



GUÍA DOCENTE 2024-2025  
**Investigación Comercial**

**1. Denominación de la asignatura:**

INVESTIGACIÓN COMERCIAL

**Titulación**

Grado en Turismo

**Código**

8787

**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 (Si fuese impartida por más de uno/a incluir todos/as) :**

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

**4.b Coordinador/a de la asignatura**

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=8787&auth=SAML](https://leganto.ubu.es/leganto/public/34BUC_UBU/lists?courseCode=8787&auth=SAML)

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

| Metodología                              | Competencia relacionada | Horas presenciales | Horas de trabajo | Total de horas |
|------------------------------------------|-------------------------|--------------------|------------------|----------------|
| Clases teóricas                          | T1; T6; E2; E17         | 23                 | 15               | 38             |
| Clases prácticas                         | T1; T6; E2; E17         | 26                 | 18               | 44             |
| Elaboración de trabajos en grupo         | T1; T6; T9; E2; E17     | 0                  | 20               | 20             |
| Elaboración de trabajos individuales     | T1; T6; E2; E17         | 0                  | 15               | 15             |
| Estudio y trabajo autónomo               | T1; T6; E2; E17         | 0                  | 20               | 20             |
| Preparación de actividades de evaluación | T1; T6; T9; E2; E17     | 5                  | 8                | 13             |



|              |    |    |     |
|--------------|----|----|-----|
| <b>Total</b> | 54 | 96 | 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 son susceptibles 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.

| <b>Procedimiento</b>                        | <b>Peso primera convocatoria</b> | <b>Peso segunda convocatoria</b> |
|---------------------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Ejercicios prácticos de evaluación continua | 40 %                             | 40 %                             |
| Test de auto-evaluación parcial             | 30 %                             | 30 %                             |
| Examen final teórico                        | 30 %                             | 30 %                             |
| <b>Total</b>                                | <b>100 %</b>                     | <b>100 %</b>                     |

## Evaluación excepcional:

En el sistema de Evaluación Excepcional se exigirá la realización y/o entrega de trabajos como en el sistema ordinario, para garantizar la adquisición de determinadas competencias, y la presentación a las pruebas de contenido que se establezcan.

El alumnado habrá de solicitar este tipo de evaluación dentro de los plazos previstos en el Reglamento de Evaluación de la Universidad de Burgos.

## 13. Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial:

Presentaciones en el aula  
Materiales y actividades en la plataforma Moodle  
Tutoría presencial  
Tutoría virtual



UNIVERSIDAD DE BURGOS

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**14. Calendarios y horarios:**

De acuerdo a lo publicado en la página web de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

**15. Idioma en que se imparte:**

Español