



GUÍA DOCENTE 2025-2026
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 Concepción Martínez Calvete, mcmcalvete@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 // Resultados de aprendizaje

T1.- Capacidad de análisis y síntesis

T2. - Capacidad de organización y planificación

T6.- Capacidad de gestión de la información

T7. - Resolución de problemas

T9.- Trabajo en equipo

E2.- Analizar la dimensión económica del turismo*

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

*Competencia de sostenibilización curricular

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/resultados de aprendizaje que debe adquirir/alcanzar el/la estudiante:

Metodología	Competencia/resultado de aprendizaje relacionado	Horas de trabajo
Clases, conferencias y técnicas expositivas	T1; T6; E2; E17	38
Clases prácticas	T1; T6; E2; E17	44
Actividades autónomas (trabajos y lecturas dirigidas).	T1; T2; T6; E2; E17	30
Pruebas de evaluación	T1; T6; T9; E2; E17	20
Trabajo autónomo del estudiante orientado por un profesor tutor	T1; T6; E2; E17	16
Seminario on-line de orientación para la asignación y realización	T2; T7; E2; E17	2



del trabajo	
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.

En relación con el uso de la inteligencia artificial para la realización de trabajos. El uso de las herramientas de inteligencia artificial estará permitido para el trabajo en el aula y el trabajo autónomo. Sin embargo, se recomienda un uso responsable limitándose a aquellas tareas que no requieren de un razonamiento crítico. Además, el estudiante debe de incorporar a los trabajos las fuentes de información y una declaración de uso responsable, indicando, en cada caso, como se ha utilizado la herramienta, el fin para la que se ha usado y las partes del trabajo afectadas. El uso fraudulento de estas herramientas será considerado como plagio y comportará una calificación de cero en el procedimiento correspondiente.

La realización fraudulenta de alguna prueba o de los trabajos exigidos en la evaluación de alguna asignatura comportará una calificación de cero en el procedimiento correspondiente, sin perjuicio de la apertura de expediente disciplinario (RESOLUCIÓN de 18 de diciembre de 2024, de la Secretaría General de la Universidad de Burgos).

Con respecto al procedimiento para la presentación de reclamaciones se aplicará al art. 22 del Reglamento de Evaluación de la Universidad de Burgos (BOCyL de 9/08/2019).



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