



Any acadèmic	2015-16
Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Grup	Grup 70, 2S, GADE
Guia docent	I
Idioma	Català

Identificació de l'assignatura

Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Crèdits	3,6 de presencials (90 hores) 2,4 de no presencials (60 hores) 6 de totals (150 hores).
Grup	Grup 70, 2S, GADE (Campus Extens)
Període d'impartició	Segon semestre
Idioma d'impartició	Català

Professors

Professor/a	Horari d'atenció als alumnes					
	Hora d'inici	Hora de fi	Dia	Data d'inici	Data de fi	Despatx
Gabriel Àngel Vich Martorell biel.vich@uib.es	17:00	18:00	Dilluns	01/09/2015	31/07/2016	DB011 - Amb cita prèvia

Contextualització

L'assignatura d'Investigació Comercial i Comportament del Consumidor s'emmarca en el grup d'assignatures de Comercialització i Investigació de Mercats dels estudis de Grau en Administració d'Empreses.

Els objectius de l'assignatura són dobles:

- * Per una banda, es pretén introduir l'alumne en la comprensió i realització pràctica de la Investigació de Mercats, les seves diferents modalitats i les diferents eines de què fa ús per tal d'aconseguir una millor comprensió de la realitat comercial a la que han de fer front les empreses. Aquí s'inclou la realització d'una investigació comercial en un equip de treball amb membres no escollits per l'alumne.
- * Per altra banda, suposa una introducció al coneixement del comportament del consumidor, la seva complexitat i múltiples dimensions, les variables que l'afecten, i de quina forma poden treballar les empreses per tal d'adquirir-ne un major coneixement.

Així doncs, aquesta assignatura està conformada per dues parts clarament diferenciades i estanques, si bé comparteixen el fet de ser processos clau en l'activitat empresarial de comercialització de productes.

Requisits

Essencials

El professor donarà per sabuts els conceptes estudiats a les següents assignatures:

- * Direcció Comercial I
- * Anàlisi de Dades Econòmiques

Recomanables

Es considera recomanable per a una bona comprensió de l'assignatura:



- * Haver superat l'assignatura d'Econometria
- * Cursar l'assignatura de Direcció Comercial II

Competències

Específiques

- * 2.1.1. Ser capaç d'aplicar diversos instruments tècnics de màrqueting i recerca comercial a l'anàlisi de l'empresa en el seu entorn..
- * 2.1.7 . A partir de dades d'interès econòmicopresarial, ser capaç d'aplicar les eines estadístiques i econòmiques adequades per a l'anàlisi de l'empresa i el seu entorn..
- * 2.4. Defensar les solucions proposades d'una manera articulada a partir dels coneixements teòrics i tècnics adquirits..

Genèriques

- * 1. Capacitat per treballar en equip..
- * 4. Capacitat per emprar habitualment una gamma variada d'instruments de tecnologia de la informació i les comunicacions..
- * 5. Tenir la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes rellevants d'indole social, científica o ètica..

Bàsiques

- * Podeu consultar les competències bàsiques que l'estudiant ha d'haver assolit en acabar el grau a l'adreça següent: http://estudis.uib.cat/ca/grau/comp_basiques/

Continguts

El temari de l'assignatura està format per dos blocs clarament diferenciats:

- * Un primer bloc dedicat a la Investigació de Mercats
- * Un segon bloc relatiu a l'estudi del comportament del consumidor.

És probable que s'hagin de simultanejar els estudis dels dos blocs. Aquest aspecte quedarà detallat en el cronograma de l'assignatura.

Continguts temàtics

Bloc 1. INVESTIGACIÓ DE MERCATS

- Tema 1. Introducció a la investigació comercial
- Tema 2. El procés de la investigació comercial
- Tema 3. La investigació quantitativa
- Tema 4. El qüestionari
- Tema 5. Escales de mesura
- Tema 6. El mostreig
- Tema 7. La investigació qualitativa
- Tema 8. Treball de camp i codificació de dades

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Grup	Grup 70, 2S, GADE
Guia docent	I
Idioma	Català

Tema 9. Tractament de dades

BLOC 2. COMPORTAMENT DEL CONSUMIDOR

Tema 1. Introducció al comportament del consumidor

Tema 2. Models de comportament del consumidor

Tema 3. Demografia, cultura i comportament del consumidor

Tema 4. Estrats socials, grups, família i comportament del consumidor

Tema 5. Processament de la informació, aprenentatge i memòria, personalitat i actituds

Tema 6. Problemes i recerca d'informació

Tema 7. Compra i post-compra

Tema 8. Compra per internet

Tema 9. Documentals

El Tema 9 és transversal. Visionat d'una quantitat de documentals a determinar sobre comportament del consumidor.

Metodologia docent

Com a norma general de les classes, s'estableix que:

- * **L'assistència és obligatòria. Aquesta assistència es comprovarà diversos cops al llarg del curs, de forma aleatòria.** Assistir al 100% de les classes on es faci comprovació d'assistència podrà implicar obtenir 0.5 o 1 punt addicional en la nota final (veure apartat d'Avaluació)
- * Cal romandre en silenci
- * S'ha de ser puntual
- * Es prohibeix menjar o beure dins classe
- * Es prohibeix l'ús de telèfons mòbils, ordinadors, tablets o altres dispositius electrònics durant les classes.
- * Els telèfons mòbils hauran d'estar totalment apagats (no en silenci, no en vibració...). Apagats

Activitats de treball presencial

Modalitat	Nom	Tip. agr.	Descripció	Hores
Classes teòriques		Grup gran (G)	A les classes teòriques s'expliquen els diferents continguts del Temari de l'assignatura. A través de l'eina de CampusExtens es posaran a disposició dels estudiants els materials necessaris per al seu estudi i comprensió, de tal forma que a les classes es redueixi considerablement la necessitat de prendre apunts. Aquest material podrà ser, o bé les diapositives conductores de la sessió, o un document amb explicacions teòriques, o els dos alhora. En aquestes classes teòriques es prohibeix l'ús dins la classe d'ordinadors, tablets, smartphones, o altres enginyers tecnològics. Les classes perdudes per haver-hi hagut dia festiu, es recuperaran augmentant la quantitat de continguts de la classe anterior i/o posterior.	45

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Grup	Grup 70, 2S, GADE
Guia docent	I
Idioma	Català

Modalitat	Nom	Tip. agr.	Descripció	Hores
Classes pràctiques		Grup mitjà (M)	A les classes pràctiques s'aprendrà a: * Dissenyar una investigació de mercats * Executar una investigació * Manejar programari informàtic per al tractament de dades. L'alumne haurà d'aprendre per sí sol (Autoaprenentatge) els elements més bàsics del maneig del Software, seguint el llibre-tutorial que l'acompanya. A classe només s'explicaran les tasques més complexes relacionades amb el maneig d'aquest software. * Elaborar un informe tècnic En aquestes classes es prohibeix l'ús dins la classe d'ordinadors, tablets, smartphones o altres enginyers tecnològics, llevat que el professor ho autoritzi expressament. Aquestes classes es faran a les aules ordinàries. No hi haurà classes a aules d'ordinadors. Les classes perdudes per haver-hi hagut dia festiu, es recuperaran augmentant la quantitat de continguts de la classe anterior i/o posterior.	45

A començament del semestre hi haurà a disposició dels estudiants el cronograma de l'assignatura a través de la plataforma UIBdigital. Aquest cronograma inclourà almenys les dates en què es faran les proves d'avaluació contínua i les dates de lliurament dels treballs. A més, el professor o la professora informará els estudiants si el pla de treball de l'assignatura es durà a terme a través del cronograma o per una altra via, inclosa la plataforma Campus Extens.

Activitats de treball no presencial

Modalitat	Nom	Descripció	Hores
Estudi i treball autònom individual	Autoaprenentatge del Software	Resulta imprescindible a l'assignatura que al llarg del curs l'alumne aprengui a manejar el software de processament d'enquestes DyaneV4. Aquest software es pot adquirir a llibreries especialitzades i ve acompanyat d'un llibre manual. L'alumne haurà d'aprendre per sí sol el maneig bàsic d'aquest programa. Això és molt fàcil de fer seguint el llibre-manual que acompanya el software. És a dir, haurà de fer un autoaprenentatge dels processos més bàsics del seu maneig. A classe només s'explicaran les tasques més complexes del programa. NO es faran sessions pràctiques a aules d'ordinadors. Aquest software - llibre té un preu de mercat de 125€ aproximadament. Es recomana els alumnes tinguin present aquesta circumstància i actuïn amb previsió. El software només funciona amb sistema operatiu Windows. Els usuaris d'altres plataformes, com ara Linux o iOS-Apple, hauran de fer servir els emuladors o adaptadors pertinents. És important aquest autoaprenentatge del software, ja que pot haver-hi a l'examen preguntes sobre el seu maneig.	20

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Grup	Grup 70, 2S, GADE
Guia docent	I
Idioma	Català

Modalitat	Nom	Descripció	Hores
Estudi i treball autònom individual		L'estudiant haurà d'estudiar pel seu compte els materials teòrics aportats pel professor a través de l'eina de CampusExtens o a través de qualsevol altre mitjà. Aquests podran ser tant relatius al Temari de l'assignatura, com lectures diverses o altres fonts d'informació. A més, serà IMPRESINDIBLE que l'estudiant completi els continguts teòrics explicats a classe relacionats amb la segona part del temari, el Comportament del Consumidor. El professor donarà, a cada classe, indicacions sobre com completar els continguts explicats a classe.	20
Estudi i treball autònom individual o en grup	Investigació de Mercats	Aquesta activitat es farà de forma individual o en grup segons la quantitat d'alumnes matriculats a l'assignatura. En cas de ser en grup, serà el professor qui formi els grups de treball . Consistirà en l'elaboració d'una investigació de mercats real. El professor proveirà a classe i a través de l'eina de CampusExtens de l'enunciat i informació addicional. Podrà requerir d'un o dos lliuraments de parts de la feina d'investigació en moments diferents del curs, que s'especificaran a principi del semestre i en el cronograma.	20

Riscs específics i mesures de protecció

Les activitats d'aprenentatge d'aquesta assignatura no comporten riscos específics per a la seguretat i salut dels alumnes i, per tant, no cal adoptar mesures de protecció especials.

Avaluació de l'aprenentatge dels estudiants

El còmput de qualificacions es farà en base 10.

L'avaluació de l'estudiant s'estructura de la següent manera:

- * Examen final, per valor del 50% de la nota (Recuperable en període extraordinari)
- * L'exercici d'investigació de mercats, per valor del 50% de la nota (No recuperable)
- * Nota final de l'estudiant: Mitjana de les 2 proves anteriors, sempre i quan la nota de l'examen final sigui igual o superior a 5 i la nota del treball sigui igual o superior a 5.
- * 1 punt addicional extra, repartit entre les següents activitats o només amb una d'elles. El mecanisme i/o activitats a realitzar es concretaran a l'inici del semestre. Aquest punt addicional només es podrà sumar en el cas de que l'alumne hagi aprovat l'assignatura. En cap cas servirà per aprovar l'assignatura
 - * Assistència a classe: per a aquells estudiants que hagin assistit al 100% de les classes en les que s'efectuï una comprovació d'assistència.. **No** es donaran 'fragments' d'aquest punt addicional a qui no assisteixi al 100% de les classes comprovades.
 - * Altre exercici o activitat a concretar.

De les proves d'avaluació només l'examen és recuperable en el període extraordinari (juliol). La nota de la part no recuperable en el període ordinari es guarda per al període extraordinari (juliol) per fer mitjana i determinar la nota final.

No efectuar una de les proves d'avaluació implicarà tenir un zero de nota d'aquella activitat.

El professor proporcionarà, juntament amb l'enunciat del treball d'investigació de mercats, els requisits formals de presentació del treball. Incomplir aquests requisits suposarà suspendre la prova amb **ZERO** punts.

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Grup	Grup 70, 2S, GADE
Guia docent	I
Idioma	Català

SE SUSPENDRÀ PER FALTES D'ORTOGRAFIA I/O ERRORS GRAMATICALS I/O SINTÀCTICS.

La presència de 3 o més faltes d'ortografia i/o gramàtica i/o sintaxis a l'examen final o al treball d'investigació suposarà **suspendre** la prova amb **zero punts**. En el cas que la prova suspesa per faltes d'ortografia i/o gramàtica i/o sintaxi sigui el treball, l'estudiant o grup d'estudiants serà avisat pel professor via correu Moodle o particular, i disposaran de 72h per fer un lliurament amb els errors corregits. Aquestes 72h comptaran a partir de l'enviament del missatge del professor, i el treball lliurat haurà de ser idèntic al del primer lliurament però amb els errors corregits. Si no es fa aquest segon lliurament, o igualment conté 3 o més errors, la qualificació serà de Zero.

En la confecció del treball, és obligatori fer servir les normes APA de referenciació. No emprar-les suposarà suspendre el treball.

Igualment, el professor podrà (si bé no necessàriament ni obligatòriament) concedir un termini de 72h per subsanar altres defectes formals del treball presentat.

Les dates de lliurament del treball d'investigació tenen la consideració de data d'avaluació. Incomplir la **DATA I HORA** de límit de lliurament implicarà considerar el treball com a no lliurat, i per tant qualificat amb **ZERO** punts.

En el cas el treball d'investigació sigui en grup, el professor establirà (i explicarà a classe) un mecanisme de "denúncia" de membres del grup que no treballin de forma suficient o que generin conflictes en el si del grup. En cas d'existir denúncia fonamentada contra un o més membres del grup de treball per part de TOTA LA RESTA de membres del grup, aleshores el professor podrà decidir posar notes diferents als membres d'un mateix grup per un mateix treball.

Igualment, en cas que el treball d'investigació sigui en grup, el professor podrà articular un mecanisme d'avaluació per part dels propis alumnes de la tasca feta pels altres companys del propi grup de treball. Aquesta avaluació interna 'intragrup' podrà ser tinguda en compte pel professor per penalitzar aquells estudiants que no s'hagin implicat de forma adient en la tasca grupal.

S'informa també que en els exàmens estarà prohibit tenir cap tipus de material. Igualment estaran prohibits els telèfons mòbils o altres dispositius electrònics, que no es podran tenir sobre la taula i que hauran d'estar totalment desconnectats mentre duri l'examen. Incomplir aquest requeriment suposarà tenir zero punts de l'examen.

L'enunciat de l'examen serà en Català.

Podran sol·licitar còpia de l'enunciat traduïda al castellà aquelles persones que puguin acreditar que duen menys de dos anys de residència a un dels territoris de parla catalana.

Aquelles persones que portin més de dos anys de residència a un territori de parla catalana, però acreditin que no han estudiat a cap d'aquests territoris ni l'ensenyament secundari, ni el batxillerat, ni mòduls d'FP (cap dels tres) podran sol·licitar al professor tenir durant l'examen un diccionari de traducció en paper (no pas de significats) que serà degudament inspeccionat. Cal el permís previ del professor, i l'acreditació d'aquestes condicions per poder fer ús d'aquest diccionari durant l'examen.

Estudi i treball autònom individual

Modalitat	Estudi i treball autònom individual
Tècnica	Proves objectives (recuperable)
Descripció	L'estudiant haurà d'estudiar pel seu compte els materials teòrics aportats pel professor a través de l'eina de CampusExtens o a través de qualsevol altre mitjà. Aquests podran ser tant relatius al Temari de l'assignatura, com lectures diverses o altres fonts d'informació. A més, serà IMPRESCINDIBLE que l'estudiant completi els continguts teòrics explicats a classe relacionats amb la segona part del temari, el Comportament del

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Grup	Grup 70, 2S, GADE
Guia docent	I
Idioma	Català

	Consumidor. El professor donarà, a cada classe, indicacions sobre com completar els continguts explicats a classe.
Criteris d'avaluació	Examen escrit a final de semestre. El professor proporcionarà a classe més detalls sobre la tipologia de la prova. Les qualificacions de la prova seran de 0 a 10.
Percentatge de la qualificació final:	50% amb qualificació mínima 5

Investigació de Mercats

Modalitat	Estudi i treball autònom individual o en grup
Tècnica	Treballs i projectes (recuperable)
Descripció	Aquesta activitat es farà de forma individual o en grup segons la quantitat d'alumnes matriculats a l'assignatura. En cas de ser en grup, serà el professor qui formi els grups de treball. Consistirà en l'elaboració d'una investigació de mercats real. El professor proveirà a classe i a través de l'eina de CampusExtens de l'enunciat i informació addicional. Podrà requerir d'un o dos lliuraments de parts de la feina d'investigació en moments diferents del curs, que s'especificaran a principi del semestre i en el cronograma.
Criteris d'avaluació	La qualificació de la prova tindrà un màxim de 10 punts, en intervals de mig punt. Podrà o no tenir requeriments de lliuraments parcials al llarg del semestre, cada una de les quals tindrà la seva puntuació específica. Aquesta qüestió serà indicada i explicada a l'enunciat de l'exercici.
Percentatge de la qualificació final:	50% amb qualificació mínima 5

Recursos, bibliografia i documentació complementària

Es considera pràcticament **IMPREScindible** per a estudiar l'assignatura que l'estudiant adquireixi els dos llibres inclosos a la Bibliografia Bàsica.

El primer llibre és imprescindible per completar els temes teòrics del Bloc 2 del temari de l'assignatura.

El segon llibre és imprescindible per fer el treball d'Investigació de Mercats, ja que conté el **programari** necessari per dur a terme l'anàlisi de dades d'aquest treball. És altament recomanable que es disposi d'ell des del primer dia de classe. El cost d'aquest segon llibre-software és aproximadament de 125€. Es recomana als alumnes tinguin present aquesta circumstància i actuïn amb previsió. ;

;

Bibliografia bàsica

Alonso, J., Grande, I. (2010). Comportamiento del Consumidor. ESIC. ISBN: 978-84-7356-717-6 (Edició 7^a o posterior)
Santesmases, M. (2009). Dyane. Versión 4. Pirámide. ISBN: 978-84-3682-296-0

Bibliografia complementària

Miquel, S., Bigné, E., Lévy, J.P., Cuencia, A.C., Miquel, M.J. (1997). Investigación de Mercados. McGraw-Hill. ISBN: 84-481-0738-1
Diez de Castro, E., Landa, J. (2002). Marketing e Investigación comercial. Pirámide. ISBN:84-368-1713-3
Hair, J., Bush, R., Ortinau, D. (2010). Investigación de Mercados. McGraw-Hill. ISBN: 978-607-15-0290-2

Altres recursos





Universitat
de les Illes Balears

Guia docent

Any acadèmic	2015-16
Assignatura	21221 - Investigació Comercial i Comportament del Consumidor
Grup	Grup 70, 2S, GADE
Guia docent	I
Idioma	Català

Al llarg del curs el professor proporcionarà altres recursos on poder completar el temari.

