



Universidad
de Navarra

Asignatura: Dirección Comercial II (F. ECONÓMICAS)

Guía Docente

Curso académico: 2014-15

Presentación

<http://www.unav.es/asignatura/dircomercial2econom/>

Dirección Comercial II (F. ECONÓMICAS)

La asignatura Dirección Comercial II permitirá a los estudiantes profundizar en el conocimiento de los planes, los proyectos y las estrategias de Marketing y más concretamente se adentrarán en la *Investigación de Mercados*. Los alumnos aprenderán a diseñar una investigación comercial, elaborar informes y su aplicación al mundo empresarial.

El curso también dedicará algunas clases al estudio de las nuevas tendencias en el ámbito de la investigación comercial, teniendo en cuenta las nuevas técnicas de marketing online.

Curso: Segundo semestre 3º ADE y 4º Doble Grado ADE+ Derecho.

Horario y aula: Martes de 11.00 a 14.00, aula 04

Tipo de asignatura: Obligatoria para los estudiantes de ADE y doble grado ADE+Derecho. Optativa para los estudiantes de Económicas.

Departamento de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Empresa

Idioma en que se imparte: Castellano

Organización temporal: Semestral

ECTS: 6

Profesor que imparte la asignatura: M. E. Aramendia



Competencias

Al finalizar la asignatura los estudiantes de Dirección Comercial II deben ser capaces de cumplir los siguientes objetivos:

- *Comprender el papel de la Investigación Comercial en el contexto de la toma de decisiones estratégicas en Marketing.*
- *Analizar la información obtenida en función de los problemas de marketing planteados, evaluando y seleccionando la decisión más conveniente.*
- *Aplicar las nuevas tecnologías a la investigación comercial.*

Durante el curso el alumno deberá ejercitar y mostrar avances significativos en el desarrollo de las siguientes competencias:

Competencias generales:

- Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas
- Capacidad de comunicación oral.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Puntualidad y ética en el trabajo.
- Capacidad de trabajo autónomo.
- Iniciación en técnicas de investigación básica, así como en la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.
- Ser capaz de escribir un informe completo.
- Capacidad de creatividad y anticiparse a los hechos.

Competencias específicas:

- * Conocer y comprender los procesos de Investigación de Mercados.
- * Diseñar una investigación primaria, realizar el trabajo de campo y seleccionar las técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación de mercados más idóneas.
- * Obtener e interpretar la información de los mercados para extraer conclusiones relevantes.
- * Saber manejar herramientas cuantitativas e informáticas para la toma de decisiones aplicables al marketing y a la realización de presentaciones eficaces.
- * Conocer las estrategias de marketing online aplicadas a la investigación comercial.

Programa

Tema 1. Introducción a la investigación de mercados.



1.1. Introducción

1.2. Marco conceptual de la investigación de mercados

1.3. Naturaleza de la investigación de mercados

1.4. El proceso de investigación de mercados

1.5. Organización de la investigación de mercados

Tema 2. Diseño de investigación y fuentes de información:

2.1. Introducción

2.2. Diseño de investigación

2.3. Fuentes de error

2.4. Clasificación de las fuentes de información

Tema 3. Investigación exploratoria, métodos cualitativos:

3.1. Introducción

3.2. Investigación cualitativa

3.3. Grupos de discusión

3.4. Entrevistas en profundidad

3.5. Otras técnicas cualitativas

Tema 4. Investigación descriptiva, métodos cuantitativos:

4.1. Introducción

4.2. La encuesta

4.3. Encuestas continuas

4.4. Observación

4.5. Uso de internet en la investigación descriptiva

Tema 5. Investigación causal, experimentación:

5.1. Introducción

5.2. Experimentación: conceptos básicos



5.3. El proceso de experimentación

5.4. Diseños experimentales: tipos e implicaciones

5.5. Aplicación y limitaciones de la experimentación en investigación de mercados.

Tema 6. Procedimientos de muestreo y tamaño de la muestra:

6.1. Introducción

6.2. Conceptos y fundamentos de muestreo

6.3. Proceso de diseño muestral

6.4. Procedimientos de muestreo

6.5. Determinación del tamaño muestral

Tema 7 Escalas y cuestionarios:

7.1. Introducción

7.2. Escalas de medición básicas

7.3. Escalas comparativas y no comparativas

7.4. Evaluación de las escalas

7.5. El cuestionario

Tema 8 Técnicas de análisis de datos:

8.1. Introducción al análisis de datos

8.2. Técnicas de análisis univariantes

8.3. Técnicas de análisis bivariantes

8.4. Análisis de varianza

8.5. Análisis multivariantes

Actividades formativas

El curso está diseñado para que los alumnos pongan constantemente en práctica los conocimientos teóricos adquiridos (*Learning by doing*).

Por una parte, el alumno deberá realizar trabajo personales cada semana, tanto en clase como fuera de ella que deberá presentar semanalmente.



Por otra parte, el alumno deberá trabajar en equipo en dos proyectos relacionados con la investigación de mercados en dos ámbitos: online y offline que deberá ser expuestos a la clase.

Los estudiantes deberán dedicar tres horas a clases presenciales y dos horas a prácticas cada semana.

Además, habrá un examen para contrastar sus conocimientos teóricos.

Las horas de carga de trabajo por estudiante de esta asignatura son 150, aproximadamente serán distribuidas de esta forma:

36 horas lectivas dadas por el profesor

8 horas de preparación de trabajos complementarios

8 horas of student presentations

36 horas dedicadas al proyecto en equipo

2 horas de examen final

60 horas al estudio, lectura, ejercicios y preparación de temas.

Evaluación

Convocatoria ordinaria: Por su carácter eminentemente práctico, Dirección Comercial II demanda una alta participación en clases y fuera de ellas. La evaluación se basará en la siguiente ponderación:

- Participación en clase (30%) - No recuperable.
- Trabajo por equipos (30%) - No recuperable.
- Examen final (40%)

Para que un estudiante apruebe el curso Dirección Comercial II con un sobresaliente, el primer requisito es participar activamente en clases: asistir a las clases presenciales, entregar puntualmente los trabajos prácticos cumpliendo rigurosamente las consignas y realizar presentaciones grupales exponiendo con claridad y de forma convincente los avances y las conclusiones del proyecto de investigación de mercados.

Examen: Estará compuesto por preguntas de test, preguntas cortas y casos.

Convocatoria extraordinaria: La evaluación del estudiante que se presenta a la convocatoria extraordinaria se basará en:

Examen final: 70%

Trabajos: 30% (media entre la nota de la participación en clase y el trabajo en equipo)

Bibliografía y recursos

Bibliografía básica:



[Localiza este libro en la Biblioteca](#)

Investigación de Mercados. Esteban Talaya, A. y Molina Collado, A. (Coord.). Editorial Esic (2014).

Bibliografía complementaria:

Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Grande Esteban, I. y Abascal Fernández, Editorial Esic (2009), 10ª edición.

Introducción a la investigación de mercados. Merino Sanz, M.J. (Coord.). Editorial Esic (2010).

Investigación comercial. García Ferrer, G. Editorial Esic (2005). 2ª edición.

Métodos de investigación social y de la empresa. Sarabia Sánchez, F.J. (Coord.). Editorial Pirámide (2013).

Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados. Luque Martínez, T. (Coord.). Editorial Pirámide (2012), 2ª edición.

Recursos web:

ComScore: <http://www.comscore.com/>

Forrester Research: <https://www.forrester.com>

E-Marketer: <http://www.emarketer.com/>

Se asignarán otras lecturas requeridas que estarán disponibles en la clase, o a través de la página web del curso. Además, se espera que el alumno se mantenga al día informado sobre temas relacionados con la investigación de mercados, mediante la lectura de periódicos, revistas, libros, negocios y fuentes de noticias online.

Horarios de atención

Horario de atención a los estudiantes: Martes de 8.45 a 10.45

Despacho del profesor: Edificio de Amigos. Despacho 2020

Email: mearamendia@unav.es



Competencias

Desarrollar las siguientes competencias:

COMPETENCIAS TRANSVERSALES:

1. Desarrollo del razonamiento lógico.
2. Capacidad de análisis y síntesis de las problemáticas abordadas.
3. Motivación y superación.
4. Sentido de la responsabilidad y del esfuerzo.
5. Capacidad de comunicación oral.
6. Capacidad de trabajo en equipo.
7. Capacidad crítica y autocrítica.
8. Planificación de tareas y gestión del tiempo.
9. Puntualidad y ética en el trabajo.
10. Capacidad de aprendizaje autónomo.
11. Iniciación en técnicas de investigación básica, así como la expresión escrita de sus resultados en trabajos profundos aunque breves.
12. El manejo suficiente en inglés para poder utilizar bibliografía científica en ese idioma y ser capaz de llevar a cabo trabajos escritos y presentaciones orales en inglés.

Competencias Específicas

1. Obtener un conocimiento teórico-práctico de la empresa, centrandose los puntos de interés en la administración y toma de decisiones y una visión práctica de los instrumentos fundamentales para la planificación, programación y control que soportan estas actividades.
2. Conocer la estructura organizativa de una empresa, y las relaciones de coordinación/conflicto entre los diferentes áreas/departamentos/subsistemas que la componen.
3. Analizar casos prácticos de empresas.

Programa

TEMA 1. Introducción.

TEMA 2. Gestión de proyectos.

- Introducción.
- Fases: Definición, Planificación, Realización, Monitorización y Revisión.

TEMA 3. Análisis de procesos.

- Descripción del proceso.
- Análisis del proceso.
- Propuesta de mejora.
- Evaluación de la mejora.



- Plan de implementación.
- Preparación de la mejora.

Actividades formativas

En esta asignatura se combinan las clases magistrales, los ejercicios en clase y el aprendizaje basado en proyectos, por lo tanto, los estudiantes desarrollarán un trabajo en grupos en el cual deben aplicar todos los conocimientos teóricos adquiridos, buscar información y relacionarse con una empresa para proponer y justificar una mejora en alguno de los procesos de la empresa. Cada grupo presentará tres informes de avance del proyecto y asistir a tres reuniones de seguimiento.

1. Actividades en el aula (40 horas):

a. Clases con el profesor: 24 horas. En estas clases se verán los aspectos más relevantes incluidos en el programa. Los estudiantes deben revisar la documentación que para este propósito se cuelga en ADI.

b. Sesiones de seguimiento (3 horas): se revisará el trabajo realizado por cada grupo y se responderán preguntas y dudas que puedan tener, además se le dará recomendaciones al grupo sobre cómo orientar el trabajo de acuerdo con sus informes de avance.

c. Presentaciones orales (8 horas). Cada grupo debe presentar por lo menos dos veces su trabajo. Los alumnos deben asistir a presentaciones de otros grupos para conocer las operaciones en otras empresas.

d. Sesiones de evaluación: (5 horas).

2. Actividades fuera del aula (110 horas):

a. Trabajo individual y en equipo en el proyecto (80 horas): el proyecto es la actividad que más dedicación requerirá en la asignatura. El objetivo es que los estudiantes descubran y desarrollen las habilidades básicas para hacer un diagnóstico rápido y proponer una mejora en procesos relacionados con las operaciones.

b. El estudiante deberá por lo menos estudiar 30 horas por su cuenta el material para el curso, entender y asimilar los conceptos explicados en clase y preparar los exámenes.

Evaluación

EVALUACIÓN ORDINARIA:

Trabajo en equipo:

- Actividad: durante la primera semana se presentará el enunciado del proyecto.
- Descripción: el proyecto es una actividad de aprendizaje en la cual el profesor orienta el proceso de autoaprendizaje de los alumnos.
- Evaluación: el proceso del proyecto, su contenido técnico, la presentación oral y la justificación de las decisiones se evaluará.
- El proyecto tendrá un porcentaje del 50%

Examen final:



- 50%

REQUISITOS PARA APROBAR LA ASIGNATURA: Para aprobar el curso los alumnos deben obtener por lo menos un 3 sobre 10 en cada una de las dos partes. La nota final será el promedio de la nota del proyecto y la nota del examen.

EVALUACIÓN EXTRAORDINARIA

1. Nota del proyecto realizado durante el curso: 50%
2. Examen: 50%

Horarios de atención

Profesor Victoria Rodríguez Chacón, vrodriquez@unav.es: Lunes 11:00-13:00 and 17:00-19:00. Siempre enviando un email con por lo menos un día de antelación.

Proyecto

Este es primer paso del trabajo. Cada grupo deberá entregar los datos básicos de la empresa con la que van a trabajar de acuerdo con la plantilla que se adjunta.

La plantilla cumplimentada se debe cargar en la plataforma, no se admitirán correos electrónicos.

cualquier demora en las entregas supondrá de manera inmediata una penalización de un punto en la nota final; por lo tanto, en previsión de posibles problemas técnicos es aconsejable no dejar para última hora la entrega.

Lea detenidamente la descripción de la primera parte del trabajo que usted debe entregar y que encuentra en el archivo adjunto.

Cada grupo deberá enviar a través de la plataforma un único archivo en pdf. No dejen el envío para última hora para que puedan tener tiempo para reaccionar ante cualquier problema que puedan tener con Internet o con la plataforma.

Después de la fecha límite **no** se recibirá ningún trabajo.

EVALUACIÓN

- El trabajo se corregirá con base en la rúbrica de evaluación que acompaña la actividad. Los requisitos mínimos para esta entrega son los que se definen en el enunciado; sin embargo, si el grupo ha adelantado trabajo y presenta algún adelanto de los que se requieren en entregas posteriores este trabajo también se corregirá.
- **No** se podrá presentar ni se calificará ningún trabajo que no se haya entregado a tiempo, por lo tanto, se recomienda que no se cuelgue en la plataforma la presentación con tiempo para poder



hacer frente a posibles problemas con Internet, el ordenador, la plataforma, etc...

- **No** se recibirán trabajos que se envíen por correo electrónico.

ADVERTENCIA

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua: "Plagiar: copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias."

SIEMPRE que se corte y pegue algo de Internet o de otra fuente, esto debe ir entre comillas y debidamente citado.

Todos los trabajos pasarán una prueba antiplagio. Si se descubre plagio en algún trabajo la nota de dicho trabajo será CERO.

Revise el documento donde se presenta el enunciado del trabajo, prepare su segunda entrega y envíela a través de esta plataforma.

Cada grupo deberá enviar a través de la plataforma un único archivo en pdf con su trabajo. No dejen el envío para última hora para que puedan tener tiempo para reaccionar ante cualquier problema que puedan tener con Internet o con la plataforma.

Después de la fecha límite **no** se recibirá ningún trabajo.

EVALUACIÓN

- El trabajo se corregirá con base en la rúbrica de evaluación que acompaña la actividad. Los requisitos mínimos para esta entrega son los que se definen en el enunciado; sin embargo, si el grupo ha adelantado trabajo y presenta algún adelanto de los que se requieren en entregas posteriores este trabajo también se corregirá.
- **No** se podrá presentar ni se calificará ningún trabajo que no se haya entregado a tiempo, por lo tanto, se recomienda que no se cuelgue en la plataforma la presentación con tiempo para poder hacer frente a posibles problemas con Internet, el ordenador, la plataforma, etc...
- **No** se recibirán trabajos que se envíen por correo electrónico.

ADVERTENCIA

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua: "Plagiar: copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias."

SIEMPRE que se corte y pegue algo de Internet o de otra fuente, esto debe ir entre comillas y debidamente citado.

Todos los trabajos pasarán una prueba antiplagio. Si se descubre plagio en algún trabajo la nota de dicho trabajo será CERO.



Cada grupo deberá enviar a través de la plataforma un único archivo en pdf con su trabajo. No dejen el envío para última hora para que puedan tener tiempo para reaccionar ante cualquier problema que puedan tener con Internet o con la plataforma.

Después de esa hora **no** se recibirá ningún trabajo.

EVALUACIÓN

- El trabajo se corregirá con base en la rúbrica de evaluación que acompaña la actividad.
- **No** se podrá presentar ni se calificará ningún trabajo que no se haya entregado a tiempo, por lo tanto, se recomienda que no se cuelgue en la plataforma la presentación con tiempo para poder hacer frente a posibles problemas con Internet, el ordenador, la plataforma, etc...
- **No** se recibirán trabajos que se envíen por correo electrónico.

ADVERTENCIA

De acuerdo con el diccionario de la Real Academia de la Lengua: "Plagiar: copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias."

SIEMPRE que se corte y pegue algo de Internet o de otra fuente, esto debe ir entre comillas y debidamente citado.

Todos los trabajos pasarán una prueba antiplagio. Si se descubre plagio en algún trabajo la nota de dicho trabajo será CERO.

Cada uno de los grupos de trabajo debe preparar una presentación en **Power Point** que como máximo podrá tener 15 transparencias.

Cualquiera de los miembros del grupo puede ser elegido para hacer la presentación. La presentación no podrá tener una duración superior a 8 minutos.

EVALUACIÓN

- El trabajo se corregirá con base en la rúbrica de evaluación que acompaña la actividad.
- **No** se podrá presentar ni se calificará ningún trabajo que no se haya entregado a tiempo, por lo tanto, se recomienda que no se cuelgue en la plataforma la presentación con tiempo para poder hacer frente a posibles problemas con Internet, el ordenador, la plataforma, etc...
- **No** se recibirán trabajos que se envíen por correo electrónico.