

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN DE LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMIDOR

20676

Fitxa de l'assignatura

Curs: 3

Identificació

- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Nom de l'assignatura | Mètodes d'Investigació de la Publicitat i el Consumidor |
| 2. Àrea | CAP Titulació Publicitat i Relacions Públiques |
| 3. Tipus | Troncal x Obligatòria ? Optativa ? |
| 4. Crèdits (ECTS) | 4 |

Descripció**Finalitats/propòsits de la formació :**

- a. Coneixement de la teoria i la pràctica dels mètodes i tècniques d' investigació de la publicitat i el consumidor.
- b. Dissenyar, realitzar i saber analitzar una investigació de mercat d'un material publicitari des de la perspectiva qualitativa.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:**Bloc 1 Introducció a l' assignatura**

Com es desenvolupa una investigació qualitativa.
 El disseny de la investigació en estudis qualitius.
 Classificació dels diferents tipus de tècniques qualitatives aplicades al màrqueting i a la publicitat.
 Fiabilitat i validesa de la investigació qualitativa.

Bloc 2 Tècniques d'observació i etnografia

Tipus d'observació
 Aspectes metodològics
 L'observació personal
Pseudocompra y compra misteriosa .

Bloc 3 El grup de discussió (*focus group*) i les tècniques projectives

Els objectius del grup de discussió.
 Teorías del grup de discussió
 Organització i estructura del grup de discussió .
 El funcionament del grup de discussió.
 El *focus group* vs *grup de discussió*.
 Anàlisis i interpretació de les dades

Tipus de tècniques projectives aplicades en publicitat.

Bloc 4 L' entrevista en profunditat

Característiques de l'entrevista en profunditat
 Tipus d'entrevistes

El registre de les respostes
Anàlisi i interpretació de les dades

Bloc 5 Training Group. Anàlisi Training Group.

2. Bibliografia comentada:

El professor entrega a l'alumne, a través de fotocòpies, els materials a ser utilitzats durant el curs.

El llibre de consulta bàsic es el de AEDEMO. La investigació de mercats. Consta de dos volums realitzat per professionals en actiu i editats per l'Associació Espanyola d'Empreses d'Investigació de Mercats i conté els principals mètodes i tècniques que l'alumne ha de conèixer.

Al inici de cada bloc temàtic, el professor lliurarà la bibliografia detallada.

Pàgines web:

www.aedemo.es

www.aimc.es/egm

www.gallup.com

www.webmarketing.net

www.nielsen.com

Spain@research-int.com

3. Referències per estructurar el treball de l' alumne

L'alumne durant el curs realitza dos tipus d' activitats o treballs

a- Treballs de camp: L'alumne, treballant en grup, ha de presentar dos treballs d'investigació d' aplicació dels mètodes i tècniques estudiats (tècniques qualitatives).

b- Taller de classe. Es plantegen problemes d'investigació i l' alumne els resol a l'aula amb l'ajuda o l'assessorament del professor.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació</i>	Saber fer presentacions en públic Saber persuadir Comunicar conceptes i dades complexes de forma senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
<i>Científic.</i>	Plantejar hipòtesis i objectius pel treball d'investigació qualitatiu. Aplicar coneixements científics d'altres àrees (psicologia, sociologia, etc.) Aplicar mètodes científics al descriure, analitzar, diagnosticar,

	organitzar, validar el que s'afirma en el treball.
--	--

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Pràctiques que es realitzen a l'aula-taller.	<i>30% de la nota final.</i>	El professor planteja sobre la teoria explicat diferents problemes d'investigació i l'alumne intentarà solucionar en classe amb l'ajuda o l'assessorament del professor.
Investigació de camp	<i>70% de la nota final.</i>	L'alumne realitza diferents treballs qualitius. Es valora l'estructura del treball, grau de dificultat, compliment dels objectius, els mètodes o tècniques utilitzats, el material empleat, els resultats obtinguts.

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

Títol Mètodes d'Investigació de la Publicitat i el Consumidor _____

Tema, mòdul o unitat _____

Nom de l'activitat *Teoria* _____

2. Descripció de l'activitat

Explicació i objectius de l'activitat:

a. Coneixements dels principals mètodes i tècniques que s'apliquen en la investigació de mercats des de la perspectiva qualitativa amb l'objectiu de saber-lo aplicar en la pràctica.

▪ Metodologia: *Individual* *grupal* *?X*

1. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: Sí _____
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals) _____
- Sortides de camp _____
- Altres _____

2. Període i dates de presentació:

3. Avaluació: _____

_____ Pes:¹ 60% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- *Comunicació*
- *Científic*
- *Interpersonal*
- *Autoaprenentatge*

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

Objectius en relació a les competències.

Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades.

- Adquirir coneixements sobre el mètode científic amb l'objectiu de realitzar investigació qualitatiu.
- Aprofundir en els mètodes i tècniques que utilitza la investigació de mercats amb l'objectiu que els alumnes siguin capaços de realitzar una investigació.

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència)

competència	Indicadors o descriptors de la competència
<i>Comunicació</i>	Saber fer presentacions en public, Saber comunicar conceptes i dades de forma senzilla a través d' esquemes, gràfics, etc.
<i>Científic</i>	Saber fer un treball d'investigació aplicant la metodologia científica, plantejament i demostració d'hipòtesi, disseny de mostres, Validació de resultats, etc.

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica	5	
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura	3	
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.) pels alumnes i elaboració per el propi docent.	20	
▪ Avaluació	20	
▪ Coordinació entre professors	2	
Hores d'aula		
1. Exposició i planificació de l'exercici als alumnes	5	
2. Classes dirigides	-	
3. Tutories individual/grupal	5	
4. Exposició final	0	
5. Debat / Seminari	4	
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació	10	
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).	3	
▪ Estructuració i execució de l'activitat.	10	
▪ Preparar l'avaluació	3	
▪ Autoavaluació	1	
▪ Elaborar el portfolio o carpeta de l'alumne.	1	
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupals).	Treball escrit	

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

x Molt

? Força

? Poc

? Gens

³ Crèdits ECTS: (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)