

## Guia docent

### Identificació de l'assignatura

<b>Assignatura / Grup</b>	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor / 77
<b>Titulació</b>	Doble titulació: grau d'Administració d'Empreses i grau de Turisme - Quart curs Grau d'Administració d'Empreses - Tercer curs Doble titulació: grau d'Administració d'Empreses i grau de Dret (Pla 2013) - Tercer curs
<b>Crèdits</b>	6
<b>Període d'impartició</b>	Segon semestre
<b>Idioma d'impartició</b>	Català

### Professors

Professor/a	Horari d'atenció als alumnes					
	Hora d'inici	Hora de fi	Dia	Data d'inici	Data de fi	Despatx / Edifici
Gabriel Àngel Vich Martorell <i>Responsable</i> <a href="mailto:biel.vich@uib.cat">biel.vich@uib.cat</a>	16:00	17:00	Dimecres	01/09/2019	16/02/2020	DB204 o alternativa. Cal avís previ per e-mail
	17:00	18:00	Dilluns	17/02/2020	31/07/2020	DB204 o alternativa. Cal avís previ per e-mail

### Contextualització

L'assignatura d'Investigació Comercial i Comportament del Consumidor s'emmarca en el grup d'assignatures de Comercialització i Investigació de Mercats dels estudis de Grau en Administració d'Empreses.

Els objectius de l'assignatura són dobles:

- \* Per una banda, es pretén introduir l'alumne en la comprensió i realització pràctica de la Investigació de Mercats, les seves diferents modalitats i les diferents eines de què fa ús per tal d'aconseguir una millor comprensió de la realitat comercial a la que han de fer front les empreses. Aquí s'inclou la realització d'una investigació comercial en un equip de treball amb membres no escollits per l'alumne.
- \* Per altra banda, suposa una introducció al coneixement del comportament del consumidor, la seva complexitat i múltiples dimensions, les variables que l'afecten, i de quina forma poden treballar les empreses per tal d'adquirir-ne un major coneixement.

## Guia docent

Així doncs, aquesta assignatura està conformada per dues parts clarament diferenciades i estanques, si bé comparteixen el fet de ser processos clau en l'activitat empresarial de comercialització de productes.

### Requisits

---

#### Essencials

El professor donarà per sabuts els conceptes estudiats a les següents assignatures:

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

#### Recomanables

Es considera recomanable per a una bona comprensió de l'assignatura:

- \* Haver superat l'assignatura d'Econometria
- \* Cursar l'assignatura de Direcció Comercial II

### Competències

---

#### Específiques

- \* 2.1.1. Ser capaç d'aplicar diversos instruments tècnics de màrqueting i recerca comercial a l'anàlisi de l'empresa en el seu entorn.
- \* 2.1.7 . A partir de dades d'interès econòmic empresarial, ser capaç d'aplicar les eines estadístiques i econòmiques adequades per a l'anàlisi de l'empresa i el seu entorn.
- \* 2.4. Defensar les solucions proposades d'una manera articulada a partir dels coneixements teòrics i tècnics adquirits.

#### Genèriques

- \* 1. Capacitat per treballar en equip.
- \* 4. Capacitat per emprar habitualment una gamma variada d'instruments de tecnologia de la informació i les comunicacions.
- \* 5. Tenir la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'indole social, científica o ètica.

#### Bàsiques

- \* Podeu consultar les competències bàsiques que l'estudiant ha d'haver assolit en acabar el grau a l'adreça següent: [http://estudis.uib.cat/ca/grau/comp\\_basiques/](http://estudis.uib.cat/ca/grau/comp_basiques/)

### Continguts

---

El temari de l'assignatura està format per dos blocs clarament diferenciats:

- \* Un primer bloc dedicat a la Investigació de Mercats



## Guia docent

\* Un segon bloc relatiu a l'estudi del comportament del consumidor.

### Continguts temàtics

#### Bloc 1. INVESTIGACIÓ DE MERCATS

- Tema 1. Introducció a la investigació comercial: definició i enfocament
- Tema 2. Disseny de la investigació comercial: dades secundàries i sindicades
- Tema 3. La investigació qualitativa
- Tema 4. Enquestes i Observació
- Tema 5. Escales de mesura
- Tema 6. Disseny de qüestionaris
- Tema 7. Mètodes de mostreig
- Tema 8. Recollida i preparació de dades
- Tema 9. Anàlisi de dades
- Tema 10. L'informe de resultats

#### BLOC 2. COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR

- Tema 1. Comportament del Consumidor, Tecnologia i Segmentació
  - Tema 2. Motivació i Personalitat del Consumidor
  - Tema 3. Percepció del Consumidor
  - Tema 4. Aprenentatge i Actituds del Consumidor
  - Tema 5. Persuasió i Publicitat
  - Tema 6. Grups de Referència i Família
  - Tema 7. Cultura i Subcultura
  - Tema 8. Presa de decisions i Ètica
  - Tema 9. Documentals
- El Tema 9 és transversal. Visionat d'una quantitat de documentals a determinar sobre comportament del consumidor.

### Metodologia docent

Com a norma general de les classes, s'estableix que:

- \* **L'assistència és obligatòria i avaluada.**
- \* Es prohibeix l'ús de telèfons mòbils, ordinadors, tablets o altres dispositius electrònics durant les classes.
- \* Els telèfons mòbils hauran d'estar totalment apagats.

Activitats de treball presencial (1,8 crèdits, 45 hores)

Modalitat	Nom	Tip. agr.	Descripció	Hores
Classes teòriques		Grup gran (G)	A les classes teòriques s'expliquen els diferents continguts del Temari de l'assignatura.  A través de l'eina de l'AulaDigital es posarà a disposició dels estudiants una Guia d'Estudi per a cada tema. En ella s'especificaran de forma detallada aquells apartats o aspectes	22.5



## Guia docent

Modalitat	Nom	Tip. agr.	Descripció	Hores
			<p>a estudiar corresponents als llibres de la bibliografia bàsica de l'assignatura.</p> <p>Aquestes classes seguiran la metodologia 'Flipped Classroom'. Es proporcionarà informació suficient sobre aquesta metodologia en el dia de la presentació de l'assignatura (primer dia de classe). En aquesta metodologia és imprescindible que l'alumne treballi per avançar els continguts de la classe.</p> <p>En aquestes classes teòriques es <b>prohibeix</b> l'ús dins la classe d'ordinadors, tablets, smartphones, o altres enginyers tecnològics.</p> <p>Les classes perdudes per haver-hi hagut dia festiu, es recuperaran augmentant la quantitat de continguts de la classe anterior i/o posterior.</p>	
Classes pràctiques		Grup mitjà (M)	<p>A les classes pràctiques s'aprendrà a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Dissenyar una investigació de mercats</li> <li>* Executar una investigació</li> <li>* Manejar programari informàtic per al tractament de dades. L'alumne haurà d'aprendre per sí sol (Autoaprenentatge) els elements més bàsics del maneig del Software, seguint el llibre-tutorial que l'acompanya. A classe o bé a través d'eines a AulaDigital només s'explicaran les tasques més complexes relacionades amb el maneig d'aquest software i que siguin imprescindibles per a la realització del treball d'avaluació.</li> <li>* Elaborar un informe tècnic</li> </ul> <p>En aquestes classes es <b>prohibeix</b> l'ús dins la classe d'ordinadors, tablets, smartphones o altres enginyers tecnològics, llevat que el professor ho autoritzi expressament.</p> <p>Aquestes classes es faran a les aules ordinàries. No hi haurà classes a aules d'ordinadors.</p> <p>Les classes perdudes per haver-hi hagut dia festiu, es recuperaran augmentant la quantitat de continguts de la classe anterior i/o posterior.</p>	22.5
Altres	Assistència	Grup gran (G)	Assistència a classe	0

A començament del semestre hi haurà a disposició dels estudiants el cronograma de l'assignatura a través de la plataforma UIBdigital. Aquest cronograma inclourà almenys les dates en què es faran les proves d'avaluació contínua i les dates de lliurament dels treballs. A més, el professor o la professora informará els estudiants si el pla de treball de l'assignatura es durà a terme a través del cronograma o per una altra via, inclosa la plataforma Aula digital.

Activitats de treball no presencial (4,2 crèdits, 105 hores)

## Guia docent

Modalitat	Nom	Descripció	Hores
Estudi i treball autònom individual	Autoaprenentatge del Software	<p>Resulta imprescindible a l'assignatura que al llarg del curs l'alumne aprengui a manejar el software de processament d'enquestes DyaneV4. Aquest software es pot adquirir a llibreries especialitzades i ve acompanyat d'un llibre manual.</p> <p><b>L'alumne haurà d'aprendre per sí sol el maneig bàsic d'aquest programa.</b> Això és molt fàcil de fer seguint el llibre-manual que acompanya el software. És a dir, haurà de fer un <b>autoaprenentatge</b> dels processos més bàsics del seu maneig. A classe o a través de l'AulaDigital només s'explicaran les tasques més complexes del programa. NO es faran sessions pràctiques a aules d'ordinadors.</p> <p>Aquest software - llibre té un preu de mercat de 125€ aproximadament. Es recomana els alumnes tinguin present aquesta circumstància i actuïn amb previsió.</p> <p>El software només funciona amb sistema operatiu Windows. Els usuaris d'altres plataformes, com ara Linux o iOS-Apple, hauran de fer servir els emuladors o adaptadors pertinents.</p> <p>És important aquest autoaprenentatge del software, ja que pot haver-hi a l'examen preguntes sobre el seu maneig.</p>	25
Estudi i treball autònom individual	Participació	<p>La participació en l'assignatura, tant dins com fora de l'aula, serà objecte d'avaluació. En el primer dia de classe s'especificaran les formes d'avaluació d'aquesta participació.</p>	20
Estudi i treball autònom individual		<p>L'estudiant haurà d'estudiar pel seu compte la bibliografia bàsica amb el suport de la guia d'estudi aportada pel professor a través de l'AulaDigital o a través de qualsevol altre mitjà.</p> <p>La metodologia 'Flipped Classroom' implica que l'alumne haurà de procedir a l'estudi per avançat dels continguts a desenvolupar a cada sessió de classe.</p>	30
Estudi i treball autònom individual o en grup	Investigació de Mercats	<p>Aquesta activitat es farà en equip, i <b>serà el professor qui formi els grups de treball.</b></p> <p>Consistirà en l'elaboració d'una investigació de mercats real. El professor proveirà a classe i a través de l'eina de l'AulaDigital de l'enunciat i informació addicional. Podrà (o no) requerir d'un o diversos lliuraments de parts de la feina d'investigació en moments diferents del curs, que s'especificaran a principi del semestre i en el cronograma.</p>	30

### Riscs específics i mesures de protecció

Les activitats d'aprenentatge d'aquesta assignatura no comporten riscos específics per a la seguretat i salut dels alumnes i, per tant, no cal adoptar mesures de protecció especials.

### Avaluació de l'aprenentatge dels estudiants

Només hi ha un itinerari d'avaluació. No s'ofereix cap 'itinerari B'.

L'avaluació de l'estudiant:

## Guia docent

- \* Examen: 38% de nota (Recuperable)
- \* Treball: 37% de nota (Recuperable)
- \* Participació: 15% (**No Recuperable**)
- \* Assistència: 10% (**No Recuperable**). Només s'admetran com a justificables les absències contemplades en els articles 30.4 i 30.5 del Reglament Acadèmic.
- \* Nota final: Per al còmput de la nota final cal que la nota de l'examen sigui **igual o superior a 4** i la nota grupal del treball sigui **igual o superior a 5 (la nota individualitzada del treball pot ser inferior a 5)**.

### TREBALL

El treball tindrà una nota grupal i una nota individualitzada. Cada participant del grup posarà nota als seus companys d'acord amb una rúbrica d'avaluació que es lliurarà a través de l'AulaDigital. La nota individualitzada final serà conseqüència de la nota grupal modificadas proporcionalment a l'alça o a la baixa per la nota rebuda dels companys d'equip.

Es considera responsabilitat dels membres dels equips de treball aconseguir que tots els participants col·laborin i treballin de forma eficient. Els problemes derivats de membres no treballadors s'hauran de resoldre de forma interna.

Les dates de lliurament del treball tenen la consideració de data d'avaluació. Incomplir la **DATA I HORA** de límit de lliurament implicarà considerar el treball com a no lliurat.

### EXAMEN

L'enunciat de l'examen serà en Català.

Podran sol·licitar còpia de l'enunciat traduïda al castellà aquelles persones que puguin acreditar que duen menys de dos anys de residència a un dels territoris de parla catalana. Aquelles persones que portin més de dos anys de residència a un territori de parla catalana, però acreditin que no han estudiat a cap d'aquests territoris ni l'ensenyament secundari, ni el batxillerat, ni mòduls d'FP (cap dels tres) podran sol·licitar al professor tenir durant l'examen un diccionari de traducció en paper (no pas de significats) que serà degudament inspeccionat. Cal el permís previ del professor, i l'acreditació d'aquestes condicions per poder fer ús d'aquest diccionari durant l'examen.

### Frau en elements d'avaluació

D'acord amb l'article 33 del Reglament acadèmic, "amb independència del procediment disciplinari que es pugui seguir contra l'estudiant infractor, la realització demostradorament fraudulenta d'algun dels elements d'avaluació inclosos en guies docents de les assignatures comportarà, a criteri del professor, una menysvaloració en la seva qualificació que pot suposar la qualificació de «suspens 0» a l'avaluació anual de l'assignatura".

### Assistència

Modalitat	Altres
Tècnica	Proves objectives ( <b>no recuperable</b> )
Descripció	Assistència a classe
Criteris d'avaluació	Assistència a classe. Només s'admetran com a justificables les absències contemplades en els articles 30.4 i 30.5 del Reglament Acadèmic.

Percentatge de la qualificació final: 10%

## Guia docent

### Participació

Modalitat	Estudi i treball autònom individual
Tècnica	Proves objectives ( <b>no recuperable</b> )
Descripció	La participació en l'assignatura, tant dins com fora de l'aula, serà objecte d'avaluació. En el primer dia de classe s'especificaran les formes d'avaluació d'aquesta participació.
Criteris d'avaluació	Participació Flipped Classroom. En el primer dia de classe s'especificarà la forma d'avaluació d'aquesta participació.

Percentatge de la qualificació final: 15%

### Estudi i treball autònom individual

Modalitat	Estudi i treball autònom individual
Tècnica	Proves objectives ( <b>recuperable</b> )
Descripció	L'estudiant haurà d'estudiar pel seu compte la bibliografia bàsica amb el suport de la guia d'estudi aportada pel professor a través de l'AulaDigital o a través de qualsevol altre mitjà. La metodologia 'Flipped Classroom' implica que l'alumne haurà de procedir a l'estudi per avançat dels continguts a desenvolupar a cada sessió de classe.
Criteris d'avaluació	Examen escrit a final de semestre. El professor proporcionarà a classe més detalls sobre la tipologia de la prova. Les qualificacions de la prova seran de 0 a 10.

Percentatge de la qualificació final: 38% amb qualificació mínima 4

### Investigació de Mercats

Modalitat	Estudi i treball autònom individual o en grup
Tècnica	Treballs i projectes ( <b>recuperable</b> )
Descripció	Aquesta activitat es farà en equip, i serà el professor qui formi els grups de treball. Consistirà en l'elaboració d'una investigació de mercats real. El professor proveirà a classe i a través de l'eina de l'AulaDigital de l'enunciat i informació addicional. Podrà (o no) requerir d'un o diversos lliuraments de parts de la feina d'investigació en moments diferents del curs, que s'especificaran a principi del semestre i en el cronograma.
Criteris d'avaluació	El treball podrà o no tenir requeriments de lliuraments parcials al llarg del semestre.  A efectes de càlcul de la nota final es tindrà només en compte la nota individualitzada del treball.

Percentatge de la qualificació final: 37% amb qualificació mínima 5

### Recursos, bibliografia i documentació complementària

Es considera pràcticament **IMPREScindible** per a estudiar l'assignatura que l'estudiant adquireixi els TRES llibres inclosos a la Bibliografia Bàsica.

El primer llibre és imprescindible per a l'estudi del Bloc 1 de l'assignatura.

El segon llibre és imprescindible per a l'estudi del Bloc 2 de l'assignatura.

El tercer llibre és imprescindible per fer el treball d'Investigació de Mercats, ja que conté el **programari** necessari per dur a terme l'anàlisi de dades d'aquest treball. És altament recomanable que es disposi d'ell des del primer dia de classe. El cost d'aquest segon llibre-software és aproximadament de 125€. Es recomana als alumnes tinguin present aquesta circumstància i actuïn amb previsió.



## Guia docent

### **Bibliografia bàsica**

---

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

(No confondre amb altres obres del professor Malhotra)

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

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

### **Altres recursos**

---

Al llarg del curs el professor podrà proporcionar altres recursos on poder completar el temari.

