

Estadística Aplicada a la Publicitat i les Relacions Públiques

2013/2014

Codi: 103132

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	3	1

Professor de contacte

Nom: Marc Ajenjo Cosp

Correu electrònic: Marc.Ajenjo@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: Sí

Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Aquesta assignatura no té prerequisits.

Objectius

Dotar l'estudiant de les tècniques i instruments estadístics bàsics de tractament, recollida, anàlisi i presentació de dades per a la investigació de mercats, en una orientació de recerca de caire quantitatiu. Es mostraran les grans línies del procés metodològic i matemàtic inherent als estudis de mercat i als estudis publicitaris més habituals. Es tracta que l'estudiant assoleixi els mínims coneixements per tal de comprendre l'ús, les possibilitats i els límits de l'estadística com a eina per a l'anàlisi de dades en l'àmbit de la investigació de mercats.

Aquests continguts impliquen el coneixement i la utilització del llenguatge matemàtic i estadístic, el qual s'introduirà tot mantenint l'equilibri necessari entre l'exigència de formalització inherents als procediments quantitatius i l'exigència de comprensió d'aquests instruments en la seva aplicació als estudis mercadotècnics. Es promourà, per una banda, la capacitat d'interpretar, amb bon criteri, els informes estadístics derivats d'una recerca estàndard de mercat i, per l'altra, la capacitat de discernir entre allò que és essencial i allò que és superflu. Per altra banda, es donaran els coneixements bàsics per a l'anàlisi de les dades: la descripció de la informació, la tria de la mostra adequada i l'explotació de resultats, entre d'altres. En aquest darrer punt es donaran els elements suficients per tal de dominar el paquet informàtic líder en l'àmbit de les Ciències Socials (SPSS), o algun altre que tingui la mateixa utilitat.

Competències

- Publicitat i Relacions Públiques
- Utilitzar els diferents mètodes i instruments d'anàlisi que són habituals en la recerca en comunicació.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els principis bàsics del mesurament d'audiències a una anàlisi de cas concret utilitzant els instruments més pertinents per a una planificació de mitjans correcta.
2. Utilitzar les eines de l'anàlisi estadística.

Continguts

Bloc 1. Estadística descriptiva

Tema 1. Estadística descriptiva univariada.

Introducció a l'estadística; les taules de freqüències i les tècniques de representació gràfica; les mesures de tendència central, les mesures de dispersió; les mesures de forma d'una distribució; l'anàlisi exploratòria de les dades.

Tema 2. Estadística descriptiva a partir de dues variables.

Les taules de contingència; la comparació de mitjanes independents; la recta de regressió; les representacions gràfiques pertinents.

Tema 3. Introducció a l'SPSS i el seu ús en l'estadística descriptiva

La preparació de les dades. Introducció a l'SPSS, l'estadística descriptiva univariant i bivariant en SPSS; els procediments de càlcul en SPSS; la sortida gràfica de l'SPSS.

Bloc 2. La inferència estadística

Tema 4. La recollida de la informació en la investigació publicitària. La inferència univariada. El mostreig estadístic.

Definició i conceptes bàsics del mostreig estadístic; el mostreig aleatori simple i la inferència univariada; el mostreig sistemàtic; el mostreig aleatori estratificat; el mostreig per conglomerats; el mostreig per etapes; possibilitats i les limitacions del mostreig no probabilístic.

Tema 5. Inferència estadística bivariable.

Introducció als tests d'hipòtesis; les taules de contingència: el test de la khi-quadrat. La comparació de mitjanes amb dades aparellades i amb dades independents. La correlació entre variables i la recta de regressió.

Tema 6. L'SPSS i la inferència estadística.

Les comparacions amb proporcions: el test de la khi-quadrat, la V de Cràmer i altres mesures d'associació, la comparació de proporcions, els residus. L'homocedasticitat en la comparació de mitjanes. Comparació de dues mitjanes aparellades, de dues mitjanes independents, i l'anàlisi de la variància. Eta quadrat com a mesura d'associació. La correlació i la regressió lineal.

Metodologia

Metodològicament l'assignatura es divideix en tres parts. El contingut teòric que es donarà a partir de classes magistrals, els problemes a l'aula que es desenvoluparan en seminaris, i les pràctiques d'ordinador que es faran en grups petits a les aules equipades amb PC que hi ha a la facultat. En quant al temps, es dedicarà aproximadament un 25% a les classes teòriques, un 25% a la resolució de problemes en grup, i un 50% a treball pràctic amb ordinador.

Contingut teòric i resolució de problemes.

Les classes amb contingut teòric i de resolució de problemes es realitzaran simultàniament. En aquestes es presentaran els continguts del programa, s'introduiran i es discutiran els diferents procediments estadístics utilitzats, i es faran problemes d'estadística a l'aula. Això es farà segons la planificació gradual i precisa per tal de coordinar una progressiva adquisició de coneixements que haurà de tenir present que, al mateix temps, s'estarà avançant en els coneixements en les sessions pràctiques. A aquesta norma més general s'aplicaran les excepcions que corresponguin al bon funcionament de l'assignatura.

El caràcter eminentment magistral de les classes teòriques anirà acompanyat d'un recolzament pràctic a

partir de la resolució de problemes que els alumnes aniran realitzant. Aquests problemes es plantejaran com a casos concrets relatius als diferents procediments estadístics utilitzats, aplicats sempre a la publicitat o a la investigació de mercats. Es procurarà que els alumnes resolguin els problemes individualment, i fer-ne després una discussió col·lectiva. Aquests problemes es donaran en unes llistes organitzades per temes. El seu caràcter serà eminentment participatiu i aplicat, de manera que se'n podrà ampliar la correcció personalitzada en horari de tutories.

Treball pràctic amb ordinador.

Aquestes classes s'impartiran directament a una sala equipada amb ordinadors que disposin de l'SPSS i del PSPP. L'alumnat rebrà la formació bàsica relativa a l'ús i aplicació d'aquests dos paquets estadístics, per tal de poder resoldre mitjançant l'ordinador els problemes concrets en l'àmbit de recerques publicitàries. El seu caràcter serà eminentment pràctic, en tant que en totes les sessions es farà una part explicativa dels procediments i després els alumnes hauran de resoldre ells un seguit de problemes. Els exemples que s'utilitzaran, així com les bases de dades que es treballaran, seran pròpies de la recerca en publicitat i relacions públiques, o bé, i en un àmbit una mica més general, de les ciències de la comunicació.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Teoria	15	0,6	1, 2
Tipus: Supervisades			
Resolució de problemes a l'aula	15	0,6	1, 2
Resolució de problemes amb ordinador	22,5	0,9	1, 2
Tutories grupals per a la supervisió dels treballs	7,5	0,3	1, 2
Tipus: Autònomes			
Anàlisi de dades, elaboració dels treballs en grup	39	1,56	1, 2
Treball autònom de preparació d'examen	45	1,8	1, 2

Avaluació

L'adquisició de coneixements es valorarà a partir dels exercicis que periòdicament caldrà anar fent a classe (10%), de dues proves escrites individuals que es duran a terme al llarg del curs i on caldrà aplicar les tècniques pròpies d'anàlisi de dades en una perspectiva quantitativa de recerca (50%), i de dos treballs d'anàlisi de dades que es duran a terme en grups de 2 persones (40%). Per tal de poder superar l'assignatura caldrà aprovar cadascuna de les proves per separat.

Exercicis a classe (10%). Els exercicis periòdics es plantejaran a classe diàriament, tant en les sessions de problemes, com en les de pràctiques d'ordinador, i tindran a veure amb cadascuna de les tècniques concretes que en aquell moment hagin estat explicades. Malgrat que es duran a terme individualment, serà sempre sota la supervisió i tutorització del professor.

Primera prova escrita (25%). A meitat de curs es durà a terme una prova pràctica que inclourà tots els continguts del bloc 1. En aquesta s'avaluarà l'adquisició dels conceptes propis de l'estadística descriptiva i dels instruments bàsics per a la seva aplicació. Els alumnes que no hagin assolit els continguts podran recuperar aquesta part en el període de reavaluació.

Primer treball en grup (20%). A l'inici del curs es lliurarà als alumnes una base de dades per tal que puguin dur a terme un treball dirigit d'anàlisi de dades des del punt de vista de l'estadística descriptiva. Aquest haurà de ser lliurat en el moment de la realització de la primera prova escrita.

Segona prova escrita (25%). L'avaluació del segon bloc tindrà lloc el darrer dia lectiu que hi hagi classe de l'assignatura. S'avaluarà l'adquisició dels conceptes propis de l'estadística inferencial i dels instruments bàsics per a la seva aplicació. Aquesta part també podrà ser recuperada en el període de reavaluació per part d'aquells alumnes que no hagin assolit els continguts.

Segon treball en grup (20%). Coincidint amb la part del curs on s'impartiran coneixements d'estadística inferencial, es lliurarà als alumnes una base de dades per tal que puguin dur a terme un treball dirigit d'anàlisi de dades utilitzant elements de mostreig i de tests d'hipòtesis explicats en el bloc 2. Aquest haurà de ser lliurat en el moment de la realització de la segona prova escrita.

En l'acta d'avaluació tindran la qualificació de no presentat aquelles persones que no hagin fet cap de les dues proves escrites ni cap dels treballs en grup. Per altra banda, aquells alumnes que només hagin fet una de les dues proves escrites o un dels treballs es considerarà que han abandonat l'assignatura i la nota final serà de suspès.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació en les classes pràctiques.	10%	0	0	1, 2
Examen. Bloc 1 (Estadística descriptiva)	25%	3	0,12	1, 2
Examen. Bloc 2 (Estadística inferencial)	25%	3	0,12	1, 2
Treball de grup. Bloc 1.	20%	0	0	1, 2
Treball de grup. Bloc 2.	20%	0	0	1, 2

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA DEL BLOC 1 (TEORIA)

BARDINA, Xavier; FARRÉ, Mercè; LÓPEZ ROLDÁN, Pedro (2005) Estadística: un curs introductori per a estudiants de ciències socials i humanes. Volum 2. Descriptiva i exploratòria bivariant. Introducció a la inferència, Bellaterra: Col·lecció Materials 166. Universitat Autònoma de Barcelona.

FARRÉ, Mercè (2005) Estadística: un curs introductori per a estudiants de ciències socials i humanes. Volum 1. Descriptiva i exploratòria univariant, Bellaterra: Col·lecció Materials 162. Universitat Autònoma de Barcelona.

PORTILLA, Idoia (2004) Estadística descriptiva para comunicadores. Aplicaciones a la publicidad y las relaciones públicas, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona

BIBLIOGRAFIA DEL BLOC 1 (SPSS)

PARDO MERINO, Antonio i RUIZ DÍAZ, Miguel A. (2005) Análisis de datos con SPSS 13 Base, Madrid: McGraw-Hill (caps. 1-7 i 10).

VISAUTA VINACUA Bienvenido (2002) Análisis estadístico con SPSS 11.0 para Windows. Volumen I. Estadística básica, Madrid: McGraw-Hill.

BIBLIOGRAFIA DEL BLOC 2 (TEORIA)

AZORÍN, F., SÁNCHEZ-CRESPO, J.L. (1986) Métodos y aplicaciones del muestreo. Alianza Editorial, Madrid.

CLAIRIN, Rémy i BRION, Philippe (2001) Manual de muestreo. Madrid: Editorial la Muralla SA i editorial Hespérides.

GONDAR Nores, J.E. (2003) Muestreo aplicado al marketing. Madrid: Data Mining Institute. Col·lecció Técnicas Estadísticas con SPSS.

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

SÁNCHEZ CARRIÓN, Juan Javier (1995) Manual de análisis de datos, Madrid: Alianza Editorial (caps. 6-7).

BIBLIOGRAFIA DEL BLOC 2 (SPSS)

FARRÉ, Mercè i RUIZ, Albert (1999) Pràctiques d'estadística amb SPSS, Bellaterra: Col·lecció Materials 80. Universitat Autònoma de Barcelona (caps. 4-9).

FERRÁN ARANAZ, Magdalena (2003) SPSS para Windows. Análisis estadístico, Mc Graw-Hill, Madrid (cap. 2-7).

PARDO MERINO, Antonio i RUIZ DÍAZ, Miguel A. (2005) Análisis de datos con SPSS 13 Base, Madrid: McGraw-Hill (caps. 12-14 i 21).

SÁNCHEZ CARRIÓN Juan Javier (1995) Manual de análisis de datos, Madrid: Alianza Editorial (caps. 8-9).

VISAUTA VINACUA Bienvenido (2002) Análisis estadístico con SPSS 11.0 para Windows. Volumen I. Estadística básica, Madrid: McGraw-Hill.