

Titulación	Tipo	Curso
Administración y Dirección de Empresas	OB	3
Economía	OP	3
Economía	OP	4

Profesor/a de contacto

Nombre : Giuseppe Lamberti

Correo electrónico : giuseppe.lamberti@uab.cat

Equipo docente

Monica Roca Batlle

Giuseppe Lamberti

Diana Marcela Escandon Barbosa

Josep Rialp Criado

Laura Isierte Moreno

Gloria Malgosa Morera

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

No hay prerrequisitos

Asignatura obligatoria para el nuevo plan de estudios 1416 (ADE), 1417 (ADE English). Para el plan de estudios 950 (ADE), 1102 (ADE English) es optativa.

Objetivos

En esta asignatura se presentan los proyectos de investigación comercial como la herramienta más usual de obtención de información, con la finalidad de reducir la incertidumbre inherente a cualquier proceso de decisión en el ámbito comercial de la empresa. En concreto, se presentan los diferentes componentes de un proyecto de investigación y se analiza cómo efectuar un experimento, una encuesta estructurada o una investigación cualitativa, así como el tratamiento informático de encuestas y la forma de obtener, seleccionar y explotar datos secundarios. El estudio de estas técnicas se hace de manera que el estudiante aprenda la utilización general y, por tanto, sea capaz de aplicarlas también a otros ámbitos además del marketing.

Adicionalmente, se estudian técnicas y tests estándares de investigación utilizados específicamente en marketing: test de concepto, test de producto, test de comunicación, etc. Todo ello sin olvidar la relevancia para la investigación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (internet, móviles, redes sociales) que facilitan la elaboración de los proyectos.

Resultados de aprendizaje

1. Capacidad de adaptación a entornos cambiantes.
2. Capacidad de seguir aprendiendo en el futuro de forma autónoma, profundizando en los conocimientos adquiridos o iniciándose en nuevas áreas de conocimiento.
3. Seleccionar y generar la información necesaria para cada problema, analizarla y tomar decisiones partiendo de esta información.
4. Capacidad de comunicación oral y escrita en catalán, castellano e inglés, que permita sintetizar y presentar oralmente y por escrito el trabajo realizado.
5. Organizar el trabajo, con relación a una buena gestión del tiempo y a su ordenación y planificación.
6. Demostrar iniciativa y trabajar de forma autónoma cuando la situación lo requiera.
7. Trabajar en equipo y ser capaz de argumentar las propias propuestas y validar o rechazar razonadamente los argumentos de otras personas.
8. Realizar un análisis del mercado y de las estructuras competitivas, y determinar un diagnóstico estratégico para la empresa.
9. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Contenidos

INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

El proceso de toma de decisiones y la relación con la Investigación Comercial

Objetivos, contenido y ámbito de la Investigación Comercial

Organización de la Investigación Comercial

Definición del problema y diseño de la investigación

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Etapas de un proyecto de investigación

Fuentes de información: secundarias y primarias

Fuentes primarias:

Investigación cuantitativa

Encuestas (cuestionario, variables, escalas, tipos de encuestas, muestreo)

Observación

Experimentación

Investigación cualitativa

Entrevistas en profundidad

Reuniones de grupo

Técnicas proyectivas

APLICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Test de concepto

Test de producto y de envase

Test de nombre de marca y logo

Estudio de imagen y posicionamiento

Test de comunicación (el pre-test y post-test publicitario).

Investigación de audiencias

Test de precio

TABULACIÓN Y ANÁLISIS DE ENCUESTAS

Introducción a paquetes de análisis (JMP).

Captura de la información

Síntesis de la información

Análisis descriptivo

Relación entre dos variables

Modelos lineales con 2 o más variables independientes

Presentación de resultados

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Clases magistrales, discusión de casos y presentaciones	32,5	1,3	8
Lecturas relacionadas, preparación de casos y prácticas, estudio y elaboración de esquemas	62,5	2,5	8
Clases magistrales, discusión de casos y presentaciones centradas principalmente en análisis cuantitativo	17	0,68	8
Tutorías y seguimiento de los trabajos a realizar y de los casos a preparar	26	1,04	8

El tipo de docencia planificada para la asignatura es la docencia presencial.

En esta asignatura se harán clases teóricas y prácticas. En las clases teóricas se desarrollarán los conceptos importantes de la investigación comercial utilizando ejemplos del mundo real. En la parte práctica el alumno trabajará con casos prácticos donde tendrá que proponer los proyectos de investigación a realizar, así como resumir información e interpretar relaciones entre variables. Se combinarán las sesiones de explicación con las sesiones de aplicación en la sala de informática.

La metodología docente propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Pruebas parte cuantitativa	22,5	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8
Project	30	5,5	0,22	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Actividades aplicadas y microcasos	25	4,5	0,18	2, 3, 5, 6, 7, 8
Pruebas parte cualitativa	22,5	1	0,04	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8

La evaluación continua de la asignatura consta de tres partes.

1. Los estudiantes desarrollarán un proyecto en grupos de hasta cuatro personas a lo largo del semestre, que representará el 30% de la calificación final. Este proyecto tiene como objetivo evaluar la capacidad de los estudiantes para formular preguntas de investigación, obtener información relevante, analizar datos e interpretar resultados en un contexto aplicado. Se realizarán revisiones parciales durante el semestre, pero la calificación se obtendrá a partir de la evaluación final del proyecto. Esta parte se distribuirá de la siguiente manera: un 5% corresponderá a la obtención de datos y al seguimiento de las directrices metodológicas establecidas; un 10% corresponderá al informe escrito; y un 15% corresponderá a la presentación oral y defensa del proyecto, incluyendo preguntas formuladas por el profesorado para valorar la comprensión individual de los estudiantes.
2. Los estudiantes realizarán actividades aplicadas y microcasos a lo largo del semestre, que representarán el 25% de la calificación final. Estas actividades tendrán como objetivo desarrollar la capacidad de diseñar proyectos de investigación, seleccionar pruebas y técnicas adecuadas, interpretar resultados estadísticos, analizar los resultados obtenidos con JMP y extraer conclusiones relevantes para la toma de decisiones. Estas actividades tendrán un carácter continuo y formativo, y la devolución de resultados y la retroalimentación se trabajarán en las sesiones de clase.
3. Finalmente, los estudiantes realizarán una prueba final individual, que representará el 45% de la calificación final. Esta prueba constará de dos partes: una parte conceptual aplicada relacionada con los contenidos teóricos de la asignatura y una parte práctica orientada a la interpretación de resultados, el análisis y la toma de decisiones a partir de evidencia cuantitativa.

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria, será necesario cumplir simultáneamente los tres requisitos siguientes:

1. Obtener una calificación mínima de 5,0 sobre 10 en el proyecto.
2. Haber entregado, al menos, el 80% de las actividades aplicadas y microcasos previstos en la asignatura.
3. Obtener una calificación mínima de 5,0 sobre 10 en cada una de las partes de la prueba final.

Solo cuando se cumplan estos tres requisitos se calculará la calificación final de la asignatura mediante las ponderaciones establecidas en la guía docente.

Los estudiantes que no cumplan uno o más de los requisitos anteriores podrán optar a la prueba de recuperación siempre que la calificación final obtenida en la evaluación ordinaria, calculada de acuerdo con las ponderaciones establecidas, sea igual o superior a 3,5 sobre 10.

Los estudiantes con una calificación final inferior a 3,5 sobre 10 no tendrán derecho a presentarse a la prueba de recuperación.

La recuperación consistirá en una prueba individual en la fecha fijada por el centro, que abarcará la totalidad de los contenidos de la asignatura.

Un estudiante será considerado "No evaluable" cuando no haya participado en ninguna actividad de evaluación o cuando comunique el abandono de la asignatura antes de la octava semana del semestre.

La fecha de la presentación del proyecto se anunciará con suficiente antelación durante el curso. La fecha de la prueba final y de la prueba de recuperación estará determinada por el calendario oficial de exámenes de la Facultad.

Calendario de actividades de evaluación

Las fechas de las diferentes pruebas de evaluación (exámenes parciales, ejercicios en aula, entrega de trabajos, ...) se anunciarán con suficiente antelación durante el semestre.

La fecha del examen final de la asignatura está programada en el calendario de exámenes de la Facultad.

"La programación de las pruebas de evaluación no se podrá modificar, salvo que haya un motivo excepcional y debidamente justificado por el cual no se pueda realizar un acto de evaluación. En este caso, las personas responsables de las titulaciones, previa consulta al profesorado y al estudiantado afectado, propondrán una nueva programación dentro del período lectivo correspondiente." **Apartado 1 del Artículo 115. Calendario de las actividades de evaluación (Normativa Académica UAB)**

Los y las estudiantes de la Facultad de Economía y Empresa que de acuerdo con el párrafo anterior necesiten cambiar una fecha de evaluación han de presentar la petición rellenando el documento Solicitud reprogramación prueba https://formularis.uab.cat/group/deganat_feie/solicitud-reprogramacion-de-pruebas

Procedimiento de revisión de las calificaciones

Coincidiendo con el examen final se anunciará el día y el medio en que se publicarán las calificaciones finales. De la misma manera se informará del procedimiento, lugar, fecha y hora de la revisión de exámenes de acuerdo con la normativa de la Universidad.

Proceso de Recuperación

"Para participar en el proceso de recuperación el alumnado debe haber sido previamente evaluado en un conjunto de actividades que represente un mínimo de dos terceras partes de la calificación total de la asignatura o módulo." **Apartado 3 del Artículo 112 ter. La recuperación (Normativa Académica UAB).** Los y las estudiantes deben haber obtenido una calificación media de la asignatura entre 3,5 y 4,9.

La fecha de esta prueba estará programada en el calendario de exámenes de la Facultad. El estudiante que se presente y la supere aprobará la asignatura con una nota de 5. En caso contrario mantendrá la misma

nota.

Irregularidades en actos de evaluación

Sin perjuicio de otras medidas disciplinarias que se estimen oportunas, y de acuerdo con la normativa académica vigente, *\"en caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con un 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso que se produzcan diversas irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0\"*. **Apartado 10 del Artículo 116. Resultados de la evaluación. (Normativa Académica UAB)**

La evaluación propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Esta asignatura no prevé el sistema de evaluación única.

Uso de la Inteligencia Artificial (IA)

Modelo 2: Uso restringido

Para esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) exclusivamente en tareas de apoyo, como la búsqueda bibliográfica o de información, la corrección de textos o las traducciones. El estudiante deberá identificar claramente qué partes han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y en el resultado final de la actividad. La falta de transparencia en el uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará una falta de honestidad académica y podrá conllevar una penalización parcial o total en la calificación de la actividad, o sanciones mayores en casos graves.

Bibliografía

BURNS, A.C. & BUSH, R.F. (2010): *\"Marketing Research, 6/E\"*. Prentice Hall. Última edición.

CARVER, R. (2010): *\"Practical Data Analysis with JMP\"*. SAS Press. Última edición.

FEINBERG, F.M.; KINNEAR, T.C AND TAYLOR, J. R. (2012). *\"Modern Marketing Research: Concepts, Methods, and Cases\"*. Second Edition, published by Cengage Learning. Última edición.

FRASER, C. (2019): *\"Business Statistics for competitive advantage with Excel 2019 and JMP. Basics, Model Building, Simulation and Cases\"*. Springer. ISBN 978-3-030-20373-3; ISBN 978-3-030-20374-4 (ebook). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-20374-0>

HAIR, JR., J.F.; ORTINAU, D.J.; Harrison, D.E. (2021): *\"Essentials of Marketing Research\"*, 5th edition McGraw-Hill.

LEHMAN, A.; O'ROURKE, N.; HATCHER, L.; STEPANSKI, E.J. (2013): *\"JMP® for Basic Univariate and Multivariate Statistics: Methods for Researchers and Social Scientists\"*, Second Edition. SAS Institute. April. Última edición.

MALHOTRA, N.K. (2012): *\"Basic Marketing Research, 4/E\"*. Prentice Hall. Última edición.

Publicaciones internas de la asignatura (accesibles en el aula moddle).

Software

El software utilizado para la parte de análisis cuantitativo es el JMP.

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Tipo de docencia	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TE) Teoría	2	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	4	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	13	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(PLAB) Prácticas de laboratorio	13	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(PLAB) Prácticas de laboratorio	21	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(PLAB) Prácticas de laboratorio	22	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(PLAB) Prácticas de laboratorio	41	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(PLAB) Prácticas de laboratorio	42	Inglés	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	52	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	60	Catalán/Español	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(PLAB) Prácticas de laboratorio	521	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(PLAB) Prácticas de laboratorio	522	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(PLAB) Prácticas de laboratorio	601	Catalán/Español	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(PLAB) Prácticas de laboratorio	602	Catalán/Español	segundo cuatrimestre	mañana-mixto