

Guía docente

Identificación de la asignatura

Asignatura / Grupo	21221 - Investigación Comercial y Comportamiento del Consumidor / 34
Titulación	Doble titulación: Grado en Administración de Empresas y Grado en Turismo - Cuarto curso Grado en Administración de Empresas - Tercer curso Doble titulación: Grado en Administración de Empresas y Grado en Derecho - Tercer curso
Créditos	6
Período de impartición	Segundo semestre
Idioma de impartición	Castellano

Profesores

Horario de atención a los alumnos

Profesor/a	Hora de inicio	Hora de fin	Día	Fecha inicial	Fecha final	Despacho / Edificio
Sofía López Rodríguez sofia.lopez@uib.es	11:30	13:00	Lunes	09/09/2019	20/12/2019	DB124 - Cita previa (48h) por email
	11:00	12:30	Jueves	01/01/2020	31/07/2020	DB124 - Cita previa (48h) por email

Contextualización

La asignatura "21221- Investigació Comercial i Comportament del Consumidor" se enmarca dentro del grupo de asignaturas de comercialización e investigación de mercados, de los estudios de Grado en Administración de empresas.

Los objetivos de la asignatura son dos:

- * Por un lado, se pretende introducir al alumno en la comprensión y realización práctica de la investigación de mercados, y a sus diferentes modalidades e instrumentos que utiliza para conseguir una mejor comprensión de la realidad comercial que han de afrontar las empresas. Aquí se incluye la realización de una investigación comercial en un equipo de trabajo, cuyos miembros NO son elegidos por el alumno.
- * Por otro lado, supone una introducción al conocimiento del comportamiento del consumidor, su complejidad y múltiples dimensiones, las variables que le afectan, y de qué forma pueden trabajar las empresas para adquirir un mayor conocimiento.

Guía docente

Así pues, esta asignatura está conformada por dos partes claramente diferenciadas y estancas, si bien comparten el hecho de ser procesos clave en la actividad empresarial de comercializar productos.

Requisitos

Esenciales

En esta asignatura se dan por sabidos los conceptos estudiados en las siguientes asignaturas del Grado:

- * 'Direcció Comercial I'
- * 'Anàlisi de Dades Econòmiques'

Recomendables

Se considera recomendable para una mejor comprensión de la asignatura:

- * Haber superado la asignatura de 'Econometria'
- * Estar cursando, o haber cursado, la asignatura 'Direcció Comercial II'

Competencias

Específicas

- * 2.1.1- Ser capaz de aplicar diversos instrumentos técnicos de marketing e investigación comercial al análisis de la empresa en su entorno
- * 2.1.7- A partir de datos de interés económico y empresarial, ser capaz de aplicar las herramientas estadísticas y econométricas adecuadas para el análisis de la empresa y su entorno.
- * 2.4- Defender las soluciones propuestas de una manera articulada a partir de los conocimientos teóricos y técnicos adquiridos.

Genéricas

- * 1- Capacidad de trabajar en equipo
- * 4- Capacidad de utilizar habitualmente una gama variada de instrumentos de tecnología de la información y las comunicaciones.
- * 5- Tener la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Básicas

- * Se pueden consultar las competencias básicas que el estudiante tiene que haber adquirido al finalizar el grado en la siguiente dirección: http://estudis.uib.cat/es/grau/comp_basiques/

Contenidos

El temario de la asignatura está formado por dos bloques claramente diferenciados:

- * Un primer bloque dedicado a la investigación de mercados

Guía docente

* Un segundo bloque relativo al estudio del comportamiento del consumidor.

Contenidos temáticos

BLOQUE 1. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

- Tema 1. Introducción a la investigación comercial: definición del problema y enfoque
- Tema 2. Diseño de la Investigación comercial: datos secundarios y sindicados
- Tema 3. La investigación cualitativa
- Tema 4. Encuestas y observación
- Tema 5. Escalas de medida
- Tema 6. Diseño de cuestionarios
- Tema 7. Métodos de muestreo
- Tema 8. Recogida y preparación de datos
- Tema 9. Análisis de datos
- Tema 10. El informe de resultados

Bloque 2. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

- Tema 1. Comportamiento del Consumidor, Tecnología y Segmentación
- Tema 2. Motivación y Personalidad del consumidor
- Tema 3. Percepción del consumidor
- Tema 4. Aprendizaje y actitudes del consumidor
- Tema 5. Persuasión y publicidad
- Tema 6. Grupos de Referencia y Familia
- Tema 7. Cultura y Subcultura
- Tema 8. Toma de Decisiones y Ética
- Tema 9. Documentales diversos

El tema 9 es un tema transversal. Se trata del visionado de una determinada cantidad de documentales a determinar, sobre el comportamiento del consumidor

Metodología docente

Como norma general de las clases se establece que:

- * La asistencia a clase es obligatoria y evaluada.
- * Se prohíbe el uso de teléfonos móviles, ordenadores, tablets o cualquier otro dispositivo electrónico en clase
- * Se pide que los teléfonos móviles estén desconectados durante la clase

Actividades de trabajo presencial (1,8 créditos, 45 horas)

Modalidad	Nombre	Tip. agr.	Descripción	Horas
Clases teóricas		Grupo grande (G)	En las clases teóricas se explicarán los diferentes contenidos del temario de la asignatura. A través de AulaDigital se pondrá a disposición de los estudiantes una Guía de Estudio para cada tema. Esta guía indicará de forma detallada los apartados o aspectos a estudiar	22.5

Guía docente

Modalidad	Nombre	Tip. agr.	Descripción	Horas
			<p>de cada uno de los libros que constituyen la bibliografía básica de la asignatura.</p> <p>En estas clases teóricas se sigue la metodología 'Flipped Classroom': con anterioridad a cada clase, los estudiantes deberán realizar algún tipo de actividad relacionada con la misma. Ello permite centrar las clases sólo en aquellos aspectos más problemáticos, dudosos, o de mayor importancia.</p> <p>En estas clases teóricas se prohíbe el uso en clase de ordenadores, tablets, teléfonos o cualquier otro dispositivo tecnológico.</p> <p>Las clases 'perdidas' por festivos o similares se recuperarán aumentando los contenidos de las clases anterior y posterior.</p>	
Clases prácticas		Grupo grande (G)	<p>En las clases prácticas se aprenderá a:</p> <p>Diseñar una investigación de mercados Ejecutar una investigación El aprendizaje del software informático de tratamiento de datos será un proceso de Autoaprendizaje. El alumno deberá aprender por sí solo los elementos básicos del manejo del software usando el libro tutorial que lo acompaña.</p> <p>Elaborar un informe técnico.</p> <p>En estas clases se prohíbe también el uso de ordenadores, tablets, teléfonos y otros elementos tecnológicos</p> <p>Estas clases se realizan en aulas ordinarias. NO hay clases en salas de ordenadores.</p> <p>Las clases perdidas por festivos o similares se podrán recuperar aumentando los contenidos de las clases anterior y posterior.</p>	22.5
Otros	Asistencia	Grupo grande (G)	Asistencia classe.	0

Al inicio del semestre estará a disposición de los estudiantes el cronograma de la asignatura a través de la plataforma UIBdigital. Este cronograma incluirá al menos las fechas en las que se realizarán las pruebas de evaluación continua y las fechas de entrega de los trabajos. Asimismo, el profesor o la profesora informará a los estudiantes si el plan de trabajo de la asignatura se realizará a través del cronograma o mediante otra vía, incluida la plataforma Aula Digital.

Actividades de trabajo no presencial (4,2 créditos, 105 horas)

Modalidad	Nombre	Descripción	Horas
Estudio y trabajo autónomo individual	Autoaprendizaje de software Dyane V4	<p>Resulta imprescindible en esta asignatura que a lo largo del curso el alumno aprenda a manejar el software de procesamiento de encuestas Dyane V4. Este software se puede adquirir en librerías especializadas y va acompañado de un libro-manual.</p> <p>El alumno deberá aprender por sí solo el manejo básico de este programa. Ello resulta muy sencillo siguiendo el libro manual que acompaña al</p>	25

Guía docente

Modalidad	Nombre	Descripción	Horas
		software. Es decir, deberá hacer un autoaprendizaje de los procesos más básicos de su manejo. Este software tiene un precio de mercado de unos 125€. Se recomienda por tanto a los alumnos tengan presente esta circunstancia y actúen con previsión. El software sólo funciona con sistema Windows. Los usuarios de otras plataformas como Linux o iOS de Apple deberán usar de emuladores para su funcionamiento. Es importante este autoaprendizaje del software ya que habrá preguntas sobre su manejo en el examen final.	
Estudio y trabajo autónomo individual	Participación Flipped Classroom	La participación en actividades de Flipped Classroom supondrá un 15% de la nota final.	20
Estudio y trabajo autónomo individual		El estudiante deberá estudiar por su cuenta la bibliografía básica con el apoyo de la guía de estudio aportada por el profesor a través de AulaDigital o a través de cualquier otro medio. El uso de la metodología 'flipped classroom' implica que el alumno deberá proceder al estudio por adelantado de los contenidos a desarrollar en cada sesión de clase.	30
Estudio y trabajo autónomo en grupo	Investigación de Mercados	Esta actividad se realizará en grupo. La profesora formará los grupos de trabajo. Consistirá en la realización de una investigación de mercados 'real'. La profesora proveerá a la clase a través de AulaDigital de la composición de los grupos, del enunciado del trabajo, e informaciones adicionales que pudieran ser necesarias.	30

Riesgos específicos y medidas de protección

Las actividades de aprendizaje de esta asignatura no conllevan riesgos específicos para la seguridad y salud de los alumnos y, por tanto, no es necesario adoptar medidas de protección especiales.

Evaluación del aprendizaje del estudiante

No se oferta ningún 'itinerario B'.

La evaluación del estudiante se estructura:

- * Examen: 38% de nota (Recuperable)
- * Trabajo: 37% de nota (Recuperable)
- * Participación: 15% de nota (No Recuperable)
- * Asistencia: 10% de la nota (No Recuperable). Sólo se admiten como justificantes de no asistencia los casos contemplados por los artículos 30.4 y 30.5 del Reglamento Académico.
- * Nota final: Para computar la nota final, la nota del examen final debe ser o superior a 4 puntos y la nota grupal del trabajo sea igual o superior a 5.

TRABAJO

Guía docente

El Trabajo tendrá una nota grupal y otra nota individualizada. Cada participante del grupo podrá nota a sus compañeros de acuerdo a una rúbrica de evaluación que se entregará oportunamente a través de AulaDigital. La nota individualizada final será consecuencia de la nota grupal modificada proporcionalmente al alza o a la baja por la nota recibida de los compañeros de equipo.

La profesora proporcionará, junto con el enunciado del trabajo de investigación de mercados, de un listado de requisitos formales de presentación, cuyo incumplimiento supondrá suspender la prueba con cero puntos.

Es responsabilidad de los miembros de los grupos de trabajo conseguir que todos los participantes colaboren y trabajen de forma eficiente. Los problemas derivados de miembros poco o nada trabajadores, o que obstaculicen el trabajo de los compañeros deberá resolverse de forma interna.

La fecha de entrega del trabajo de investigación tiene la consideración de fecha de evaluación. Incumplir con la fecha y hora de entrega implicará considerar el trabajo como 'no entregado'.

Se recomienda a los alumnos la realización del Trabajo en la convocatoria de junio. En la convocatoria de julio igualmente, el trabajo a realizar será en grupo, pudiendo darse la circunstancia de tener que llevarlo a cabo con compañeros de otros grupos-clase de la asignatura.

EXAMEN

Durante el examen no se podrá tener ningún tipo de material. Igualmente se prohibirán teléfonos móviles, relojes inteligentes (smartwatch) y cualquier otro dispositivo electrónico. No se podrán tener sobre la mesa ni consultar durante el examen. Los teléfonos móviles deberán permanecer desconectados durante todo el examen. Incumplir esta norma supondrá ser calificado con cero puntos.

Fraude en el examen o trabajo: los alumnos que cometan algún tipo de fraude en la realización del examen o del trabajo serán sometidos a la normativa de la UIB relacionada con el fraude en la evaluación, así como a la ley estatal.

Fraude en elementos de evaluación

De acuerdo con el artículo 33 del Reglamento Académico, "con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda seguir contra el estudiante infractor, la realización demostrablemente fraudulenta de alguno de los elementos de evaluación incluidos en guías docentes de las asignaturas comportará, a criterio del profesor, una minusvaloración en su calificación que puede suponer la calificación de «suspense 0» en la evaluación anual de la asignatura".

Clases teóricas

Modalidad	Clases teóricas
Técnica	Pruebas objetivas (recuperable)
Descripción	En las clases teóricas se explicarán los diferentes contenidos del temario de la asignatura. A través de AulaDigital se pondrá a disposición de los estudiantes una Guía de Estudio para cada tema. Esta guía indicará de forma detallada los apartados o aspectos a estudiar de cada uno de los libros que constituyen la bibliografía básica de la asignatura. En estas clases teóricas se sigue la metodología 'Flipped Classroom': con anterioridad a cada clase, los estudiantes deberán realizar algún tipo de actividad relacionada con la misma. Ello permite centrar las clases sólo en aquellos aspectos más problemáticos, dudosos, o de mayor importancia. En estas clases teóricas se prohíbe el uso en clase de ordenadores, tablets, teléfonos o cualquier otro dispositivo tecnológico. Las clases 'perdidas' por festivos o similares se recuperarán aumentando los contenidos de las clases anterior y posterior. .
Criterios de evaluación	El estudiante deberá estudiar por su cuenta la bibliografía básica guiándose por la Guía aportada por la profesora a través del AulaDigital o a través de cualquier otro medio.

Guía docente

Examen escrito a final de semestre. La profesora proporcionará clase más detalles sobre la tipología de la prueba.

Porcentaje de la calificación final: 38% con calificación mínima 4

Clases prácticas

Modalidad	Clases prácticas
Técnica	Trabajos y proyectos (recuperable)
Descripción	En las clases prácticas se aprenderá a: Diseñar una investigación de mercados Ejecutar una investigación El aprendizaje del software informático de tratamiento de datos será un proceso de Autoaprendizaje. El alumno deberá aprender por sí solo los elementos básicos del manejo del software usando el libro tutorial que lo acompaña. Elaborar un informe técnico. En estas clases se prohíbe también el uso de ordenadores, tablets, teléfonos y otros elementos tecnológicos Estas clases se realizan en aulas ordinarias. NO hay clases en salas de ordenadores. Las clases perdidas por festivos o similares se podrán recuperar aumentando los contenidos de las clases anterior y posterior.
Criterios de evaluación	Esta actividad se realizará en grupo. Será la profesora quien forme los equipos de trabajo. Consistirá en la elaboración de una investigación de mercados. La profesora proporcionará a través del AulaDigital el enunciado y de información adicional. Podrá implicar una o varias entregas parciales en momentos diferentes del curso, que se especificarán en éste y en el cronograma. Para el cómputo de la nota se tendrá sólo en cuenta la nota individualizada del trabajo, consecuencia de la nota grupal otorgada por la profesora y la nota proporcionada por los compañeros de grupo de trabajo.

Porcentaje de la calificación final: 37% con calificación mínima 5

Asistencia

Modalidad	Otros
Técnica	Pruebas objetivas (no recuperable)
Descripción	Asistencia clase.
Criterios de evaluación	Asistencia a clase. Sólo se admiten como justificantes de no asistencia los casos contemplados por los artículos 30.4 y 30.5 del Reglamento Académico.

Porcentaje de la calificación final: 10%

Participación Flipped Classroom

Modalidad	Estudio y trabajo autónomo individual
Técnica	Pruebas objetivas (no recuperable)
Descripción	La participación en actividades de Flipped Classroom supondrá un 15% de la nota final.
Criterios de evaluación	Participación en actividades de Flipped Classroom: 15% de la nota final

Porcentaje de la calificación final: 15%

Recursos, bibliografía y documentación complementaria

Se consideran imprescindibles los TRES libros indicados en la bibliografía básica.

El primer libro es imprescindible para el estudio de los temas teóricos del bloque 1 del temario de la asignatura.



Guía docente

El segundo libro es imprescindible para complementar los temas teóricos del bloque 2 del temario de la asignatura

El tercer libro es imprescindible para el trabajo de investigación de mercados, ya que contiene el programa necesario para el análisis de datos de este trabajo. Es altamente recomendable que se disponga de él desde el primer día de clase. Su coste es aproximadamente de 125€. Se recomienda a los alumnos tener presente esta circunstancia y que actúen con previsión.

Bibliografía básica

Malhotra, Naresh K. (2016). Investigación de Mercados. Conceptos Esenciales. Pearson. ISBN: 978-607-32-3560-0

(importante no confundir con otras obras del profesor Malhotra)

Schiffman, L.G., Wisenblit, J. (2015). Comportamiento del Consumidor. Pearson, 11ª Edición. ISBN: 978-607-32-3308-8

Santesmases, M. (2009). Dyane Versión 4. Pirámide. ISBN: 978-84-3682-296-0

