

DADES GENERALS

Curs acadèmic	Curs 2023/2024
Tipus de curs	Màster de Formació Permanent
Nombre de crèdits	60,00 Crèdits ECTS
Matrícula	1.400 euros (import preu públic)
Requisits d'accés	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.
Modalitat	On-line
Lloc d'impartició	
Horari	Online
Direcció	
Organitzador	Departament d'Economia Aplicada
Direcció	José Manuel Pavía Miralles Catedrático/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València
Terminis	
Preinscripció al curs	Fins a 01/03/24
Data inici	Febrer 24
Data fi	Desembre 24
Més informació	
Telèfon	961 603 000
E-mail	informacio@adeituv.es

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

Catedrático/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

Catedrático/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 Comunicación. Ferrocarrils de la Generalitat Valenciana

Luis Eduardo Vila Lladosa

Catedrático/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.