norma conllevará la pérdida del derecho a superar la asignatura.

c) Criterios de Evaluación para alumnos con necesidades académicas especiales

En virtud de lo recogido en el artículo 37 de la Ley Orgánica 2/2023, de 22 de marzo, del Sistema Universitario, desde este Programa-Proyecto docente se adoptarán medidas de acción positiva para que el estudiantado con discapacidad, necesidades específicas de apoyo educativo y situaciones de salud sobrevenidas pueda disfrutar de una educación universitaria inclusiva, accesible y adaptable, en igualdad de condiciones con el resto del estudiantado, realizando para ello los ajustes razonables que resulten necesarios.

Para ello se contará con el asesoramiento y asistencia de la Unidad técnica dependiente del Secretariado de Diversidad e Inclusión <https://sacu.us.es/spp-prestaciones-discapacidad>

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE

Impartición de clases teóricas y prácticas empleando métodos expositivo y participativo,

apoyándose dichas clases en la utilización sistemas audiovisuales.

Para cada uno de los temas de la asignatura, se pedirá al alumno que dedique tiempo tanto

dentro del aula como fuera de la misma a trabajar leer y estudiar en el material básico,

reflejado en la BIBLIOGRAFÍA, y los casos que se propongan de manera que se consiga

por parte de los estudiantes la asimilación de los conceptos fundamentales relacionados

con la Investigación Comercial.

Uso de la IA

En esta asignatura, el profesorado propondrá actividades que incluyan el uso de la inteligencia artificial como apoyo al aprendizaje. Además, se fomentará que el alumnado desarrolle una visión crítica sobre su uso. Cada actividad indicará cómo se puede emplear la IA. Por lo general, no se podrá usar para elaborar productos finales que deban reflejar el trabajo, el criterio o las competencias del estudiantado, salvo que la actividad lo permita expresamente. En todos los casos, su uso deberá ser ético y transparente: cuando se indique, habrá que declarar que se ha utilizado. Para garantizar la integridad del trabajo, el profesorado podrá pedir que se incluyan los prompts utilizados y una breve explicación de cómo se ha empleado la herramienta.

HORARIOS DEL GRUPO DEL PROYECTO DOCENTE

<https://euosuna.org/index.php/es/planificacion-de-la-ensenanza-557>

CALENDARIO DE EXÁMENES

<https://euosuna.org/index.php/es/planificacion-de-la-ensenanza-557>

TRIBUNALES ESPECÍFICOS DE EVALUACIÓN Y APELACIÓN

Pendiente de Aprobación

BIBLIOGRAFÍA RECOMENDADA

Bibliografía General

Investigación de Mercados, conceptos esenciales

Autores: Malhotra, N. K

Edición: 1

Publicación: 2016

ISBN: 978-607-32-3560

Investigación de Mercados

Autores: Esteban Talaya, Águeda y Molina Collado, Arturo (Coordinadores)

Edición: 1

Publicación: 2014

ISBN: 978-84-7356-987-3

Marketing: Aplicaciones en Investigación Comercial

Autores: Landa Bercebal, J., Martín Velicia, F., Pacheco Tamayo, E. M. y Rosa Díaz, I. M

Edición: 1

Publicación: 2002

ISBN: 978-84-368-1651-8

INFORMACIÓN ADICIONAL

"La profesora podrá sugerir la asistencia y evaluar la participación del alumn@ en las actividades programas por el centro".

Visita a empresas y organismos.

Asistencia a cursos y seminarios propuestos por el profesor.