



GUIA DOCENT

# MÈTODES D'INVESTIGACIÓ EN MÀRQUETING DE MITJANS SOCIALS

Coordinació: CRISTÓBAL FRANSI, EDUARDO MARCOS

Any acadèmic 2021-22

## Informació general de l'assignatura

|  |   |             |                 |                  |
|--|---|-------------|-----------------|------------------|
| <b>Denominació</b>   | MÈTODES D'INVESTIGACIÓ EN MÀRQUETING DE MITJANS SOCIALS       |             |                 |                  |
| <b>Codi</b>  | 14284   |             |                 |                  |
| <b>Semestre d'impartició</b>   | 2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA                           |             |                 |                  |
| <b>Caràcter</b>  | <b>Grau/Màster</b>  | <b>Curs</b> | <b>Caràcter</b> | <b>Modalitat</b> |
|  | Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials          | 1           | OPTATIVA        | Semipresencial   |
| <b>Nombre de crèdits assignatura (ECTS)</b>  | 6   |             |                 |                  |
| <b>Tipus d'activitat, crèdits i grups</b>  | <b>Tipus d'activitat</b>                                      | PRAULA      | TEORIA          |                  |
|  | <b>Nombre de crèdits</b>                                      | 3.5         | 2.5             |                  |
|  | <b>Nombre de grups</b>  | 1           | 1               |                  |
| <b>Coordinació</b>   | CRISTÓBAL FRANSI, EDUARDO MARCOS                              |             |                 |                  |
| <b>Departament/s</b>   | ADMINISTRACIÓ D'EMPRESES                                      |             |                 |                  |
| <b>Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant</b> | (10% ) 15h presencials<br>(90%) 135h treball autònom          |             |                 |                  |
| <b>Informació important sobre tractament de dades</b>  | Consulteu <a href="#">aquest enllaç</a> per a més informació. |             |                 |                  |
| <b>Idioma/es d'impartició</b>  | Castellà (85%), Anglès (15%)                                  |             |                 |                  |
| <b>Distribució de crèdits</b>  | Eduard Cristóbal Fransi, 6 crèdits                            |             |                 |                  |

| Professor/a (s/es)               | Adreça electrònica professor/a (s/es) | Crèdits impartits pel professorat | Horari de tutoria/lloc |
|----------------------------------|---------------------------------------|-----------------------------------|------------------------|
| CRISTÓBAL FRANSI, EDUARDO MARCOS | eduard.cristobal@udl.cat              | 6                                 |                        |

## Informació complementària de l'assignatura

L'assignatura de **Mètodes d'investigació en màrqueting de mitjans socials** està emmarcada en el mòdul de màrqueting de mètodes d'investigació, juntament amb les matèries de Mètodes quantitativs avançats d'anàlisi en màrqueting i Mètodes qualitativs avançats d'anàlisi en màrqueting.

Aquesta matèria vol orientar a l'estudiant en el procés de redacció científica i proporcionar instruments i coneixements útils per a la gestió de la informació en la recerca de màrqueting de mitjans socials.

## Objectius acadèmics de l'assignatura

Aquesta assignatura pretén orientar a l'estudiant en el procés de redacció científica així com proporcionar els instruments necessaris en el procés de gestió de la informació per a la recerca, mentre adquireix la teoria i la pràctica necessària que li permetin abastar els objectius següents:

- Adquirir les habilitats i tècniques d'obtenció i utilització d'informació per a la investigació científica.
- Conèixer les possibilitats que ofereixen les diferents fonts d'informació científica.
- Aprofundir en les fonts d'informació sobre temes relacionats amb el màrqueting digital i les xarxes socials i amb el tema triat per a la investigació.
- Crear una base de dades personal amb els recursos d'informació recollits al llarg del curs que servirà de font documental per al seu treball.

## Competències

### Bàsiques

CB1 Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i/o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

CB2 Saber aplicar els coneixements adquirits i tenir capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.

CB3 Ser capaç d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.

CB4 Saber comunicar les seves conclusions -i els coneixements i raons últimes que les sustenten- a públics especialitzats i no especialitzats d'una manera clara i sense ambigüitats.

CB5 Posseir les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant d'una manera que haurà de ser en gran manera autodirigit o autònom.

### Generals

CG1 Analitzar i sintetitzar idees, dades i continguts.

CG2 Organitzar i planificar recursos i persones.

CG3 Treballar en equip i liderar.

CG4 Raonar i avaluar de forma crítica

CG5 Assegurar la qualitat

CG6 Treballar i aprendre de forma autònoma

CG7 Aplicar el coneixement a la pràctica

CG8 Prendre decisions estratègiques que tinguin en compte els condicionants econòmics, culturals, socials i polítics específics.

CG9 Expressar-se correctament de forma oral i escrita

CG10 Dominar una llengua estrangera

CG11 Dominar les TIC

CG12 Respectar els drets fonamentals

## **Específiques**

CE8 Distingir, dissenyar, implementar i avaluar mètodes avançats d'anàlisis d'informació en màrqueting de mitjans socials.

## Continguts fonamentals de l'assignatura

1. Fonaments del mètode científic i la investigació en màrqueting de mitjans socials
2. Formulació i Disseny d'una investigació en màrqueting de mitjans socials
3. Disseny metodològic d'una investigació en màrqueting de mitjans socials
4. Avaluació d'una investigació en màrqueting de mitjans socials
5. Fonts d'informació i publicació de treballs d'investigació en màrqueting de mitjans socials
6. Temes i línies actuals d'investigació en màrqueting de mitjans socials

## Eixos metodològics de l'assignatura

- Classe magistral teòrica
- Classe pràctica
- Seminaris/ taller/ conferència
- Tutories
- Treballs individuals i en grup
- Treball i estudi autònom

## Pla de desenvolupament de l'assignatura

El curs segueix un procés on es presenten, amb les lectures bàsiques i obligatòries, elements teòrics de la gestió de la informació combinats amb la proposta d'activitats concretes d'avaluació contínua, com són l'elaboració d'un projecte d'investigació i la recopilació de registres d'una base de dades relacionada amb la proposta d'investigació realitzada. L'esmentada proposta d'investigació pot ser referida a aspectes d'una tesi doctoral, a un treball de màster o a qualsevol proposta d'investigació més delimitada que l'estudiant estigui interessat en treballar en el marc d'un mestratge acadèmic.

Es proposen una sèrie de materials recomanats, que poden utilitzar-se, o no, ja que el curs es basa a desenvolupar una proposta d'investigació pròpia i en l'elaboració d'una col·lecció de registres bibliogràfics que cobreixin diferents àrees relacionades amb el tema d'investigació escollit per cada estudiant del màster.

| <b>Dates</b> | <b>Descripció:</b>                   | <b>Activitat Presencial</b>                                | <b>HTP (2) (Hores)</b> | <b>Activitat treball autònom</b>  | <b>HTNP (Hores)</b> |
|--------------|--------------------------------------|--|------------------------|---|---------------------|
| Sessió 1     | Presentació assignatura<br>Temes 1-2 | Atenció a l'exposició                                      | 4                      | Captura del programa i bibliografia<br>Estudi dels materials                | 35                  |
| Sessió 2     | Temes 3-4                            | Atenció a l'exposició i elaboració de projecte de recerca  | 4                      | Estudi dels materials Estudi i participació en activitats plantejades       | 35                  |
| Sessió 3     | Temes 5-6                            | Atenció a l'exposició i elaboració d'un article de recerca | 4                      | Estudi dels materials Estudi i participació en activitats plantejades       | 35                  |
| Sessió 4     | Presentació i lliurament de treballs | Presentació dels treballs                                  | 3                      | Estudi dels materials Finalització del treball, i preparació de l'exposició | 30                  |

(2)HTP = Hores de Treball Presencial

(3)HTNP = Hores de Treball No Presencial

## Sistema d'avaluació

L'avaluació té en compte: Assistència a les sessions presencials de classe (20%), lliurament de les activitats encomanades (20%), realització i presentació d'un treball final (60%).

## Bibliografia i recursos d'informació

Consulteu els materials facilitats a través del campus virtual pels professors.