

INOVAÇÃO E EMPREENDEDORISMO PARA O SÉC. XXI



XVI JORNADAS LUSO-ESPAÑOLAS GESTÃO CIENTÍFICA

**Metodologias e
Experiências Docentes**

Editores

Cristina Marreiros
Luís Alberto Coelho
Marta Cruz Silvério
Rui Filipe Quaresma



Título XVI Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica “Inovação e Empreendedorismo para o Séc. XXI” - Metodologias e Experiências Docentes

Editores Cristina Marreiros, Luís Alberto Coelho, Marta Cruz Silvério, Rui Filipe Quaresma

Edição Fundação Luis de Molina

Tiragem 34 exemplares

Concepção Gráfica Cristina Brázio - Fundação Luis de Molina

Ano 2006

ISBN 972-99959-2-3

LA UTILIZACIÓN DE UN SISTEMA DE ENTREVISTAS MÓVILES ASISTIDAS POR ORDENADORES DE MANO (HAPI) COMO PROPUESTA METODOLÓGICA EN LA ENSEÑANZA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Francisco J. Montoro Ríos (fmontoro@ugr.es)

Francisco Muñoz Leiva (franml@ugr.es)

J. Alberto Castañeda García (jalberto@ugr.es)

Jose Angel Ibáñez Zapata (joibanez@ugr.es)

Universidad de Granada

Fac. de CC Económicas y Empresariales

Dpto. de Comercialización e Investigación de Mercados

Campus Universitario La Cartuja s/n 18071

RESUMEN

La investigación de mercados, desde el ámbito de la enseñanza universitaria, se encuentra obligada al empleo las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Para ello, resulta necesario adquirir habilidades y conocimientos técnicos en las más novedosas metodologías de encuesta. A lo largo del trabajo se describe una experiencia docente innovadora, basada en la utilización de entrevistas asistidas por ordenador de mano (*Handheld Assisted Personal Interviewing*, HAPI) como método de recolección de datos. De esta forma se permite a los alumnos de las diferentes asignaturas de investigación de mercados impartidas por el Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Granada tener acceso a una tecnología puntera en la recogida de información primaria. La acción ha sido plenamente satisfactoria, al haber alcanzado los objetivos inicialmente planteados. Por último, la investigación desarrollada tuvo como temática las necesidades formativas de los estudiantes de la Universidad de Granada y en el texto se presentan algunos de los resultados más relevantes.

ABSTRACT

From an academic point of view, the market research needs the use of the new Information and Communication Technologies. Therefore the student needs to obtain both, skills and technical knowledge, in the newest survey methodologies. This paper describes a innovative teaching experience, based in the utilization of Handheld Assisted Personal Interviewing (HAPI) like data collecting method. In this way, the students of the different courses of market research imparted for Marketing and Market Research Department of the Granada University can access to a toecap technology in the collection of primary information. This action has been satisfactory, because all initially proposed objectives have been reached. Finally, the topic of the research developed was the training needs of the students of the University of Granada, so we present some of the outcomes.

PALABRAS CLAVE: Investigación de Mercados, experiencias docentes, entrevistas móviles asistidas por ordenador de mano (HAPI), necesidades de alumnos.

1. *Introducción: resumen de la acción y asignaturas afectadas*

La investigación de mercados, desde un ámbito de la enseñanza universitaria o comercial, se encuentra obligada al empleo de metodologías basadas en las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. Para ello, resulta necesario adquirir previamente habilidades y conocimientos técnicos a través de clases magistrales para la aplicación exitosa posterior de todo el proceso de investigación de mercados.

Por otro lado, la situación actual, así como el futuro cercano de las titulaciones impartidas en la facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, aconsejan la implantación de metodologías docentes que aumenten su valor añadido, y que permitan un acercamiento al nuevo escenario trazado por el Espacio Europeo de Educación

- Fink, J. C. (1983): "CATT's first decade: The Chilton experience", *Sociological Methods & Research*, vol. 12, nº 2, pp. 153-168.
- Forster, E. y McCleery, A. (1999): "Computer Assisted Personal Interviewing: A method of capturing sensitive information", *IASSIST Quarterly*, verano, pp. 27-38.
- Frias, D. M.; Montoro, F. J. y Rodríguez, M. A. (1998): "Análisis de las motivaciones, formación y futuro profesional de los estudiantes de la Universidad de Granada", *XII Congreso Nacional y VIII Congreso Hispano Francés de la Asociación Europea de Administración y dirección de Empresas*, Benalmádena (Málaga), Junio de 1998.
- Fundación Empresa-Universidad de Granada, FEUGR (2004): *Estudio sobre las necesidades formativas de los alumnos de segundo ciclo*, informe técnico, ed. Dpto. Comercialización e Investigación de Mercados.
- García, J.; Calvo, A. y Liebermann, K. (2004): "Aplicación de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje: La administración basada en la evidencia", *XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica*, Ponta Delgada, Azores (Portugal), 4-6 de febrero.
- Glasser, W. (1990): *The quality school: Managing students without coercion*, Nueva York: Harper & Row.
- Gravlee, Clarence (2002): "Mobile Computer-Assisted Personal Interviewing: The Entryware System 3.0", *Field Methods*, vol. 14, nº 3, pp. 322-336.
- Luque, T. (1997): *Investigación de Marketing*, Barcelona: Ariel.
- Luque Martínez, Teodoro (coord.) (2000): *Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados*, Madrid: Pirámide
- Malhotra, N. K. (1997): *Investigación de mercados: un enfoque práctico*, México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Manners, T. y Bethlehem, J. (1999): "A Tool for Analysing and Documenting Electronic Questionnaires", *Impact of CAI on Large and Complex Surveys*, Imperial College, 8 de enero. Disponible on-line en: <http://www.assurcom.demon.co.uk>.
- Montoro, F. J. y Castañeda, J. A. (2004): "Aplicación práctica de un sistema de entrevista asistida por ordenador (CAPI) en la enseñanza de investigación de marketing", *XIV Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica*, Ponta Delgada, Azores (Portugal), 4-6 de febrero.
- Pascual Soler, Marcos (2004): *Hábitos de compra y calidad de servicio. Una aplicación en establecimientos de alimentación mediante diseño de encuestas*. Tesis doctoral. Servicio de publicaciones de la Universidad de Valencia.
- Rodríguez, S. (1996) (coord.): *Teoría y práctica de la orientación educativa*, Barcelona: PPU.