

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION. UAB.

Curso Académico 1980-1981.

Asignatura: Psicología Aplicada y Métodos de Investigación.

Departamento: Teoría de la Publicidad.

Curso: 3º

Profesores: Juan Miguel Portal Olea.

A) TEMARIO

I: AREA CONCEPTUAL

1.- Concepto de la investigación en Comunicación. 2.- Campos de la investigación en la Comunicación. 3.- Coordinación con otras investigaciones. 4.- Condicionantes y variables de la investigación de la Comunicación. 5.- Limitación y errores de la investigación.

II: AREA INSTRUMENTAL

1.- Prácticas de observación. 2.- Documentación y Banco de Datos. 3.- Técnicas Cuantitativas. 4.- Técnicas Cualitativas. 5.- Evolución y obsolescencia de las técnicas.

III: AREA DE APLICACIONES

1.- Criterios de aplicaciones prácticas. 2.- Prácticas de investigación de antecedentes. 3.- Investigación simultánea a la Comunicación. 4.- Investigación posterior a la Comunicación. 5.- Aplicaciones prácticas de las conclusiones.

B) BIBLIOGRAFIA BASICA

BRUCE JHONSON, M.: El comportamiento del consumidor. Alianza Ed.

CAPLOW: La investigación sociológica. Laia.

CERDÁ: Psicología aplicada. Herder.

E.G.M.: Estudio General de Medios. E.G.M.

LUDWING: Psicología de la Publicidad. Rialp.

PORTAL: Marketing de la Comunicación. Cid.

VARIOS: La investigación de la publicidad. Jornadas Nacionales de MK.

C) ORIENTACION Y EVALUACION DEL CURSO

Por una parte tratamos de mostrar al alumno la importancia que la investigación tiene en el mundo de la comunicación como un eficaz instrumento de ayuda a conseguir unos efectos prefijados. Situados los conceptos básicos de la investigación, se tratará de enumerar y explicar las distintas técnicas de investigación y sus aplicaciones concretas en el mundo de la comunicación, ya sea el periodístico o el comercial. Junto con este plan de formación teórico, se ha de conseguir una numerosa práctica en investigaciones reales que permitan experimentar en vivo las técnicas más importantes.

Alumnos de asistencia normal a clase:

Puntuará: Los Casos Prácticos realizados.

La participación en clase, en debates y discusión de casos.

Forma: Como en cada trimestre se harán cinco Casos fijos, la nota media de los Cinco Casos Prácticos será un factor de la nota.

La participación en clase, dará otra media que servirá para corregir el factor anterior.

Al final de curso se tendrán en cuenta la media obtenida en cada trimestre, como un factor, corregido por la nota sacada en un ejercicio final de curso.

Alumnos de poca o ninguna asistencia clase:

Deberán realizar los quince ejercicios del Curso, cuyos planteamientos serán distintos y la nota de todos será un factor de nota.

El desarrollo de un tema teórico, por trimestre, cuya nota media se obtendrá. Será el segundo factor de puntuación.

La realización de un caso final, será factor constante de la media de los dos factores antes comentados.

Para estos alumnos, los ejercicios pueden realizarse trimestralmente o todos al final. O bien, parte en junio y parte en septiembre.