

Iniciació a la Recerca

2013/2014

Codi: 42437

Crèdits: 9

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313256 Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	OT	0	2

Professor de contacte

Nom: Emili Prado Pico

Correu electrònic: Emili.Prado@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisites

Ninguno

Objectius

Este módulo pretende dotar de las herramientas concretas para el planteamiento de un proyecto de investigación científica, delimitar sus objetivos, identificar los métodos y fuentes apropiadas para cubrirlos y establecer el plan de trabajo.

Competències

- Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat
- Analitzar els resultats de recerca per obtenir nous productes o processos, valorant-ne la viabilitat industrial i comercial per a la seva transferència a la societat.
- Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC
- COMUNICACIÓ.
- Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
- Elaborar, planificar, dirigir, coordinar i gestionar projectes de recerca acadèmics i professionals en l'àmbit de la comunicació audiovisual i publicitària seguint criteris de qualitat, igualtat i responsabilitat ètica i social.
- Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
- Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca

Resultats d'aprenentatge

1. Adequar les fases de la recerca a les disponibilitats temporals de la recerca.
2. Analitzar els resultats de recerca per obtenir nous productes o processos, valorant-ne la viabilitat industrial i comercial per a la seva transferència a la societat.
3. Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC

4. Definir i acotar un objecte d'estudi
5. Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
6. Dissenyar projectes de recerca tipus.
7. Establir les etapes metodològiques d'una recerca.
8. Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
9. Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
10. Presentar i defensar els projectes creats.
11. Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
12. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
13. Seleccionar les tècniques metodològiques adequades a un projecte tipus.
14. Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca

Continguts

Se trata de ayudar a la definición del proyecto final de master y someter a testeo su consistencia mediante el debate de los aspectos mas relevantes del objeto de estudio, los objetivos y las metodologías adecuadas para alcanzarlos.

Metodologia

Este módulo (9 créditos ECTS) representa un total de 225 horas de carga para el alumno distribuidas de la siguiente manera: 56,25 horas de Trabajo dirigido, 56,25 horas de Trabajo supervisado y 112,5 horas de Trabajo Autónomo. Las metodologías docentes incluyen clases magistrales, seminarios, lecturas de material bibliográfico, estudio personal, tutorías, realización y presentación oral de trabajos.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Clases	12	0,48	1, 4, 6, 7, 8, 13
Seminaris	44,25	1,77	5, 6, 10, 11, 12, 14
Tipus: Supervisades			
Elaboración de proyectos, presentación i debate de los mismos	56,25	2,25	2, 5, 9, 11, 12, 14
Tipus: Autònomes			
Lecturas, elaboración de los proyectos, preparación de las presentaciones	112,5	4,5	2, 3, 8

Avaluació

El sistema de evaluación contempla la realización de un Trabajo de módulo (70%), la defensa oral de dicho trabajo (20%) y la asistencia y participación activa del alumnado en las clases (10%).

El tema del treball es lliure, dins dels límits del temari del màster i coincidirà amb la temàtica elegida per al desenvolupament del TFM

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Aassistencia y participación	10%	0	0	5, 11, 12, 14
Defensa oral del proyecto	20%	0	0	2, 5, 9, 10, 14
Elaboración del proyecto	70%	0	0	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14

Bibliografia

Denscombe, M. (2010) Ground Rules for Social Research. Guidelines for good practice. New York: McGraw Hill.

Hackley, CH. (2003) Doing Research Projects in Marketing, Management and Consumer Research. London: Roulédgtge.

Murray, N. & Hughes, G. (2008) Writing up your University Assignments and Research Projects. New York: McGraw Hill.

Treadwell, D. (2013) Introducing Communication Research : Paths of Inquiry . Thousand Oaks, Calif. : SAGE.