

46/12

APLICACIÓ ESTADÍSTICA A LA INVESTIGACIÓ PUBLICITÀRIA (20661)

Professors: Marc Ajenjo i Cosp
F.J. Miguel Quesada
Professors Ajudants: Joel Martí i Olivé
Miquel Verd i Pericàs

PROGRAMA GENERAL DE L'ASSIGNATURA:

1a PART: INTRODUCCIÓ

Tema 1. L'estadística i la investigació publicitària

Tema 2. El procés d'investigació

2a PART: LA RECOLLIDA DE LES DADES

Tema 3. L'enquesta

Tema 4. El mostreig estadístic

3a PART: L'ANÀLISI DE LES DADES

Tema 5. Anàlisi estadística amb variables qualitatives

Tema 6. Anàlisi estadística amb variables quantitatives i qualitatives

Tema 7. Anàlisi estadística amb variables quantitatives

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- BISQUERRA ALZINA R. (1986): **Introducción a la estadística aplicada a la investigación educativa. Un enfoque informático con los paquetes BMDP y SPSSX**, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.
- BISQUERRA ALZINA R. (1986): **Introducción conceptual al análisis multivariable. Un enfoque informático con los paquetes SPSSX, BMDP, LISREL y SPAD** Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.
- DOMÈNECH MASSONS, Josep M. (1975): **Métodos estadísticos para la investigación en ciencias humanas**, Herder, Barcelona.
- GARCÍA FERRANDO, Manuel (1987): **Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología**, Alianza, Madrid.
- GARCÍA FERRANDO M IBÁÑEZ J. ALVIRA J. (Comp) (1986): **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**, Alianza, Madrid.
- LEÓN SAEZ DE IBARRA, J.L. (1988): **La investigación en publicidad. Metodologías y Crítica**, Universidad del País Vasco, Leoia (Vizcaya).
- MAYNTZ, R. HOLM, K., HÜBNER, P. (1985): **Introducción a los métodos de la sociología empírica**. Alianza, Madrid.
- MEYER, Philip (1993): **Periodismo de precisión**. Bosch, Barcelona.
- PEREIRA GARZA, Manuel (1989): **La redundancia en la noticia radiofónica estricta**, Tesi doctoral, Facultat de Ciències de la Informació, Departament de Comunicació Àudio-visual i Publicitat, UAB.
- RUSSELL, Th. VERRILL G. (1988): **Otto Kleppner's Publicidad**, Prentice Hall, México.
- SÁNCHEZ CARRIÓN J.J. (1995): **Manual de análisis de datos**, Alianza Universidad Textos, Madrid.
- SIERRA BRAVO R. (1983): **Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios**, Paraninfo, Madrid.
- SOLER P. PERDIGUER A. (1992): **Prácticas de investigación de mercados. Siete investigaciones completas**, Deusto, Bilbao.
- SOLER PUJALS, P. (1990): **La investigación motivacional en marketing y publicidad**, Deusto, Bilbao.

VISAUTA VINACUA B. (1989) *Técnicas de investigación social I: Recogida de datos*, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.

WEIERS R.M. (1986): *Investigación de mercados*, Prentice-Hall Hispanoamericana, México.

AVALUACIÓ

L'avaluació del curs inclou tres parts:

- La realització d'un treball de recerca en publicitat. Es tracta de plantejar un tema publicitari d'interès sobre el qual dissenyar una petita investigació que apliqui els instruments de recollida i anàlisi de dades estadístiques. Es realitzarà en grups de 5-6 persones i caldrà presentar-lo a finals de curs. El treball contemplarà els següents punts:

- Elaboració del projecte d'investigació on es plantegi la problemàtica que vol ser analitzada, es raonin els objectiu i els mitjans per portar-la a terme, i es dissenyi un qüestionari per ser passat a un grup de gent. (Aquesta primera part cal entregar-la abans del 19 de març).
- Recollida de dades (100-200 enquestes).
- Anàlisi estadística d'aquestes dades i conclusions més rellevants.

L'extensió del treball serà d'entre 10 i 15 fulls, deixant en una altra part els annexos que han d'incloure tot el material emprat en el treball. La puntuació serà un 25% de la nota final de l'assignatura.

- Un examen escrit, on s'hauran de demostrar els coneixements adquirits durant el curs, tant en la part teòrica com en la part de pràctica i problemes. Aquest examen representarà un 50% de la nota final.

- Un examen i/o pràctica on s'hagin de demostrar els coneixements d'informàtica. Això representarà l'altre 25% de la nota final.

Per poder fer la mitjana caldrà que cada una d'aquestes tres notes sigui igual o superior a 4 punts.