

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

SEMANAS	TEMAS	ACTIVIDADES	CLASES EN DIRECTO
Semana 1	<p>Tema 1. Introducción a la investigación cualitativa</p> <p>1.1. Introducción y objetivos</p> <p>1.2. Comprendiendo la investigación cualitativa</p> <p>1.3. La investigación cualitativa en el proceso de investigación social y de mercado</p> <p>1.4. La relación de la investigación cualitativa con otras metodologías</p> <p>1.5. Diferentes aplicaciones de la investigación cualitativa</p>	<p>Asistencia a 2 clases en directo a elegir a lo largo del cuatrimestre (0,15 puntos cada una).</p> <p>Test 1(0,1 puntos)</p>	<p>Sesión de Presentación de la asignatura</p> <p>Clase del Tema 1</p>
Semana 2	<p>Tema 2. La investigación cualitativa y su relación con el mercado</p> <p>2.1. Introducción y objetivos</p> <p>2.2. Solventando las viejas polémicas entre los investigadores sociales</p> <p>2.3. Cuándo y por qué se utiliza la investigación de mercados cualitativa</p> <p>2.4. El resurgir de la investigación cualitativa</p> <p>2.5. El futuro de la investigación cualitativa</p>	<p>Test 2(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 2</p>
Semana 3	<p>Tema 3. El diseño de la investigación cualitativa</p> <p>3.1. Introducción y objetivos</p> <p>3.2. El diseño cualitativo general</p> <p>3.3. Las investigaciones exploratorias</p> <p>3.4. Análisis de contenido (textos, imágenes)</p>	<p>Actividad 1(1,4 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 3 (se incluye presentación de actividad 1)</p>
Semana 4	<p>Tema 3. El diseño de la investigación cualitativa (continuación)</p> <p>3.5. La observación</p> <p>3.6. La conversación</p> <p>3.7. Técnicas mixtas</p>	<p>Test 3(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 3</p>
Semana 5	<p>Tema 4. Las técnicas de la investigación cualitativa</p> <p>4.1. Introducción y objetivos</p> <p>4.2. Rastreo y análisis de fuentes documentales</p> <p>4.3. Técnicas de observación y su análisis</p>		<p>Clase del Tema 4</p>
Semana 6	<p>Tema 4. Las técnicas de la investigación cualitativa (continuación)</p> <p>4.4. Entrevistas en profundidad y análisis</p> <p>4.5. Grupos de discusión y análisis</p>	<p>Actividad 2(2 puntos)</p> <p>Test 4(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 4 (se incluye presentación de actividad 2)</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 1</p>

Semana 7	<p>Tema 5. El análisis de datos cualitativos</p> <p>5.1. Introducción y objetivos</p> <p>5.2. Cuestiones fundamentales del análisis cualitativo</p> <p>5.3. Instrumentos necesarios para la investigación cualitativa</p> <p>5.4. La extracción, la clasificación y la comprensión del <i>verbatim</i></p> <p>5.5. El análisis cualitativo tradicional</p> <p>5.6. El análisis cualitativo con programas informáticos</p>	Test 5(0,1 puntos)	Clase del Tema 5
Semana 8	<p>Tema 6. La investigación cualitativa en el entorno virtual</p> <p>6.1. Introducción y objetivos</p> <p>6.2. La nueva sociedad de la información</p> <p>6.3. El consumidor en el entorno digital</p> <p>6.4. Nuevas posibilidades en los entornos digitales</p> <p>6.5. Las comunidades virtuales</p> <p>6.6. Herramientas de investigación cualitativa en el entorno <i>online</i></p>	Test 6(0,1 puntos)	<p>Clase del Tema 6</p> <p>Sesión de Recomendación de Examen</p>
Semana 9	<p>Tema 7. Nuevas modalidades de investigación cualitativa</p> <p>7.1. Introducción y objetivos</p> <p>7.2. La importancia de la creatividad</p> <p>7.3. Cocreación y cocompartición</p>		Clase del Tema 7
Semana 10	<p>Tema 7. Nuevas modalidades de investigación cualitativa (continuación)</p> <p>7.4. El <i>design thinking</i>, una nueva técnica surgida de la unión</p> <p>7.5. Casos de uso de <i>design thinking</i></p>	<p>Actividad 3(1,4 puntos)</p> <p>Test 7(0,1 puntos)</p>	<p>Clase del Tema 7 (se incluye presentación de actividad 3)</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 2</p>
Semana 11	<p>Tema 8. Psicología conductual, neurología y neuromarketing</p> <p>8.1. Introducción y objetivos</p> <p>8.2. Antecedentes históricos de la investigación conductual</p> <p>8.3. El neuromarketing y la publicidad</p>		Clase del Tema 8
Semana 12	<p>Tema 8. Psicología conductual, neurología y neuromarketing (continuación)</p> <p>8.4. Herramientas tecnológicas aplicadas al neuromarketing</p> <p>8.5. Ejemplos de aplicación</p>	Test 8(0,1 puntos)	Clase del Tema 8
Semana 13	<p>Tema 9. Presentación de resultados</p> <p>9.1. Introducción y objetivos</p> <p>9.2. El tipo de resultados en la investigación cualitativa</p> <p>9.3. El diseño de la exposición de resultados</p>		<p>Clase del Tema 9</p> <p>Clase de Resolución de la Actividad 3</p>
Semana 14	<p>Tema 9. Presentación de resultados (continuación)</p> <p>9.4. Esquematización y clasificación</p> <p>9.5. Exposición de resultados en programas de edición</p>	Test 9(0,1 puntos)	Clase del Tema 9

Semana 15	Semana de repaso		
Semana 16	Semana de exámenes		

Esta Programación semanal **puede ser modificada** si el profesor lo considera oportuno para el enriquecimiento de la asignatura.