

**ESTADÍSTICA APLICADA A LA COMUNICACIÓN
CAMPUS VIRTUAL OCW
PRÁCTICA 2: INVESTIGAR EN COMUNICACIÓN**

Desarrollo de la práctica:

En primer lugar, es necesario leer el artículo cuya referencia se encuentra al final de la hoja y que está anexo a esta práctica. Después de haber leído el artículo deberás responder a las siguientes preguntas:

- a. ¿Por qué McDonald's lleva a cabo la campaña? ¿Cuál es el contexto en el que lo hace?
- b. ¿Qué necesidad de información motiva llevar a cabo un proceso de investigación?
- c. ¿Cómo ayuda la investigación en las diferentes fases de la campaña?
- d. ¿Qué tipo de técnicas utiliza y cuáles son los objetivos de cada una de ellas?
- e. ¿Qué es un grupo de discusión? ¿Para qué se utilizan? ¿Qué ventajas y limitaciones crees que tiene respecto a realizar una encuesta?
- f. ¿Crees que la campaña podría haber sido llevada a cabo sin utilizar la parte de investigación?

“RECONOCIMIENTO ESPECIAL A LA INVESTIGACIÓN: Caso McDonald's. Calidad Total” Aneimo. La investigación, la mejor herramienta para una comunicación eficaz. 2010.

http://www.aneimo.com/eficacia/docs/21-02-12-13-42-19_casoganador10.pdf