TÍTOLS PROPIS
VNIVERSITAT DE VALÈNCIA

Máster de Formación Permanente en Gestión de la Opinión Pública: Evaluación, Interpretación y Ayuda en la Toma de Decisiones. Encuestas y Sondeos, Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías. 12.ª Edición.
Código: 24121160

DATOS GENERALES

Curso académico	
Tipo de curso	Máster de Formación Permanente
Número de créditos	60,00 Créditos ECTS
Matrícula	1.525 euros (importe precio público)
Requisitos de acceso	Este máster va dirigido, con carácter general, a todos aquellos profesionales interesados en los temas de opinión pública que desean una formación específica para trabajar en los sectores de gestión de la información y también de la comunicación corporativa y política. Particularmente, sin ser ello un requisito excluyente, va dirigido a profesionales o graduados con formación en Ciencia Política y de la Administración, Administración y Dirección de Empresas, Sociología, Comunicación, Derecho, Periodismo, Economía, Educación, Matemáticas o Psicología, entre otras.
Modalidad	On-line
Lugar de impartición	Online
Horario	Online

Dirección

Organizador	Departament d'Economia Aplicada
Dirección	José Manuel Pavía Miralles Catedrático/a de Universidad. Departament d'Economia Aplicada. Universitat de València

Plazos

Preinscripción al curso	Hasta 16/01/2025
Fecha inicio	Febrero 2025
Fecha fin	Diciembre 2025

Más información

Teléfono	961 603 000
E-mail	informacion@adeituv.es

PROGRAMA

Encuestas y sondeos

La Investigación Con Encuestas
Tipos De Encuestas
Diseño Muestral
Trabajo De Campo Y Estrategias Para Aumentar La Colaboración
Errores En La Investigación Con Encuesta Y Su Impacto En Los Resultados

Medios de Comunicación.

1. Sociología de la comunicación de masas.
2. Industrias culturales y de la comunicación. Transformaciones tecnológicas.
3. La batalla por la hegemonía. Espacio público/interés privado.
4. El nuevo orden: Liberalización, privatización y concentración.
5. Estructura de la comunicación en la sociedad de la información. (Tecnologías, soportes y redes emergentes).

Nuevas tecnologías y opinión social

1. Nuevas tecnologías, opinión pública e investigación social.
2. La encuesta telemática (software, hardware y sesgo).
3. La encuesta en internet (CAWI). Del e-mailing al SMS: redes sociales.
4. Redes sociales y opinión pública (Web Social y Comunidades Virtuales).
5. Análisis semántico, geolocalización, cool-hunting, sentimiento de la red.
6. Inteligencia social, mercados de información y crowd-sourcing.

Análisis de datos y evaluación de información

1. Tabulación de información
2. Representación gráfica

3. Análisis exploratorio de datos
4. Medidas de tendencia central
5. Medidas de variabilidad
6. Regresión y correlación

Opinión pública y empresas

1. Aplicaciones Empresariales de los Estudios de Opinión I: Estudios de Segmentación de Mercados.
2. Aplicaciones Empresariales de los Estudios de Opinión II: Estudios de Posicionamiento.
3. Aplicaciones Empresariales de los Estudios de Opinión III: Análisis de Satisfacción del Cliente y de Calidad Percibida del Servicio.
4. Aplicaciones Empresariales de los Estudios de Opinión IV: Reducción de Datos o Evaluación de Factores Subyacentes en la Toma de Decisiones del Cliente.

Opinión pública y política

1. La medición de la opinión publica
2. Fuentes de la opinión pública: grupos, medios, campañas.
3. Consecuencias: democracia y opinión.
4. Los barómetros del CIS y otras encuestas de opinión en España.
5. Informar sobre las encuestas de opinión: profesionales y periodistas
6. La proyección electoral

Interpretación y Toma de Decisiones.

1. Probabilidad y azar
2. Medidas de incertidumbre
3. Estimación
4. Pruebas paramétricas
5. Pruebas no paramétricas

Tratamiento avanzado de la información

1. Regresión lineal múltiple
2. Modelos lineales generalizados
3. Imputación
4. Simulación

Trabajo final de master

El alumno/a deberá dedicar al TFM los siguientes tiempos:
1.- Exposición de un caso práctico: planteamiento del problema
2.- Resolución: explicación del proyecto de mediación realizado por el alumno en el caso expuesto.

PROFESORADO

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 Konsulting

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

OBJETIVOS

Las salidas profesionales que tiene el curso son:

Experto independiente o profesional de la empresa o la administración para desempeñar actividades en áreas como investigación de mercados, análisis de datos, evaluación de políticas, gestión de imagen de marca y comunicación política y corporativa.

El Máster en Gestión de la Opinión Pública: Evaluación, Interpretación y Ayuda en la Toma de Decisiones. Encuestas y Sondeos, Medios de Comunicación y Nuevas Tecnologías está desarrollado específicamente para aquellos profesionales del sector público y privado interesados en la gestión de la información y la toma de decisiones. El máster es de especial interés para los profesionales que se desempeñan en áreas como investigación de mercados, análisis y evaluación de políticas públicas o en el campo de la imagen y comunicación política y corporativa.

El objetivo de este Máster Universitario es ofrecerte la formación requerida para que como experto independiente o como profesional de la empresa o la administración puedas definir y formular problemas, interpretar, evaluar y diagnosticar realidades, estructurar objetivos de análisis y plantear modelos y estrategias de actuación.

METODOLOGÍA

El Aula Virtual se constituye como un entorno de encuentro, intercambio y aprendizaje dinámico. Encontrarás además del equipo docente, personal de apoyo (dinamizadora y equipo técnico) que te orientará y ayudará a lo largo de toda tu experiencia formativa.

Los participantes disponen de una clave personalizada que permite el acceso al curso desde cualquier ordenador conectado a Internet y desde cualquier navegador Web y sistema operativo. Además, por ser alumnado de este curso la Universidad les proporciona (si todavía no ha sido alumno/a de la Universidad) una cuenta de correo electrónico.

La metodología online permite trasladar la experiencia formativa al AULA VIRTUAL de la UV, donde el alumnado y el profesorado podrán adquirir e intercambiar conocimientos independientemente del momento y del lugar donde se encuentren.

MATERIALES Y RECURSOS ADECUADOS
Dentro del curso hay una programación que es uno de los recursos más importantes en la medida en la que sirve de guía al indicar los hitos más importantes en el desarrollo del programa formativo (activación de temas, exámenes, recuperaciones, &)

En el Aula Virtual está todo el material didáctico que compone el programa del curso. Se realizan materiales exprofeso, maquetados con el mismo formato, que componen la esencia de la formación y que permiten tanto su estudio como descarga en pdf.

COMUNICACIÓN CONSTANTE
Durante el desarrollo de la actividad formativa, los participantes dispondrán de diversas herramientas de comunicación, como los foros, tablón de anuncios y mensajería interna.

Los FOROS de debate son espacios compartidos por todos los participantes (alumnado y profesorado) que permiten el intercambio de ideas, así como resolver dudas, proponer debates y responder cuestiones.

También permiten intercambiar archivos para realizar actividades determinadas en grupo.
Los foros fomentan la participación, la colaboración y el trabajo en equipo. Están siempre disponibles, el alumno decide cuándo realiza su aportación, escogiendo el momento que mejor se adapta a su horario.

Tres formatos fundamentales de foro son:
-Foro de cuestiones generales, de Cuestiones Generales se pueden plantear dudas sobre el uso de la plataforma, comunicar noticias generales del curso, realizar presentaciones personales, comunicar intereses, etc
-Foro específico de la asignatura, los participantes pueden plantear dudas y consultas relacionadas con los contenidos y las actividades, a las que podrán responder tanto los tutores como los alumnos. También se pueden proponer temas de discusión relacionados con la materia así como compartir recursos que puedan ser de utilidad para el trabajo en los contenidos planteados en el tema: direcciones web, referencias de artículos o libros, u otra información que sea de interés general.

-Tablón de anuncios: sólo el profesorado, dinamizadora y equipo técnico pueden publicar mensajes.
Todos los participantes recibirán la información que se publique en los foros en la dirección de correo electrónico de la Universidad.
Un eje fundamental en la formación on line es el seguimiento personal llevado a cabo por los tutores del curso, ayudando a profundizar y afianzar los conceptos clave y resolviendo las dudas y consultas particulares a través de un sistema de TUTORÍA personal.

EVALUACIÓN
Para obtener el título del curso es necesario superar cada una de las asignaturas que lo componen.
El presente Máster basará la evaluación del alumnado fundamentalmente en los conocimientos adquiridos en las distintas asignaturas del programa y el desarrollo de un Trabajo de Investigación.
Criterio de evaluación de cada Asignatura
La nota de cada Asignatura se obtendrá de la nota del examen, siendo la nota mínima para superarla de un 5 sobre 10.

Dicho examen consistirá en una prueba de 20 preguntas aleatorias de elección única referentes a la totalidad del temario. Deberá realizarse dentro de un periodo de tiempo concreto, tal como aparece en la Programación. Durante esos días el alumno contará con dos intentos para realizarlo y una vez se inicie dispondrá de 120 minutos para entregarlo. La nota final de la asignatura será la más alta obtenida.
No obstante, habrá dos periodos de recuperación que se podrá consultar en Programación. Y solo estará disponible para aquellas personas que no se hayan presentado en la convocatoria oficial y/o tengan suspendida alguna asignatura.

TRABAJO FINAL DE MÁSTER
El Trabajo de Fin de Máster es de obligada realización para la obtención del título de Máster. El objetivo del Trabajo Fin de Máster es demostrar habilidades del estudiante en la aplicación de metodología o enfoque en el análisis de un problema dado, razonando y argumentando una hipótesis original.
El alumnado deberá elaborar un trabajo final de máster que estará relacionado con alguno de los temas del curso y estará tutorizado por el profesorado.

" La asignatura práctica o Trabajo Final de Máster (TFM) se desarrollará durante los últimos meses y finalizará con la entrega del trabajo en las fechas indicadas en el recurso de Programación.
" Previamente a su inicio, los coordinadores del TFM os facilitarán, a través del Aula Virtual, las instrucciones propias para la elaboración del mismo, así como los plazos de entrega de cada una de las fases del trabajo realizado, y los criterios de evaluación.
La realización y presentación del trabajo práctico es obligatoria.
La nota final se calculará con la media ponderada de las calificaciones obtenidas en las distintas asignaturas, en función de los créditos que se imparten en cada una.