

Plan 247 Lic. Investigación y Tec. Mercado

Asignatura 43588 ANALISIS CUALITATIVO DE LA INVESTIGACION DE MERCADOS

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

OBJETIVOS

Ofrecer una visión panorámica, lo más amplia posible, de la gran variedad de técnicas disponibles a la hora de implementar estrategias cualitativas en el análisis de la realidad social. En el ámbito concreto de la investigación de mercados, la utilización de estas técnicas es básica y esencia puesto que permiten identificar y delimitar grupos y perfiles de consumidores.

CONTENIDO

- ° Ciencia, Marketing y Análisis Cualitativo.
- ° La investigación cualitativa en Ciencias Sociales.
- ° Orientaciones metodológicas cuantitativa y cualitativa en las Ciencias Sociales.
- ° Técnicas de investigación cualitativa (Grupo de discusión, Entrevista abierta, Técnicas de observación, Investigación documental, Análisis de contenido, Otras técnicas.
- ° Redacción del informe final.

Objetivos

El objetivo central de esta asignatura es ofrecer una visión panorámica, lo más amplia posible, de la gran variedad de técnicas disponibles a la hora de implementar estrategias cualitativas en el análisis de la realidad social. Aprender a observar y analizar cómo hablan los actores sociales, mediante la utilización de métodos cualitativos de investigación social, permite realizar una mirada a la sociedad distinta, complementaria, y de igual importancia que la aportada por las técnicas cuantitativas. En el ámbito concreto de la investigación de mercados, la utilización de estas técnicas es básica y esencial puesto que permiten identificar y delimitar grupos y perfiles de consumidores.

Programa de Teoría

Tema 1.- Ciencia, Marketing y Análisis Cualitativo. El análisis cualitativo social. La investigación comercial cualitativa.

Tema 2.- Evolución de la investigación cualitativa en el contexto de la historia de las ciencias.

Tema 3.- Del análisis reductivo a la multidimensionalidad de la realidad social: orientaciones metodológicas cuantitativa y cualitativa en las Ciencias Sociales. Debate teórico e implicaciones prácticas.

Tema 4.- Grupo de discusión.

Tema 5.- Entrevista abierta.

Tema 6.- Técnicas de observación.

Tema 7.- Investigación documental.

Tema 8.- Otras técnicas de investigación.

Tema 9.- Análisis de contenido.

Tema 10.- Diseño y análisis de la investigación. Redacción del informe final.

Programa Práctico

Evaluación

Se realizará un examen escrito de la asignatura al final del cuatrimestre correspondiente o, alternativamente, un trabajo-informe aplicado a una de las cuestiones recogidas en el temario.

Bibliografía

Alonso, L.E. (1998): "La mirada cualitativa en Sociología", Madrid, Fundamentos.

- * CALLEJO, J. (2001): "El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación", Barcelona, Ariel.
 - * Delgado, J.M. y Gutiérrez, J. (1995): "Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales", Madrid, Síntesis.
 - * DENZIN, N.K. y LINCOLN, Y.S. (2000): "Handbook of Qualitative Research", Londres, Sage.
 - * IbÁñez, J. (1994): "El regreso del sujeto. La investigación social de segundo orden", Madrid, Siglo XXI.
 - * MARIAMPOLSKI, H. (2001): "Qualitative Market Research", Londres, Sage.
 - * MARTÍNEZ TERCERO, M. (1999): "Ciencia y Marketing", Madrid, ESIC
 - * Rulz Olabuenaga, J.I. (1996): "Metodología de la investigación cualitativa", Bilbao, Universidad de Deusto.
 - * SOLER, P. (1997): "La investigación cualitativa en marketing y publicidad". El grupo de discusión y el análisis de datos, Barcelona, Paidós.
 - * Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1996): "Introducción a los métodos cualitativos de investigación", Barcelona, Paidós.
 - * VALLES, M.S. (1999): "Técnicas Cualitativas de Investigación Social". Reflexión metodológica y práctica profesional, Madrid, Síntesis.
-