



GUIA DOCENT

MÈTODES QUANTITATIUS AVANÇATS D'ANÀLISI EN MÀRQUETING

Coordinació: FERRER ROSELL, BERTA

Any acadèmic 2020-21

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 assignatura (ECTS)	6			
Tipus d'activitat, crèdits i grups	Tipus d'activitat	PRAULA		TEORIA
	Nombre de crèdits	3.5		2.5
	Nombre de grups	1		1
Coordinació	FERRER ROSELL, BERTA			
Departament/s	ADMINISTRACIÓ D'EMPRESSES			
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 enllac 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@udl.cat	4	
GÓMEZ ADILLÓN, MARÍA JESÚS	mjesus.gomez@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 univariant i bivariant de la informació

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

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. Per part de l'estudiant, estudi autònom i realització de 4 activitats d'avaluació (3 lliuraments i 1 presentació oral).

Es farà servir el programa estadístic SPSS 20, i les classes presencials 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	Seminari i resolució d'exemples Classe de laboratori	4h	Lectures, exercicis i casos recomanats	30h
Sessió 2	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 i presentació oral	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	AAS 1: Lliurament part inicial de l'informe	30	5 dies després de la Sessió 3	O	I/G
Aplicar i usar estratègicament els mètodes d'anàlisi de dades quantitatives a nivell descriptiu, univariant i bivariant	AAS 2: Lliurament segona part de l'informe	20	2 dies abans de la Sessió 4	O	I/G
Analitzar i gestionar bases de dades a nivell multivariant	AAS 3: Exposició oral	10	A la Sessió 4	O	I/G
Parlar en públic i domini TIC					

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	AAS 4: Lliurament informe final	30	11 dies després de la Sessió 4	O	I/G
	Assistència i participació a les sessions presencials	10	Durant tota l'assignatura	O	I/G

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

Bibliografia i recursos d'informació

Grande, Ildefonso y Abascal, Elena (2017). Fundamentos y técnicas de investigación comercial. (13a edición). ESIC Editorial. Madrid.

Hair et al. (2018). Multivariate data analysis. Cengage Learning Emea

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

Groves et al. (2009). Survey methodology. Wiley. New Jersey

López-Roldán, Pedro y Fachelli, Sandra (2016). Metodología de la investigación social cuantitativa: <https://ddd.uab.cat/record/129382>

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