

Titulació	Tipus	Curs
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Elaine Aparecida Lopes Da Silva

Correu electrònic: elaine.lopes@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

No hi ha prerequisits

Objectius

L'assignatura forma part de la matèria Recerca en Comunicació, juntament amb l'assignatura Mètodes de Recerca en Comunicació.

Objectius formatius de l'assignatura:

1. Dotar els estudiants d'una visió global, des del punt de vista científic, de les tècniques de recerca de mercats i del consumidor (quantitatives i qualitatives)
2. Revisar els mètodes bàsics i més habitualment utilitzats en la recerca de mercats i del consumidor, en la indústria de la comunicació publicitària i de la recerca de mercats.
3. Capacitar l'estudiant per utilitzar i aplicar qualsevol mètode de recerca de forma autònoma, a partir de la seva revisió i el seu estudi i el desenvolupament de pràctiques de laboratori.

Resultats d'aprenentatge

1. CM18 (Competència) Planificar estudis de mercat i recerques en l'àmbit de la comunicació persuasiva per a la transformació social i d'acord amb els ODS.
2. KM24 (Coneixement) Identificar les principals tècniques de recerca quantitativa i qualitativa per a l'estudi de mercats i de les persones consumidores en el plantejament de campanyes de comunicació persuasiva.
3. SM17 (Habilitat) Operar amb la metodologia més apropiada en funció de les preguntes o hipòtesis plantejades en una recerca sobre comunicació persuasiva.
4. SM19 (Habilitat) Defensar de forma oral i escrita, emprant un llenguatge eficaç i inclusiu, la metodologia, resultats i conclusions d'una recerca en comunicació.

Continguts

1. Característiques del mètode científic, la seva aplicació als problemes d'investigació publicitària i de mercats.
La investigació comercial i el seu context: màrqueting i investigació comercial.
Estadística, demografia, psicologia, sociologia, comunicologia i mètode científic com a marcs de referència per a la investigació de mercats.
3. El plantejament dels problemes d'investigació:
Problemes habituals en la investigació de mercats:
Com hem de presentar la nostra marca / producte / servei al consumidor?
El mercat és pot organitzar en grups de consumidors homogenis?
Què pensa el consumidor de la nostra marca?
Com són utilitzats els productes?
Com modificar la percepció de la nostra marca per part dels consumidors?
Quin és el nostre preu ideal?
Com són els nostres clients?
Com ens podem comunicar amb els nostres clients?
La selecció i delimitació d'un problema
L'objecte d'estudi en la investigació comercial:
¿Producte / servei / marca, població o missatges?
Univers-població, mostra i mostreig
5. Dinàmica de grup i tècniques projectives.
Els objectius d'una dinàmica de grup.
Organització i estructura del grup.
El funcionament de la dinàmica de grup.
Anàlisi i interpretació de dades.
Les tècniques projectives.
7. Entrevista en profunditat.
Característiques de l'entrevista en profunditat.
Tipus d'entrevistes.
Anàlisi i interpretació de dades.
9. Estudis etnogràfics.
Tipus d'observació etnogràfica.
Aspectes metodològics.
Pseudo-compra i compra misteriosa.
11. Enquestes.
Dimensionalització.
Elaboració de qüestionaris.
Tipus d'enquestes.
Aproximació en funció de l'homogeneïtat (probabilístiques, no probabilístiques).
Teoria mostral.
13. Tècniques d'investigació en línia.
14. Funcionament, organització, i tasques habituals en una empresa d'investigació de mercats.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Resolució de casos a l'aula	37,5	1,5	KM24, SM17, SM19

Sessions presencials de teoria	15	0,6	CM18, KM24, SM17, SM19
Tipus: Supervisades			
Tutories grupals	7,5	0,3	CM18, KM24, SM17, SM19
Tipus: Autònomes			
Investigació, lectures, preparació prova síntesi	40	1,6	CM18, KM24, SM17
Preparació treballs (exposició a classe i memòria escrita)	42,5	1,7	CM18, KM24, SM17, SM19

L'assignatura es desenvoluparà en dues línies paral·leles, articulades i complementàries:

- a) La revisió lineal d'un conjunt de continguts bàsics sobre mètode científic i tècniques d'investigació aplicada.
- b) El treball sobre un problema concret de recerca centrat en els objectius de promoció i venda d'un producte o servei concret.

Mentre a les sessions teòriques es revisen els models conceptuals i les tècniques d'investigació, en les sessions pràctiques, l'alumnat anirà avançant de forma paral·lela i coherent en els plantejaments i l'evolució de la investigació d'un cas concret de referència (real o simulat), sobre el qual s'aniran aplicant tots els coneixements adquirits.

L'alumnat s'organitzarà en grups. Cada grup treballarà sobre el cas des d'una perspectiva concreta i diferenciada, acordada entre el professor i el mateix grup. En cada grup, l'alumnat s'organitzarà en rols i concretarà les tasques del treball assignades a cada integrant. Totes i cadascuna de les tasques desenvolupades han d'estar signades per l'alumnat que les hagi realitzat.

L'assignatura es complementarà amb seminaris en què professionals del sector explicaran els seus mètodes de treball.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Exposició i preparació de la primera memòria de investigació	30%	2	0,08	CM18, KM24, SM17, SM19
Exposició i preparació de la segona memòria d'investigació	30%	3	0,12	CM18, KM24, SM17, SM19
Prova de síntesi escrita	30%	2	0,08	CM18, KM24, SM17

Avaluació continuada

La qualificació final s'obtindrà de la suma dels percentatges corresponents als quatre ítems avaluats. Per superar l'assignatura, la suma dels quatre ítems haurà d'arribar a 5:

- Exposició i preparació de la primera memòria de recerca: 30% de la nota final.
- Exposició i preparació de la segona memòria de recerca: 30% de la nota final.
- Pràctiques a classe: 10% de la nota final. Aquestes pràctiques són suport per al treball de recerca (primera memòria i segona memòria) L'assistència a les tutories de seguiment del treball i el lliurament de les pràctiques són obligatòries en cada sessió.
- Prova de síntesi escrita: 30% de la nota final.

Avaluació única

La qualificació final s'obtindrà de la suma dels percentatges corresponents als quatre ítems avaluats. Per superar l'assignatura, la suma dels quatre ítems haurà d'arribar a 5:

- Treball de curs. Preparació de la primera memòria de recerca: 30% de la nota final.
- Treball de curs. Preparació de la segona memòria de recerca: 30% de la nota final.
- Prova de resolució de casos pràctics: 10% de la nota final.
- Prova de síntesi escrita: 30% de la nota final. El model d'examen és diferent respecte al d'avaluació continuada.

La recuperació: Avaluació continuada.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Es poden recuperar les següents activitats:

- Exposició i preparació de la primera memòria de recerca.
- Exposició i preparació de la segona memòria de recerca:
- Prova de síntesi escrita.

La recuperació: Avaluació única.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura.

Es poden recuperar les següents activitats:

- Treball de curs. Preparació de la primera memòria de recerca.
- Treball de curs. Preparació de la segona memòria de recerca:
- Prova de síntesi escrita.

Plagi.

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Bibliografia

- Alvarez-Gayou, J.L. Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología México, Paidós. 2003
- Báez, Juan. Investigación Cualitativa. ESIC. 2007
- Grande I y E. Abascal. Fundamentos y técnicas de investigación comercial, ESIC. 8ª ed. 2006
- Grande, Ildefonso y Abascal Elena. Análisis de Encuestas, ESIC 2005
- Krippendorff, Klaus: Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica. Barcelona. Paidós, 1990
- Luque Martinez L. Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados, Pirámide 2.000
- Malhotra, Naresh K., Investigación de mercados. Quinta edición México. 2008
- Martínez, Pepe. Cualitativa-mente. Los Secretos de la Investigación Cualitativa. ESIC
- Merino, M. Jesús y Yaguez, Estefanía. Nuevas tendencias en investigación y Marketing. ESIC. 2012
- Olabeuena, Ruiz J.I. Metodología de la Investigación cualitativa Ed. Deusto 5º ed. 2012
- Pedret R, Camp F, Sagnier L. La investigación Comercial. Colección Management, DEUSTO 2007
- Strauss A, y Corbin J, Basic of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques, Londres, Sage. 1998
- Soler, Pere: Investigación de mercados. Principios básicos. Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Ciencias de la Comunicación. 2001.

Programari

L'assignatura no exigeix cap programari específic.

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PLAB) Pràctiques de laboratori	51	Espanyol	primer quadrimestre	tarda
(SEM) Seminaris	51	Espanyol	primer quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	5	Espanyol	primer quadrimestre	tarda