

Licenciatura

Periodismo

Curso

2º ciclo

Asignatura

Estadística Aplicada a la Investigación en Comunicación de Masas

Código

20751

Semestre

Segundo

Número de créditos

5

Profesorado

Marc Ajenjo Cosp

Objetivos de la asignatura

Establecer las bases para el análisis de grandes conjuntos de datos. Se trata de que los estudiantes sean capaces de elaborar una investigación propia en el campo de la Comunicación de Masas, así como de analizar y evaluar la consistencia de investigaciones a las cuales se enfrentarán en el desarrollo futuro de su actividad profesional.

Temario:

1. Introducción
2. Estadística descriptiva: la elaboración de informes
 - 2.1. Estadística descriptiva univariada
 - 2.2. Estadística descriptiva bivariada
 - 2.3. Los números índice
3. Informática aplicada a la elaboración de informes: la hoja de cálculo EXCEL
4. Introducción a la estadística inferencial: la investigación en comunicación de masas
 - 4.1. El muestreo estadístico
 - 4.2. Inferencia univariable: los intervalos de confianza

4.3. Inferencia bivariante

4.3.1. Los tests de hipòtesis

4.3.2. Variables cualitativas: las tablas de contingencia

4.3.3. Variables cualitativas y cuantitativas: la comparaci3n de medias

4.3.4. Variables cuantitativas: la regresi3n lineal

5. Informàtica aplicada a la investigaci3n en comunicaci3n de masas: el paquete estadístico SPSS

Bibliografìa bàsica

FARRÉ, Mercè i RUIZ, Albert (1999) *Pràctiques d'estadística amb SPSS*, Col·lecci3 Materials 80. Universitat Aut3noma de Barcelona, Bellaterra.

LIZASOAIN HERNÁNDEZ, Luís (1999) *SPSS para Windows: versi3n 8 en castellano*, Paraninfo, Madrid.

LÓPEZ ROLDÁN, Pedro i LOZARES CODINA, Carlos (1999) *Anàlisi bivariante de dades estadístiques*, Col·lecci3 Materials 79. Universitat Aut3noma de Barcelona, Bellaterra.

MIQUEL, Salvador; BIGNÉ, Enrique; LÉVY, Jean-Pierre; CUENCA, Antonio Carlos; MIQUEL, María José (1997) *Investigaci3n de Mercados*, McGraw-Hill, Madrid.

PULIDO SAN ROMAN, Antonio (1987) *Estadística y técnicas de investigaci3n social*, Piràmide, México.

RASO NADAL, José M. et al (1987) *Estadística bàsica para ciencias sociales*, Ariel, Barcelona.

SÁNCHEZ CARRIÓN Juan Javier (1995) *Manual de anàlisis de datos*, Alianza Editorial, Madrid.

WIMMER Roger i DOMINICK Joseph (1996) *La investigaci3n científica de los medios de comunicaci3n. Una introducci3n a sus métodos*, Bosch, Barcelona.

Bibliografìa complementaria

ABAD, Adela i SERVÍN, Luís A. (1982) *Introducci3n al muestreo*. Editorial Limusa, México.

BISQUERRA ALZINA, Rafael (1987) *Introducci3n a la estadística aplicada a la investigaci3n educativa. Un enfoque informàtico con los paquetes BMDP y SPSSX*, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.

BISQUERRA ALZINA, Rafael (1989) *Introducci3n conceptual al anàlisis multivariante. Un enfoque informàtico con los paquetes SPSSX, BMDP, LISREL y SPAD* Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.

CALOT, Gérard (1988) *Curso de Estadística Descriptiva*, Paraninfo, Madrid.

DOMÈNECH MASSONS, Josep M. (1975) *Métodos estadísticos para la investigaci3n en ciencias humanas*, Herder, Barcelona.

FAIXES, A.; RODÀ, J.; SANS, J. (1988) *COU. Matemàtiques II. Estadística y Probabilidad*, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.

FERRAN ARANAZ, Magdalena (1996) *SPSS para Windows. Programaci3n y anàlisis estadístico*, Mc Graw-Hill, Madrid.

GARCÍA FERRANDO, Manuel (1994) *Socioestadística. Introducci3n a la estadística en sociología*, Alianza Editorial, Madrid.

GONICK, Larry i SMITH Woollcott (1999) *La estadística en cómic*, Zendrera Zariquiey, Barcelona.

HARVATOPOULOS, Yannis; LIVAN, Yves-Frédéric i SARNIN, Philippe. (1992) *El arte de la encuesta. Cómo realizarla y evaluarla sin ser especialistas*. Ediciones Deusto SA, Bilbao.

HOWARD Christensen B. (1989) *Estadística paso a paso*, Trillas, Mèxic.

HUERTAS, Amparo (1992) *Sistemas de medición de audiencia en televisión: evolución y tendencias*, Tesis doctoral, Facultat de Ciències de la Informació, Departament de Comunicació Àudio-visual i Publicitat, UAB.

MEYER, Philip (1993) *Periodismo de precisión*. Bosch, Barcelona.

PEREIRA GARZA, Manuel (1989) *La redundancia en la noticia radiofónica estricta*, Tesis doctoral, Facultat de Ciències de la Informació, Departament de Comunicació Àudio-visual i Publicitat, UAB.

QUIVY, Raymond i CAMPENHOUDT, Luc Van (1998) *Manual de investigación en ciencias sociales*, Editorial Limusa, México.

SANTICI, Gilles (1989) *L'audience et les médias*, Les éditions d'organisation, IREP, París.

SIERRA BRAVO Restituto (1995) *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*, Paraninfo, Madrid.

VISAUTA VINACUA Bienvenido (1989) *Técnicas de investigación social I: Recogida de datos*, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona.

Metodología docente. Teoría

Se establecerán las bases para un análisis descriptivo de los datos y para el análisis de encuestas. Se combinarán las clases teóricas con problemas estadísticos aplicados al campo de la comunicación de masas. También se analizarán artículos periodísticos desde el punto de vista del rigor estadístico.

Metodología docente. Prácticas

Las clases prácticas consistirán en el trabajo con ordenador. Se darán los elementos para la búsqueda en la red de datos susceptibles de ser tratados en artículos periodísticos; se explicarán las posibilidades de una hoja de cálculo (Excel) como medio para sintetizar grandes cantidades de datos; y se introducirá el paquete estadístico SPSS como instrumento para la explotación de encuestas desarrolladas en el ámbito de la comunicación de masas. Todas las sesiones constarán de una primera parte donde se expondrán los elementos teóricos imprescindibles, mientras que en una segunda se trabajará directamente con distintas bases de datos.

Sistema de evaluación

Existen dos formas distintas de aprobar la asignatura:

- Realizando dos trabajos de cada uno de los bloques: 2 de estadística descriptiva (temas 2 y 3) y 2 de estadística inferencial (temas 4 y 5). Los dos primeros consistirán en la redacción de artículos periodísticos a partir de unos datos que, o bien se facilitarán, o bien se requerirá que los alumnos los busquen, mientras que los otros dos estarán más en la línea de la investigación en comunicación de masas, donde será necesario extraer conclusiones propias de una investigación. Estos trabajos se harán en grupos de 2 personas y se plantearán a medida que termine cada una de las partes.
- Haciendo un examen escrito donde se demuestren los conocimientos adquiridos durante el curso.