

Nom de la llicenciatura: Publicitat

Curs: 1995-1996

Denominació oficial de l'assignatura: Aplicació Estadística a la Investigació Publicitària

Codi: 20661

Nombre de crèdits: 6 de teoria i 4 de pràctica

Semestre: Segon

Professor responsable: Marc Ajenjo i Cosp

Objectius: Donar els elements bàsics d'estadística a estudiants de publicitat per a la realització dels treballs propis en la investigació publicitària.

Temari:

Tema 1. L'estadística i la investigació publicitària

Tema 2. El procés d'investigació

Tema 3. L'enquesta

Tema 4. El mostratge estadístic

Tema 5. Anàlisi estadística amb variables qualitatives

Tema 6. Anàlisi estadística amb variables quantitatives i qualitatives

Tema 7. Anàlisi estadística amb variables quantitatives

Tema 8. Introducció a l'anàlisi multivariant

Tema 9. Informàtica per a l'anàlisi estadística de dades

Bibliografia:

BISQUERRA ALZINA, R. Introducción a la estadística aplicada a la investigación educativa. Un enfoque informático con los paquetes BMDP y SPSSX. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1986.

BISQUERRA ALZINA, R. Introducción conceptual al análisis multivariable. Un enfoque informático con los paquetes SPSSX, BMDP, LISREL y SPAD. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias, 1986.

DOMÈNECH MASSONS, Josep M. Métodos estadísticos para la investigación en ciencias humanas. Barcelona: Herder, 1975.

GARCÍA FERRANDO, Manuel. Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología. Madrid: Alianza, 1975.

ALVIRA, J.; GARCÍA FERRANDO, M.; IBÁÑEZ, J. El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza, 1986.

LEÓN SAEZ DE IBARRA, J.L. La investigación en publicidad. Metodologías y Crítica. Leoia, Biscaia: Universitat del País Basc, 1988.

HOLM, K.; HÜBNER, P.; MAYNTZ, R. Introducción a los métodos de la sociología empírica. Madrid: Alianza, 1985.

PEREIRA GARZA, Manuel. La redundancia en la noticia radiofónica estricta. Barcelona, Universitat Autònoma, Facultat de Ciències de la Informació, departament de Comunicació Àudio-visual i Publicitat, Tesi Doctoral, 1989.

RUSSELL, Th; VERRILL, G. Otto Kleppner's Publicidad. Mèxic: Prentice Hall, 1983.

SIERRA BRAVO, R. Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios. Madrid: Paraninfo, 1983.

PERDIGUER, A.; SOLER, P. Prácticas de investigación de mercados. Siete investigaciones completas. Bilbao: Deusto, 1992.

SOLER PUJALS, P. La investigación motivacional en marketing y publicidad. Bilbao: Deusto, 1990.

VISAUTA VINACUA, B. Técnicas de investigación social I: Recogida de datos. Barcelona: Promocions i Publicacions Universitàries, 1989.

WEIERS, R.M. Investigación de mercados. México: Prentice Hall Hispanoamericana, 1986.

#### Pràctiques:

Realització de classes de problemes d'estadística aplicada a la publicitat, així com de pràctiques d'ordinador amb el paquet estadístic SPSS.

#### Mètode d'avaluació:

L'avaluació del curs inclou la realització obligòria d'un treball de recerca en publicitat. Es tracta de plantejar un tema publicitari d'interès sobre el qual cal dissenyar una petita investigació que apliqui els instruments de recollida i anàlisi de dades estadístiques que es desenvoluparan durant el curs. El treball es realitzarà en grups d'aproximadament 5 personnes. Cada grup escollirà el tema de la seva investigació i l'anirà realitzant durant tot el curs segons aquesta mateixa divisió. La presentació del treball serà al final del curs.

L'avaluació de l'assignatura es farà amb el treball i un examen al final del semestre. El treball representarà 1/3 de la nota final i l'examen els 2/3 restants.

Bellaterra, 20 de juny de 1995