

<u>Assignatura</u>	<u>Curs</u>
INVESTIGACIO COMERCIAL (Optativa)	5è 1993 - 94

PROGRAMA

Grup (Matí)	Professor	Grup (Tarda)	Professor
A	E. Genescà / T. Obis / S. Waliño	C	E. Genescà / T. Obis / S. Waliño

RESUM TEMATIC

En la part I d'aquesta assignatura s'estudien les tècniques més usuals per a l'obtenció d'informació a fi de reduir l'incertesa inherent a qualsevol procés de decisió en l'àmbit comercial. Ens referim en concret a l'experimentació, l'enquesta, l'observació i l'explotació de dades secundàries. L'estudi d'aquestes tècniques es fa de forma que l'estudiant aprengui la seva utilització en general i per tant sigui capaç d'aplicar-les també en altres àmbits a més del marketing.

S'expliquen també les tècniques standard d'investigació més usualment utilitzades en el marketing: panels, baròmetres de marques, investigació publicitària ...

En la part II s'expliquen mitjançant la utilització dels programes informàtics SPSSX i BMDP les tècniques estadístiques més usuals pel tractament de la informació. Aquesta part és eminentment pràctica i es basa fonamentalment en el plantejament i resolució de casos per part de l'estudiant. Aquest enfoc requereix una bona dedicació al treball en el Centre de Càlcul.

PART I

1.- La investigació comercial. Introducció.

- 1.1. El procés d'adopció de decisions i la seva relació amb la Investigació Comercial.
- 1.2. Objectius, contingut i àmbit de la Investigació Comercial.
- 1.3. La funció investigació com a servei tècnic.
- 1.4. Posicions en l'organigrama.
- 1.5. Fases per a la posta en marxa del servei.
- 1.6. Incidència en el procés de presa de decisions.
- 1.7. Els Instituts d'investigació de mercats.



2.- Fonts d'informació en la investigació comercial.

- 2.1. Classificació de les fonts d'informació.
- 2.2. Dades secundàries:
 - 2.2.1. Concepte i tipus.
 - 2.2.2. Aplicacions concretes.
 - 2.2.3. Avantatges de la seva utilització.
- 2.3. Dades primàries:
 - 2.3.1. Concepte.
 - 2.3.2. Fonts de dades primàries.
- 2.4. L'observació:
 - 2.4.1. Concepte.
 - 2.4.2. Tècniques i aplicacions.- El comportament al supermercat.
- 2.5. L'experimentació:
 - 2.5.1. Definicions.
 - 2.5.2. Tipus de dissenys experimentals.
 - 2.5.3. Mètodes per a la validació d'experiments: Anàlisi de la variança.
 - 2.5.4. Disseny de Blocs Aleatoris.
 - 2.5.5. Disseny en Quadre Llatí.
 - 2.5.6. El Mercat de Prova.
- 2.6. L'Enquesta:
 - 2.6.1. Objectius i planificació.
 - 2.6.2. Obtenció de la mostra.- Tècniques de mostreig.
 - 2.6.3. Informació que pot facilitar l'enquesta.
 - 2.6.4. Tipus d'entrevistes.
 - 2.6.5. Classes d'enquestes.
 - 2.6.6. Principals fonts d'error.
 - 2.6.7. El treball de camp.
 - 2.6.8. Codificació i tabulació.
 - 2.6.9. Validació de resultats.

3.- Tècniques d'investigació.

- 3.1. Les Tècniques Qualitatives:
 - 3.1.1. Reunions de grup.
 - 3.1.2. L'entrevista en profunditat.
 - 3.1.3. El "Brainstorming".
- 3.2. Els Panels:
 - 3.2.1. El Panel de Consumidors (DYM).
 - 3.2.2. El Panel de Detallistes (Nielsen).
 - 3.2.3. El Panel Farmacèutic (I.M.S.).
- 3.3. L'enquesta "Omnibus":
 - 3.3.1. Objectius.
 - 3.3.2. Mostra i freqüència de llançaments.
- 3.4. El Test de Concepte.
- 3.5. El Test de Producte.
- 3.6. Test d'embalatge, Test de marca, etc.
- 3.7. Els estudis d'imatge.
- 3.8. El pre-test publicitari.
- 3.9. La investigació de mitjans.

4.- La investigación i l'anàlisi de la competència.

- 4.1. Marc de referència per a l'anàlisi de la competència.
- 4.2. Indicadors de mercat.
- 4.3. Tècniques de l'anàlisi de la competència.

PART II

1.- Tractament estadístic de la informació. Aplicacions del SPSSX i el BMDP.

- 1.1. Introducció als programes utilitzats.
- 1.2. Tabulació d'enquestes i validació de resultats.
- 1.3. La regressió lineal simple i múltiple.
- 1.4. Anàlisi de sèries temporals.
- 1.5. Anàlisi de proximitats.
- 1.6. Anàlisi factorial.
- 1.7. Anàlisi discriminant.

BIBLIOGRAFIA

- BISQUERRA, R.: "Introducción a la estadística aplicada a la investigación educativa". Ed. PPU, S.A., 1987.
- BISQUERRA, R.: "Análisis multivariable". Ed. PPU, S.A. 1989.
- CHAO, L.L.: "Estadística para las Ciencias Administrativas". Edit. McGraw-Hill.
- KMENTA, J: "Elementos de Econometría". Edit. Vicens Vives.
- LAMBIN, J.J.: "Información, decisión y eficacia comercial". Edit. Deusto.
- LINFORD, H.W. y TWISS, B.C.: "Previsión tecnológica y Planificación a largo plazo".
- NORUSIS, M. J.: "SPSS Introductory Statistics Guide". Mc.Graw-Hill, 1983.
- NORUSIS, M. J. : "SPSS Advanced Statistics Guide" Mc. Graw-Hill.
- ORTEGA, E.: "Manual de Investigación comercial".Edit. Pirámide.
- PUBLICACIONES EDITADAS POR LA FACULTAD.
- SPSS Inc. : "SPSS User's Guide". Mc.Graw-Hill. 1983.
- URBAN, G.L.: "Marketing científico". Edit. Pirámide.

PROVES I QUALIFICACIONS

Hi haurà un examen parcial lliberatori al mes de febrer i examens finals de juny i setembre.

HORARIS DE CONSULTA

Prof. E. Genescà: Dilluns 12.00 - 13.30 hores
Dijous 10.30 - 12.00 hores

Prof. T. Obis: Dijous 10.30 - 12.00 hores
Dijous 15.00 - 16.30 hores

Prof. S. Waliño: Dijous 15.00 - 16.30 hores