

## DADES GENERALS

<b>Curs acadèmic</b>	Curs 2023/2024
<b>Tipus de curs</b>	Màster de Formació Permanent
<b>Nombre de crèdits</b>	60,00 Crèdits ECTS
<b>Matrícula</b>	1.400 euros (import preu públic)
<b>Requisits d'accés</b>	Aquest màster va dirigit, amb caràcter general, a tots aquells professionals interessats en els temes d'opinió pública que desitgen una formació específica per a treballar en els sectors de gestió de la informació i també de la comunicació corporativa i política. Particularment, sense ser això no obstant un requisit exclouent, va dirigit a professionals amb formació en Ciència Política i de l'Administració, Administració i Direcció d'Empreses, Sociologia, Comunicació, Dret, Periodisme, Economia, Educació, Matemàtiques o Psicologia, entre altres.
<b>Modalitat</b>	On-line
<b>Lloc d'impartició</b>	
<b>Horari</b>	Online
<b>Direcció</b>	
<b>Organitzador</b>	Departament d'Economia Aplicada
<b>Direcció</b>	José Manuel Pavía Miralles Catedrático/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València
<b>Terminis</b>	
<b>Preinscripció al curs</b>	Fins a 01/03/24
<b>Data inici</b>	Febrer 24
<b>Data fi</b>	Desembre 24
<b>Més informació</b>	
<b>Telèfon</b>	961 603 000
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:informacio@adeituv.es">informacio@adeituv.es</a>

## PROGRAMA

## Enquestes i sondejos

La Investigació Amb Enquestes  
Tipus D'Enquestes  
Disseny Mostral  
Treball De Camp I Estratègies Per a Augmentar La Col·laboració  
Errors En La Investigació Amb Enquesta I El seu Impacte En Els Resultats

## Mitjans de comunicació.

1. Sociologia de la comunicació de masses.
2. Indústries culturals i de la comunicació. Transformacions tecnològiques.
3. La batalla per l'hegemonia. Espai públic/interès privat.
4. El nou ordre: Liberalització, privatització i concentració.
5. Estructura de la comunicació en la societat de la informació. (Tecnologies, suports i xarxes emergents).

## Noves tecnologies i opinió social

1. Noves tecnologies, opinió pública i investigació social.
2. L'enquesta telemàtica (programari, maquinari i biaix).
3. L'enquesta en internet (CAWI). De l'e-mailing al SMS: xarxes socials.
4. Xarxes socials i opinió pública (Web Social i Comunitats Virtuals).
5. Anàlisi semàntica, geolocalització, cool-hunting, sentiment de la xarxa.
6. Intel·ligència social, mercats d'informació i crowd-sourcing.

## Anàlisi de dades i avaluació d'informació

1. Tabulació d'informació
2. Representació gràfica
3. Anàlisi exploratòria de dades
4. Mesures de tendència central

5. Mesures de variabilitat
6. Regressió i correlació

#### Opinió pública i empreses

---

1. Aplicacions Empresariales dels Estudis d'Opinió I: Estudis de Segmentació de Mercats.
2. Aplicacions Empresariales dels Estudis d'Opinió II: Estudis de Posicionament.
3. Aplicacions Empresariales dels Estudis d'Opinió III: Anàlisi de Satisfacció del Client i de Qualitat Percebuda del Servei.
4. Aplicacions Empresariales dels Estudis d'Opinió IV: Reducció de Dades o Avaluació de Factors Subjacents en la Presa de decisions del Client.

#### Opinió pública i política

---

1. El mesurament de l'opinió pública
2. Fonts de l'opinió pública: grups, mitjans, campanyes.
3. Conseqüències: democràcia i opinió.
4. Els baròmetres del CIS i altres enquestes d'opinió a Espanya.
5. Informar sobre les enquestes d'opinió: professionals i periodistes
6. La projecció electoral

#### Interpretació i Presa de decisions.

---

1. Probabilitat i atzar
2. Mesures d'incertesa
3. Estimació
4. Proves paramètriques
5. Proves no paramètriques

#### Tractament avançat de la informació

---

1. Regressió lineal múltiple
2. Models lineals generalitzats
3. Imputació
4. Simulació

#### Treball final de màster

---

L'alumne/a haurà de dedicar al TFM els següents temps:

- 1.- Exposició d'un cas pràctic: plantejament del problema
- 2.- Resolució: explicació del projecte de mediació realitzat per l'alumne en el cas exposat.

## PROFESSORAT

---

### Joaquín Aldas Manzano

Catedràtic/a de Universidad. Departament de Comercialització i Investigació de Mercats. Universitat de València

---

### Olga Blasco Blasco

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

---

### Vicente Coll Serrano

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

---

### Vidal Díaz de Rada Igúzquiza

Profesor/a Titular de Universidad. Universidad Pública de Navarra

---

### Francisco Marco Serrano

Economista-Consultor-Key Productivity Consulting

---

### Francisco Gabriel Morillas Jurado

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

---

### José Manuel Pavía Miralles

Catedràtic/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

---

### Alberto Penadés de la cruz

Profesor/a Titular de Universidad. Universidad de Salamanca

---

### Pau Rausell Köster

Profesor/a Titular de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

---

### Manuel Salvador Jardí

Director Comunicació. Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

---

### Luis Eduardo Vila Lladosa

Catedràtic/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

---

## OBJECTIUS

Les sortides professionals que té el curs són:

Expert independent o professional de l'empresa o l'administració per a exercir activitats en àrees com a investigació de mercats, anàlisi de dades, avaluació de polítiques, gestió d'imatge de marca i comunicació política i corporativa.

El Màster en Gestió de l'Opinió Pública: Avaluació, Interpretació i Ajuda en la Presa de decisions. Enquestes i Sondejos, Mitjans de comunicació i Noves Tecnologies està desenvolupat específicament per a aquells professionals del sector públic i privat interessats en la gestió de la informació i la presa de decisions. El màster és d'especial interès per als professionals que s'exerceixen en àrees com a investigació de mercats, anàlisi i avaluació de polítiques públiques o en el camp de la imatge i comunicació política i corporativa.

L'objectiu d'aquest Màster Universitari és oferir-te la formació requerida perquè com a expert independent o com a professional de l'empresa o l'administració pugues definir i formular problemes, interpretar, avaluar i diagnosticar realitats, estructurar objectius d'anàlisi i plantejar models i estratègies d'actuació.

## METODOLOGIA

La metodologia d'estudi consistirà a prendre com a referència de treball el mòdul didàctic que es publicarà pels professors del mòdul. A partir d'ací, l'alumne tindrà com a element de desenvolupament de la matèria l'Aula Virtual del curs on se li faran constar els manuals i estudis complementaris, el Fòrum de Debat on els professors del mòdul aniran fent aportacions per a complementar la matèria i l'apartat de Tutories de l'Aula Virtual on podran consultar directament amb els professors els possibles dubtes que pogueren tenir.