



GUÍA DOCENTE CURSO: 2019-20

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA			
Asignatura:	Metodología y Teorías de Investigación		
Código de asignatura:	70847219	Plan:	Máster en Dirección y Economía de la Empresa
Año académico:	2019-20	Ciclo formativo:	Máster Universitario Oficial
Curso de la Titulación:	1	Tipo:	Optativa
Duración:	Primer Cuatrimestre		
DISTRIBUCIÓN HORARIA DE LA ASIGNATURA SEGÚN NORMATIVA			
	Créditos:	9	
	Horas totales de la asignatura:	225	
UTILIZACIÓN DE LA PLATAFORMA VIRTUAL:		Apoyo a la docencia	

DATOS DEL PROFESORADO			
Nombre	Cruz Rambaud, Salvador		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	28		
Teléfono	+34 950 015184	E-mail (institucional)	scruz@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505550525048525775		
Nombre	Céspedes Lorente, José Joaquín		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	05		
Teléfono	+34 950 015523	E-mail (institucional)	jcespede@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=505553505257514887		
Nombre	Galdeano Gómez, Emilio		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 1		
Despacho	03		
Teléfono	+34 950 015171	E-mail (institucional)	galdeano@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=485657485453554871		
Nombre	Gázquez Abad, Juan Carlos		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 1		
Despacho	26		
Teléfono	+34 950 015489	E-mail (institucional)	jcgazque@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=515256535350534981		
Nombre	Piedra Muñoz, Laura		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta 2		
Despacho	26		
Teléfono	+34 950 015503	E-mail (institucional)	lapiedra@ual.es
Recursos Web personales	http://cms.ual.es/UAL/personas/persona.htm?id=525353565651555788		
Nombre	Sánchez Pérez, Manuel		
Departamento	Dpto. de Economía y Empresa		
Edificio	Edificio Departamental de Ciencias Económicas y Empresariales (Edif. B). Planta BAJA		
Despacho	10		
Teléfono	+34 950 214185	E-mail (institucional)	msanchez@ual.es

ELEMENTOS DE INTERÉS PARA EL APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

Justificación de los contenidos

Las disciplinas vinculadas con la Dirección de Empresas han venido experimentando una evolución conceptual debido a la aparición de nuevos enfoques para explicar los problemas económicos, fenómeno que se ha visto enriquecido por las influencias que, desde otras disciplinas, ha recibido el Management. Por ello, la realización de actividades de investigación en el ámbito de la empresa requiere de la familiarización con los métodos propios para llevar a cabo un trabajo de investigación.

La materia que aquí se imparte se estructura en una serie de temas que abordan los aspectos esenciales para la realización de un trabajo de investigación académico en Dirección de Empresas. Así, se abordan los conceptos esenciales de investigación, la terminología, las orientaciones de investigación, los paradigmas, los tipos de trabajo, la medición de conceptos de Dirección de Empresas o las publicaciones y los requisitos para elaborar un trabajo de investigación publicable.

El objetivo de esta materia es la formación de los estudiantes en las principales teorías y aspectos metodológicos que les permita abordar un problema con orientación académica del ámbito de la empresa, diseñar un problema de investigación en Dirección de Empresas, Marketing, Consumo, Finanzas y Contabilidad y familiarizarse con las diversas alternativas metodológicas de la investigación empresarial y del consumidor.

Materia con la que se relaciona en el Plan de Estudios

· Análisis de datos · Dirección estratégica · Dirección de marketing · Contabilidad directiva · Finanzas para la dirección

Conocimientos necesarios para abordar la Asignatura

· Lectura fluida en inglés · Conocimientos generales de Dirección Estratégica, Finanzas y Contabilidad, y Marketing

Requisitos previos recogidos en la memoria de la Titulación

Ninguno

COMPETENCIAS

Competencias Básicas y Generales

Competencias Básicas

- Aplicación de conocimientos

Competencias Transversales de la Universidad de Almería

- Capacidad para resolver problemas
- Capacidad de crítica y autocrítica

Competencias Específicas desarrolladas

C1 - Conocer los elementos diferenciales de los enfoques teóricos y las metodologías de investigación correspondientes a las distintas áreas de la Economía de la empresa. Ser capaz de elegir el enfoque metodológico y teórico que más se adecue al trabajo de investigación a desarrollar.

OBJETIVOS/RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

· Que los estudiantes sean capaces de aprender a plantear un problema de investigación en gestión empresarial. · Que los estudiantes conozcan los diversos enfoques de investigación en Dirección de Empresas. · Que los estudiantes sepan los principales enfoques y aspectos metodológicos de una investigación en Economía de la Empresa. · Que los estudiantes sepan aplicar metodologías de investigación alternativas. · Que los estudiantes sean capaces de analizar y criticar un trabajo de investigación. Que los estudiantes sepan reconocer los principales canales de difusión de las investigaciones académicas. · Que los estudiantes sepan cómo iniciar una línea de investigación para desarrollar una tesis doctoral

PLANIFICACIÓN
Temario
<p>Bloque I: Fundamentos científicos y teóricos de la investigación en economía y empresa</p> <p>Tema 1. Fundamentos científicos de la investigación en Economía y Empresa</p> <p>Tema 2: Teorías y perspectivas de estudio de la Economía de la Empresa</p> <p>Tema 3. Evolución del pensamiento estratégico y teorías de la investigación</p> <p>Tema 4: Teorías para el estudio de las finanzas y la contabilidad</p> <p>Tema 5: Teorías de investigación en marketing</p> <p>Bloque II: Metodología de investigación en economía y empresa</p> <p>Tema 6: Realización de un trabajo de investigación</p> <p>Tema 7: Metodología de investigación</p> <p>Tema 8: El método del caso</p>
Metodología y Actividades Formativas
<p>Bloque I: Fundamentos científicos y teóricos de la investigación en economía y empresa. Tema 1. Fundamentos científicos de la investigación en Economía y Empresa Clases magistrales/participativas: 6,0 h. Resolución de problemas: 2,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 1,0 h. Tema 2: Teorías y perspectivas de estudio de la Economía de la Empresa Clases magistrales/participativas: 6,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h. Tema 3. Evolución del pensamiento estratégico y teorías de la investigación Clases magistrales/participativas: 6,0 h. Resolución de problemas: 1,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 1,0 h. Tema 4: Teorías para el estudio de las finanzas y la contabilidad Clases magistrales/participativas: 4,0 h. Sesión de evaluación: 1,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 0,5 h. Tema 5: Teorías de investigación en marketing Clases magistrales/participativas: 4,0 h. Sesión de evaluación: 1,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 0,5 h. Bloque II: Metodología de investigación en economía y empresa Tema 6: Realización de un trabajo de investigación Clases magistrales/participativas: 4,0 h. Realización de ejercicios: 2,0 h. Resolución de problemas: 2,0 h. Seminarios y actividades académicamente dirigidas: 1,0 h. Tema 7: Metodología de investigación Clases magistrales/participativas: 3,0 h. Sesión de evaluación: 1,0 h. Realización de ejercicios: 2,0 h. Resolución de problemas: 3,0 h. Tema 8: El método del caso Clases magistrales/participativas: 3,0 h. Realización de ejercicios: 1,5 h.</p>
Actividades de Innovación Docente
<p>Grupo de innovación docente: "Material docente sobre uso del cine como metodología docente en la enseñanza del marketing".</p> <p>Actualmente, dentro de la modalidad "Grupos de Innovación y Buenas Prácticas Docentes", tenemos concedido el proyecto denominado "Diseño e implementación de una wiki en la asignatura "Introducción a las Finanzas". Análisis de los resultados".</p>
Diversidad Funcional
<p>Aquellos estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales pueden dirigirse a la Delegación del Rector para la Diversidad Funcional (http://www.ual.es/discapacidad) para recibir la orientación o asesoramiento oportunos y facilitar un mejor aprovechamiento de su proceso formativo. De igual forma podrán solicitar la puesta en marcha de las adaptaciones de contenidos, metodología y evaluación necesarias que garanticen la igualdad de oportunidades en su desarrollo académico. El tratamiento de la información sobre este alumnado, en cumplimiento con la LOPD, es de estricta confidencialidad. Los docentes responsables de esta guía aplicaran las adaptaciones aprobadas por la Delegación, tras su notificación al Centro y al coordinador de curso</p>

PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN DE LAS COMPETENCIAS

Criterios e Instrumentos de Evaluación

- Prueba escrita (60%)
- Trabajos e informes (30%)
- Asistencia y participación en clase (5%)
- Participación en conferencias y/o seminarios (5%)

Mecanismos de seguimiento

- Asistencia a tutorías
- Asistencia y participación en seminarios
- Alta y acceso al aula virtual
- Entrega de actividades en aula virtual

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía recomendada

Básica

- Francisco José Sarabia Sánchez. Métodos de investigación social y de la empresa. Ediciones Pirámide. 2013.
- McAlister, Leigh; Ruth Bolton, Ruth and Ross Rizley . Essential Readings in Marketing.
- (Pettigrew, Andrew M., Thomas, Howard, y Whittington, Richard. Handbook of Strategy and Management .
- Hackley, Chris. Marketing: A critical introduction.
- (Hunt, Shelby D.. Marketing Theory: Foundations, Controversy, Strategy, Resource-Advantage Theory.
- Ryan, Bob; Scapens, Robert W. y Theobald, Michael. Metodología de la investigación en Finanzas y Contabilidad.
- (Daft, Richard L.. Organization Theory and Design.
- Maclaran, P.; Saren, M.; Stern, B. and Tadajewski, M.. The SAGE Handbook of Marketing Theory.
- Clegg, Stewart R., Cynthia Hardy, Thomas B. Lawrence, y Walter R. Nord. The Sage Handbook of Organization Studies.
- Pawar, Badrinarayan Shankar. Theory Building for Hypothesis Specification in Organizational Studies.

Complementaria

Otra Bibliografía

Bibliografía existente en el Sistema de Información de la Biblioteca de la UAL

Puede ver la bibliografía existente en la actualidad en el Sistema de Gestión de Biblioteca consultando en la siguiente dirección:

https://www.ual.es/bibliografia_recomendada70847219

DIRECCIONES WEB