

Orde do 8 de Maio de 2015

Modelo de programación de proba libre de módulos profesionais

1. Identificación da programación

Centro educativo

Código	Centro	Concello	Ano Académico
15005257	IES Ramón Menéndez Pidal	A Coruña	Setembro 2015

Ciclo formativo

Código da familia profesional	Familia profesional	Código do ciclo formativo	Ciclo formativo	Grao	Réxime
06	Comercio e Márketing	CS06002	Xestión Comercial e Márketing	Superior	Proba libre

Módulo profesional

Código MP	Nome	Horas
CS0097	Investigación comercial	80

Profesorado responsable

Amalia Casabella López

2. CONTIDOS

Teoría económica. Introducción á macroeconomía

- Actividade económica.
- Agregados económicos.
- O macrocontorno.

Os mercados e o comportamento do consumidor

- Oferta e demanda.
- Segmentación de mercados.
- Determinantes do comportamento do consumidor.

Fontes de información

- Fontes de información primarias.
- Fontes de información secundarias.
- Fontes de información externas e internas.

Investigación comercial

- Obxectivos da investigación comercial
- Tipos de investigación comercial.
- Planificación da investigación comercial
- Test de investigación comercial.
- Proceso da investigación comercial.

Técnicas de investigación

- Investigación cualitativa.
 - Entrevistas.
 - Técnicas proxectivas.
 - Técnicas de creatividade.
 - Observación comercial.
- Investigación cuantitativa.
 - Enquisa ad-hoc.
 - Enquisas periódicas.
 - Outras técnicas cuantitativas.

Organización do traballo de campo

- Planificación do traballo de campo.
- Técnicas de selección de enquisadores.
- Técnicas de formación de enquisadores.
- Métodos de control dos enquisadores.
- Codificación e preparación dos datos

Análise e tratamento estatístico da información

- Análise estatística univariable.
- Análise estatística bivivariable.
- Análise estatística multivariable.
- Análise de dependencia.
- Análise de interdependencia.

Sistema de Investigación de Mercados (SIM)

- Obxectivos.
- Estructura.
- Datos.
- Fluxos de información. Informes
- Tipos de informe.
- Organización do informe.
- Redacción do informe.

3. CRITERIOS DE AVALIACIÓN

1. Identificar as diferentes variables da actividade económica: Microentorno e Macroentorno
2. Identificar o procedemento da segmentación do mercado
3. Identificar o procedemento do comportamento do consumidor
4. Organizar o proceso da investigación comercial, definindo os obxectivos da investigación, as necesidades de información e o plan de traballo.
5. Identificar as diferentes fontes de información: primarias e secundarias. Internas e externas. Cualitativas e cuantitativas.
6. Identificar e deseñar a organización do traballo de campo realizado para aportar información ao SIM
7. Identificar as variables estatísticas que se utilizan para analizar os resultados da recollida de información primaria.
8. Identificar e realizar un informe final dunha investigación comercial.

4. CARACTERÍSTICAS DA PROBA E INSTRUMENTOS NECESARIOS PARA O SEU DESENVOLVEMENTO

- * Parte teórico-práctica consistente nunha proba de 10 preguntas na que tódalas cuestións terán o mesmo valor. A proba puntuará sobre un total de 10 puntos, e para superala será necesario acadar unha puntuación mínima de 5.
- * O material necesario: bolígrafo e calculadora. **Absolutamente prohibido o uso do móbil**
- * Duración da proba: tempo máximo 2 horas