



GUÍA DOCENTE 2024-2025
Investigación Comercial

1. Denominación de la asignatura:

INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Titulación

Grado en Turismo

Código

6791

2. Materia o módulo a la que pertenece la asignatura:

Producción de Servicios Turísticos

3. Departamento(s) responsable(s) de la asignatura:

Departamento de Economía y Administración de Empresas

4.a Profesor/a que imparte la docencia en el curso online (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :

Ismael Becerril Castrillejo, ibecerril@ubu.es. Despacho 2045. M.^a Visitacion Gete Cruces, mvgete@ubu.es. Despacho 2062.

4.b Coordinador/a de la asignatura online

Ismael Becerril Castrillejo, ibecerril@ubu.es. Despacho 2045.

5. Curso y semestre en el que se imparte la asignatura:

4º curso / 1º Semestre

6. Tipo de la asignatura: (Básica, obligatoria u optativa)

Optativa



7. Requisitos de formación previos para cursar la asignatura:

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

La asignatura de Investigación Comercial no demanda requisitos previos, aunque se hace necesario conocimientos del funcionamiento de la empresa, sus subsistemas y de forma general sobre el mercado

8. Número de créditos ECTS de la asignatura:

6

9. Competencias que debe adquirir el/la estudiante al cursar la asignatura

T1.- Capacidad de análisis y síntesis

T6.- Capacidad de gestión de la información

T9.- Trabajo en equipo

T12 - Razonamiento crítico*

*Competencia de sostenibilización curricular

*E2.- Analizar la dimensión económica del turismo

*Competencia de sostenibilización curricular

E17.- Utilizar y analizar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en los distintos ámbitos del sector turístico

10. Programa de la asignatura

10.1- Objetivos docentes

Al finalizar la asignatura, el alumnado deberá poseer o ser capaz de:

1.- Conocimiento de la importancia de la investigación comercial en el sector turístico, las fuentes de información disponibles y los métodos cuantitativos y cualitativos aplicados al turismo elaborando y presentando un informe que analice, interprete e infiera datos y resultados.

2.- Comprender las principales tendencias, dinámicas, paradigmas y conflictos observados en la evolución reciente de la actividad turística, elaborando estudios de mercado para conocer las relaciones entre la demanda y el recurso turístico a explotar.



10.2- Unidades docentes (Bloques de contenidos)

INVESTIGACIÓN COMERCIAL

Tema 1: Concepto y planificación de la Investigación Comercial

- El sistema de información de marketing
- Concepto y características de la Investigación Comercial
- Planificación de la Investigación Comercial
- Funciones del departamento de Investigación Comercial
- Empresas y asociaciones de Investigación de Mercados

Tema 2: Fuentes de información

- Concepto y clasificación
- Fuentes primarias
- Fuentes secundarias
- Fuentes de información turística

Tema 3: Proceso de investigación de mercados turísticos

- Proceso de investigación de mercados turísticos
- Fase de delimitación y definición del problema de investigación de mercados turísticos
- Fase de diseño de investigación de mercados turísticos
- Fase de recogida y tratamiento de datos
- Fase de presentación de resultados

Tema 4: Técnicas cualitativas

- Técnicas cualitativas
- Entrevista
- Dinámica de grupos
- Técnica de creatividad
- Técnicas proyectivas

Tema 5: Técnicas de selección de muestras

- Muestreo. Conceptos fundamentales
- Errores de muestreo
- Tipos de muestreo
- Diseño del muestreo
- Determinación del tamaño de la muestra y del error de muestreo

Tema 6: Investigación descriptiva e investigación causal

- Fuentes primarias
- Encuesta
- Observación
- Seudocompra
- Experimentación
- Investigación causal



Tema 7: Medición y escalas

- Medición. Escalas y propiedades
- Clases de escalas
- Fiabilidad de las escalas
- Validez de las escalas
- Criterios para valorar las escalas

Tema 8: Diseño de cuestionarios y trabajo de campo

- Desarrollo del cuestionario
- Valoración del cuestionario
- Resolución de problemas
- Cuestionario piloto
- Planificación del trabajo

Tema 9: Análisis de la información y elaboración de informes

- Etapas de análisis de la Información
- Técnicas de análisis univariante
- Técnicas de análisis bivalente
- Técnicas de análisis multivariante
- Elaboración de informes

10.3- Acceso a la Bibliografía Recomendada desde Leganto

https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=6791&auth=SAML

11. Metodología de enseñanza y aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el/la estudiante:

Metodología	Competencia relacionada	Horas de trabajo
Clases teóricas	T1; T6; E2; E17	38
Clases prácticas	T1; T6; E2; E17	44
Elaboración de trabajos individuales	T1; T6; E2; E17	35
Estudio y trabajo autónomo	T1; T6; E2; E17	20
Preparación de actividades de evaluación	T1; T6; T9; E2; E17	13
Total		150



12. Sistemas de evaluación:

Para superar la asignatura, será necesario obtener una calificación mínima del 30% en los procedimientos: "Ejercicios prácticos de evaluación continua" y "Examen final teórico".

En la segunda convocatoria sólo es susceptible de recuperación la prueba "Examen final teórico". Este criterio se establece con base en la filosofía subyacente en la metodología de evaluación continua que supone una asistencia regular a clase y un trabajo continuado a lo largo del curso.

El sistema de evaluación para estudiantes de intercambio deberá ser modificado en el supuesto de que los calendarios académicos de las universidades de origen y de destino no sean coincidentes.

Para la realización de tutorías y exámenes, resulta imprescindible disponer de webcam y micrófono activados. Además, determinadas pruebas de evaluación podrán realizarse mediante videoconferencia (Teams, vinculada a la cuenta de estudiante de la UBU) y/o requerir validación de identidad mediante el uso de sistemas de reconocimiento facial.

Procedimiento	Peso primera convocatoria	Peso segunda convocatoria
Ejercicios prácticos de evaluación continua	40 %	40 %
Foros y test auto-evaluación	30 %	30 %
Examen final teórico	30 %	30 %
Total	100 %	100 %

13. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial del curso online:

Diapositivas de cada tema
Vídeos explicativos
Lecturas
Resolución de dudas vía e-mail
Tutoría virtual

14. Idioma en que se imparte la asignatura online:

Español