

Llicenciatura

Publicitat i Relacions Públiques

Curs 2n

Assignatura Codi 20661

Aplicació Estadística a la Investigació Publicitària

Semestre

Segon

Número de crèdits

10

Professorat

Marc Ajenjo Cosp

FJ Miguel Quesada

Professor ajudant: a determinar

Objectius de l'assignatura

Donar els elements necessaris per a poder extreure resultats i conclusions d'una investigació desenvolupada en el camp de la publicitat. Es tracta de saber distingir, en una investigació, el que és essencial del què és superflu, així com les possibilitats i els límits de l'anàlisi estadística de les dades.

Temari1a part: Introducció

Tema 1. El mètode científic en els mitjans de comunicació de masses

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

Tema 8. Introducció a l'anàlisi multivariable

Bibliografia bàsica

DOMÉNECH MASSONS, Josep Maria (1975) *Métodos estadísticos para la investigación en ciencias humanas*, Herder, Barcelona.

FARRÉ, Mercè i RUIZ, Albert (1999) *Pràctiques d'estadística amb SPSS*, Col·lecció Materials 80. Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.

HARVATOPOULOS, Yannis; LIVAN, Yves-Frédéric i SARNIN, Philippe (1992) *El arte de la encuesta. Cómo realizarla y evaluarla sin ser especialistas*, Ediciones Deusto SA, Bilbao.

LIZASOAIN HERNÁNDEZ, Luís (1999) *SPSS para Windows: versión 8 en castellano*, Paraninfo, Madrid.

LEÓN SAEZ DE IBARRA, J.L. (1988) *La investigación en publicidad. Metodologías y Crítica*, Universidad del País Vasco, Leioa.

LÓPEZ ROLDÁN, Pedro i LOZARES CODINA, Carlos (1999) *Anàlisi bivariable de dades estadístiques*, Col·lecció Materials 79, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.

MIQUEL, Salvador; BIGNÉ, Enrique; LÉVY, Jean-Pierre; CUENCA, Antonio Carlos; MIQUEL, María José (1997) *Investigación de Mercados*, McGraw-Hill, Madrid.

QUIVY, Raymond i CAMPENHOUDT, Luc Van (1998) *Manual de investigación en ciencias sociales*, Editorial Limusa, México.

SÁNCHEZ CARRIÓN Juan Javier (1995) *Manual de análisis de datos*, Alianza Editorial, Madrid.

SOLER PUJALS, Pere (1990) *La investigación motivacional en márketing y publicidad*, Deusto, Madrid.

SOLER Pere i PERDIGUER Agustín (1992) *Prácticas de investigación de mercados. Siete investigaciones completas*, Deusto, Madrid.

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

WIMMER Roger i DOMINICK Joseph (1996), *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Bosch, Barcelona.

Diversos autores: *Segmentación de Mercados y política de Marketing*, Seminario AEDEMO, Barcelona.

Bibliografia complementària

ABAD, Adela i SERVÍN, Luís A (1982) *Introducción al muestreo*, Editorial Limusa, México.

BISQUERRA ALZINA, Rafael (1987) *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, Rafael (1989) *Introducción conceptual al análisis multivariable. Un enfoque informático con los paquetes SPSSX, BMDP, LISREL y SPAD*, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.

CALOT, Gérard (1988) *Curso de Estadística Descriptiva*, Paraninfo, Madrid.

FAIXES, A.; RODÀ, J.; SANS, J. (1988) *COU. Matemáticas II. Estadística y Probabilidad*, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.

FERRAN ARANAZ, Magdalena (1996) *SPSS para Windows. Programación y análisis estadístico*, Mc Graw-Hill, Madrid.

GARCÍA FERRANDO, Manuel (1994) *Socioestadística. Introducción a la estadística en sociología*, Alianza Editorial, Madrid.

GARCÍA FERRANDO, Manuel; IBÁÑEZ, Jesús i ALVIRA Francisco (Comp) (1986) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*, Alianza Editorial, Madrid.

GONICK, Larry i SMITH Woollcott (1999) *La estadística en cómic*, Zendrera Zariquiey, Barcelona.

HOWARD Christensen B. (1989) *Estadística paso a paso*, Trillas, Mèxic.

HUERTAS, Amparo (1992) *Sistemas de medición de audiencia en televisión: evolución y tendencias*, Tesi doctoral, Facultat de Ciències de la Informació, Departament de Comunicació Audio-visual i Publicitat, UAB.

MAYNTZ, Renato, HOLM, Kurt i HÜNER, Peter (1980) *Introducción a los métodos de la sociología empírica*, Alianza Editorial, Madrid.

MEYER, Philip (1993) *Periodismo de precisión*, Bosch, Barcelona.

ORTEGA MARTÍNEZ, Enrique (1993) *Diez temas Máster de Marketing*, Ediciones Pirámide, Madrid.

PEREIRA GARZA, Manuel (1989) *La redundancia en la noticia radiofónica estricta*, Tesi doctoral, Facultat de Ciències de la Informació, Departament de Comunicació Audio-visual i Publicitat, UAB.

PULIDO SAN ROMAN, Antonio (1987) *Estadística y técnicas de investigación social*, Pirámide, México.

RASO NADAL, José María et al (1987) *Estadística básica para ciencias sociales*, Ariel, Barcelona.

RUSSELL, Thomas i VERRILL Glenn (1988) *Otto Kleppner's Publicidad*, Prentice-Hall Hispanoamericana, México.

SIERRA BRAVO Restituto (1995) *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*, Paraninfo, Madrid.

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

Metodologia docent. Teoria

La teoria de l'assignatura és la mínima imprescindible per poder dur a terme la resolució de problemes d'inferència estadística. La classe de teoria combinarà les explicacions de les diferents tècniques d'anàlisi amb el plantejament i la resolució de senzills casos pràctics que facin referència a cadascuna de les tècniques.

Metodologia docent. Pràctiques

Les pràctiques tindran molta importància de manera que de cada dues hores de teoria n'hi ha quatre de pràctiques: dues de resolució de problemes i dues a una aula d'informàtica. Els problemes s'aniran fent en concordança amb la teoria, i enara que els farà el professor a la pissarra, en algun cas es demanarà que els alumnes n'entreguin algun. Les classes d'informàtica constaran d'una primera part on s'especificaran les rutines de funcionament d'un paquet estadístic –SPSS– per al tractament d'enquestes, i d'una segona on els alumnes aniran resolent diferents pràctiques amb el programa.

Sistema d'avaluació

L'avaluació del curs inclou tres parts:

- 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 el 50% de la nota final sempre i quan la nota sigui superior als 4 punts.
- Un *examen pràctic* on s'hagin de demostrar els coneixements adquirits d'SPSS, i l'habilitat per a dur a terme l'anàlisi estadística de dades que provenguin d'una investigació. Representarà el 25% de la nota final sempre i quan la nota sigui superior a 4 punts.

- La realització d'un *treball de recerca* en publicitat. Es tracta de desenvolupar un tema publicitari i dissenyar una petita investigació que apliqui els instruments de recollida i anàlisi de dades estadístiques. El tema a desenvolupar serà el mateix per a tots els grups. Aquests els formaran entre 4 i 5 persones. Representa el 25% de la nota restant.