



GUIA DOCENT

MÈTODES QUANTITATIUS AVANÇATS D'ANÀLISI EN MÀRQUETING

Coordinació: FERRER ROSELL, BERTA

Any acadèmic 2017-18

Informació general de l'assignatura

Denominació	MÈTODES QUANTITATIUS AVANÇATS D'ANÀLISI EN MÀRQUETING			
Codi	14291			
Semestre d'impartició	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Màster Universitari en Màrqueting de Mitjans Socials	1	OPTATIVA	Semipresencial
Nombre de crèdits ECTS	6			
Grups	1GG			
Crèdits teòrics	0			
Crèdits pràctics	0			
Coordinació	FERRER ROSELL, BERTA			
Departament/s	ADMINISTRACIO D'EMPRESES,ECONOMIA APLICADA			
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	10% Presencial (16 hores) 90% No presencial (134 hores)			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	Anglès/Castellà			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
FERRER ROSELL, BERTA	berta.ferrer@aegern.udl.cat	4	Hores a convenir per correu electrònic Despatx 1.11 de la FDET
GÓMEZ ADILLÓN, MARÍA JESÚS	m.jesus.gomez@econap.udl.cat	2	

Informació complementària de l'assignatura

Aquesta és una assignatura del mòdul optatiu d'investigació, juntament amb les assignatures Mètodes qualitius avançats d'anàlisi en màrqueting i Mètodes d'investigació en màrqueting de mitjans socials. Està dirigida i enfocada a aquells que vulguin profunditzar en l'investigació de mercats i el marketing digital, des d'una perspectiva quantitativa.

Objectius acadèmics de l'assignatura

L'assignatura té com a objectiu central donar a l'estudiant una base sòlida de la recerca en màrqueting, tant a nivell metodològic com de Tècniques de recerca quantitativa, disponibles pels estudiants vulguin cursar una orientació quantitativa de l'itinerari d' 'Especialització d'investigació.

Disenyar, desenvolupar i gestionar plans d'investigació quantitativa en màrqueting

Identificar necessitats d'informació i plantejar i dur a terme tècniques de recollida de dades quantitatives, a partir del disseny de qüestionaris i experiments

Reconeixer els diferents tipus de dades i les tècniques estadístiques més adequades per la seva anàlisi.

Utilitzar eficaçment diferents programes informàtics pel tractament estadístic de dades.

Aplicar estratègicament els mètodes d'anàlisi de dades quantitatives, tant a nivell descriptiu, univariant i bivariant, com d'anàlisi multivariant, de dependència i interdependència

Tractar, analitzar i gestionar els resultats obtinguts, per preparar l'informe d'investigació i obtenir conclusions coherents amb els objectius de recerca

Competències

Competències bàsiques (CB)

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 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 autodirigida o autònoma

Competències 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 manera oral i escrita

CG10 Dominar una llengua estrangera

CG11 Dominar les TIC

CG12 Respectar els drets fonamentals

Específicas

CE3 Generar sistemas de información a partir de entornos online y redes sociales para obtener conocimiento especializado.

CE8 Distinguir, dissenyar, implementar y evaluar métodos avanzados de análisis de información en marketing de medios sociales.

Continguts fonamentals de l'assignatura

Tema 1. Planificació i disseny de l'investigació en màrqueting

Tema 2. Fonts d'informació quantitativa: bases de dades, panells, enquestes

Tema 3. Metodologia d'enquestes: disseny de qüestionaris, mesurament i escales, mostreig

Tema 4. Mètodes d'anàlisi descriptiva i bivariada de la informació: anàlisi descriptiva, anàlisi de relacions entre variables

Tema 5. Mètodes d'anàlisi multivariant de la informació: regressió, models logit, anàlisi discriminant, mètodes factorials, anàlisi de components principals, anàlisi de correspondències múltiples, classificació i segmentació i anàlisi de dades composicionals

Tema 6. Elaboració i preparació d'informes amb dades quantitatives

Eixos metodològics de l'assignatura

El curs està organitzat a partir de l'elaboració per part de l'estudiant d'una experiència pràctica que s'anirà desenvolupant al llarg del curs. L'experiència pràctica està acompanyada d'una reflexió teòrico-metodològica organitzada en quatre seminaris presencials impartits pel professorat de l'assignatura, estudi autònom per part de l'estudiant, lliurament de dos activitats d'avaluació i la presentació d'un informe final.

Es farà servir el programa estadístic SPSS 20, i les classes seran a l'aula informàtica.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Dates (Setmanes)	Descripció	Activitat Presencial	HTP (2) (Hores)	Activitat treball autònom	HTNP (3) (Hores)
Sessió 1	Presentació de l'assignatura Tema 1 Tema 2 Tema 3 (I)	Seminari i resolució d'exemples	4h	Lectures, exercicis i casos recomanats	30h
Sessió 2	Tema 3 (II) Tema 4	Seminari i resolució d'exemples Classe de laboratori	4h	Lectures, exercicis i casos recomanats Preparar primer lliurament	30h
Sessió 3	Tema 5	Seminari i cas pràctic Classe de laboratori	4h	Lectures, exercicis i casos recomanats Preparar segon lliurament	30h
Sessió 4	Tema 6 Activitat d'avaluació	Seminari Presentació oral	2h 2h	Casos recomanats Preparar informe final	44h

HTP=Hores de treball presencial HTNP=Hores de treball no presencial

Sistema d'avaluació

Objectius	Activitats d'avaluació i criteris	%	Dates	O/N (1)	I/G (2)
Identificar necessitats d'informació i plantejar i portar a terme tècniques de recollida de dades quantitatives a partir del disseny de qüestionaris i experiments	Lliurament 1 (AAS 1)	30	2 dies abans de la Sessió 3	O	G
Aplicar i usar estratègicament els mètodes d'anaàlisi de dades quantitatives a nivell descriptiu, univariant i bivariant	Lliurament 2 (AAS 2)	15	2 dies abans de la Sessió 4	O	I
Analitzar i gestionar bases de dades a nivell multivariant	Lliurament 2 (AAS 2)	15	2 dies abans de la Sessió 4	O	I
Parlar en públic i domini TIC,	Exposició oral	10	A la sessió 4	O	I

Objectius	Activitats d'avaluació i criteris	%	Dates	O/V (1)	I/G (2)
Tractar, analitzar i gestionar els resultats obtinguts, per a preparar l'informe d'investigació i obtenir conclusions coherents amb els objectius d'investigació	Lliurament 3 (AAS 3)	35	10 dies després de la Sessió 4	O	I
	Assistència i participació a les sessions presencials	10	Durant tota l'assignatura	O	I

(1) Obligatori/Voluntari (2) Individual/Grup

Bibliografia i recursos d'informació

Grande, Ildefonso y Abascal, Elena (2007). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. (9a edición). ESIC Editorial. Madrid.

Miquel, Salvador; et al. (1996). Investigación de mercados. Mc Graw Hill. Madrid

Pérez López, Cesar (2005). Métodos estadísticos avanzados con SPSS. Thomson. Madrid

ftp://public.dhe.ibm.com/software/analytics/spss/documentation/statistics/20.0/es/client/Manuals/IBM_SPSS_Statistics_Core_System_Users_Guide.pdf

Es facilitarà més bibliografia i recursos d'informació complementaris al llarg de l'assignatura.