

20662 Mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses I
20069 Mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses II

2n Publicitat i Relacions Públiques

Grup 54

1r. Semestre

Professorat:

Grup I Teresa Velázquez (Docència en castellà)

Grup II Olga del Río (Docència en català)

Fitxa de l'assignatura.

Identificació

- | | | |
|----|----------------------|---|
| 1. | Nom de l'assignatura | Mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses |
| 2. | Àrea | Periodisme |
| 3. | Tipus | Troncal |
| 4. | Crèdits (ECTS) | 5 |
- | | | | | |
|--|--|--|-------------|---|
| | | | | |
| | | | Obligatòria | x |
| | | | Optativa | |

Descripció

- Finalitats / propòsits de la formació : Introduir a l'alumne en les principals mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses, així com, en els instruments teòrics, pràctics i de referència necessaris per a l'aplicació a la investigació en comunicació de masses de manera que, mitjançant un coneixement ordenat i sistemàtic de les diferents metodologies aplicables a Publicitat i Relacions Públiques, l'alumne interpreti correctament la lectura d'un treball de recerca aplicat a la comunicació de masses, elabori d'un projecte d'investigació i desenvolupi el seu treball de curs corresponent a una recerca.
- Mòduls, blocs, temes o apartats:
 - tema 1. Introducció a la investigació de la comunicació
 - tema 2. La investigació sobre publicitat i relacions públiques
 - tema 3. El procés d'investigació i les seves etapes
 - tema 4. Tècniques d'investigació per a l'anàlisi dels mitjans de comunicació
 - tema 5. Les tècniques d'anàlisi de dades quantitatives i qualitatives
 - tema 6. Anàlisi i interpretació de les dades i elaboració de conclusions
- Bibliografia comentada:

ADORNO, Th. W. *Epistemología y ciencias sociales*. Madrid, Cátedra (Valencia), Universitat de València, 2001 (Tema 1)

ANDER-EGG, E. *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21è. Ed (Temes 1,2,3,4,5 6) (Manual de consulta)

BERICAT, E. *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona, Ariel, 1998 (Temes 1 i 2)

BARDIN, L. *El análisis de contenido*. Madrid, Akal, 1986, 21è. ed. (Tema 4)

BOSCH, J.L. i TORRENTE, D. *Encuestas telefónicas y por correo*. Cuadernos Metodológicos, no. 9. Madrid, CIS, 1993. (Tema 4)

BUSQUET, J., MEDINA, A. i SORT, J. *La recerca en comunicació. Què hem de saber?. Quins passos hem de seguir?*. Barcelona, UOC, 2006. (Tema 1, 2 i 3)

CALLEJO GALLEGO, J. *El Grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona, Ariel, 2001. (Tema 4)

GALINDO CÁCERES, J. (coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México, Addison Wesley Longman, 1998. (Temes 1,2, 3, 4)

GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Editorial, 2001. (Tema 4)

GUASCH, O. *Observación participante*. Madrid, CIS, 1997 (Tema 4)

HERNÁNDEZ SAMPIETRO, R, FERNÁNDEZ COLLADO, C. i BAPTISTA LUCIO, P. *Metodología de la investigación*. México (DF), McGraw-Hill, 2003, 3ª ed. (temes 5 i 6)

JENSEN, K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993. (Temes 1, 2, 3, 4)

KING, Gary, KEOHANE, Robert O. i VERBA, Sidney *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid, Alianza Editorial, 2000 (Temes 3 i 4)

KRIPPENDORFF, K. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, Paidós, 1990 (Tema 4)

PUJADA, J.J. *El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Cuadernos Metodológicos, no. 5. Madrid, CIS, 1992 (Tema 4)

SÁNCHEZ CARRIÓN, J.J. *Manual de análisis estadístico de los datos*. Madrid, Alianza Editorial, 1999, 2ª ed. rev. (Temes 5 i 6)

TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992 (Temes 1,2,3 i 4)

WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1996, 1a. ed. (Temes 1 al 6) (Manual de consulta)

----- *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México, International Thomson cop. 2001, 6ªed. (Temes 1 al 6) (Manual de consulta)

REVISTES ESPECIALITZADES:

Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura.

Anuario FUNDESCO

Anuario El País

Communication

DeSignis

European Journal of Communication

International Journal of Cultural Studies

NORDICOM

RAI.VQPT

SIGNA

TELOS

VARIETY

VERSUS

o

4. Referències per estructurar el treball de l'alumne

PONS, I. *Programación de la investigación social*. Madrid, C.I.S., 1993. (Temes 1 al 4)

RUIZ OLABUENAGA, J.I. *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao, Ediciones Universidad de Deusto, 1998 (Temes 1 al 4)

o

5. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
1	1.1.6 1.2.4; 1.2.6
2	2.3.8 al 2.3.18 2.4.8 al 2.4.18
4	4.6.25 al 4.6.27
5	5.7.28 al 5.7.34 5.8.28 al 5.8.34

6	6.9.35; 6.9.36 6.10.36 6.11.37; 6.11.38
7	7.12.40 al 7.12.42
9	9.14.47 al 9.14.53 9.15.47 al 9.15.53

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Bloc 1 Temes 1 i 2	20%	Explicació dels principals mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses i dels instruments teòrics, pràctics i de referència necessaris per a l'aplicació a la investigació en comunicació de masses i les diferents metodologies aplicables a la Publicitat i Relacions Públiques en relació a les demandes empresarials, institucionals i socials, així com, les principals orientacions i àrees de la investigació: disciplines, metodologies i procediments i els tipus d'orientació pràctica: crítica cultural i investigació crítica, la investigació institucional, de control i supervisió, la investigació aplicada a la indústria amb la finalitat de potenciar un coneixement ordenat i sistemàtic. Motivar a l'alumne a pensar sobre la idea o tema sobre el que vol investigar. Donar els instruments per la cerca de les fonts generals d'investigació i documentació, la qual cosa portarà a determinar l'àmbit de recerca, permetrà a l'alumne a ubicar la idea o tema de recerca. Avaluació: Presentar de manera esquemàtica, els primers resultats de la cerca de fons i documental i la idea o tema situat dins un marc teòric concret
Bloc 2 Tema 3	28%	Explicar les fases del procés d'investigació i, a mesura que es van desenvolupant els continguts teòrics del tema, acompanyar l'inici del projecte de recerca amb els coneixements que és van adquirint. L'alumne comptarà amb un projecte de recerca de l'àmbit de la publicitat i a les relacions públiques com a cas d'estudi per tal que l'interpreti. Avaluació: Presentar l'elaborar el projecte d'investigació, des de l'idea o tema fins els supòsits i hipòtesis
Bloc 3 Tema 4	16%	Explicar les diferents tècniques i instruments per l'extracció i anàlisi de dades tant quantitatives com qualitatives i orientar a l'alumne sobre els instruments més adequats per aplicar a la seva recerca. Avaluació: Presentar la continuació de l'elaboració del projecte des del disseny fins la bibliografia. Presentar el projecte de recerca
Bloc 5 Temes 5 i 6	36%	Posar en pràctica les tècniques, programaris i instruments més adequats per l'anàlisi de dades quantitatives i les categories qualitatives. Realització de pràctica col·lectiva com a prova pels suports i instruments a utilitzar per l'extracció de dades i categories. Desenvolupar el treball de curs corresponent a una recerca, informe, etc., a partir del disseny del projecte. Avaluació: Presentació de la recerca

Titulació Publicitat i Relacions Públiques Assignatura Mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de Masses I i II Codi: 20662 i 20669 Curs: Segon Tipus: Obligatòria Crèdits Plà 1992 5/5 Crèdits ECTS 2/2 Professorat: I (Teresa Velázquez – Docència en castellà); II (Olga del Río – Docència en català)							
Continguts per blocs temàtics	Competències que es desenvolupen	Objectius en relació a la competència	Tipus d'activitats docents (1)	Hores		Activitat d'avaluació (2)	Ponderació respecte el valor final %
			1, 2, 3, 4, 5, 6, 7	Actual 100 Prof. Alumne Crèdits	ECTS 50/50	1,2,3,4,5,6,7,8, 9,10	
Bloc 1 Investigar en comunicació Tema 1.Introducció a la investigació de la comunicació Tema 2. La investigació sobre publicitat i relacions públiques	Comunicatives (1.2.4 i 1. 2.6) Científiques (2.3.12)	Introducció a les principals mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses i als instruments teòrics, pràctics i de referència necessaris per a l'aplicació a la investigació en comunicació de masses. Potenciar un coneixement ordenat i sistemàtic de les diferents metodologies aplicables a la Publicitat i Relacions Públiques en relació a les demandes empresarials, institucionals i socials. Determinar les principals orientacions i àrees de la investigació: disciplines, metodologies i procediments i els tipus d'orientació pràctica: crítica cultural i investigació crítica; investigació institucional, de control i supervisió; investigació aplicada a la indústria. Donar instruments per la cerca de les fonts generals d'investigació i documentació. Determinar l'àmbit de recerca. Ubicar la idea o tema de recerca. Presentar el resultat de la cerca de fons i documental Situar el marc teòric pertinent a la recerca. Presentar el tema de recerca	1, 2, 3, 4, 6	<u>totals</u> indicar <u>100</u> <u>(50/50)</u> 20	<u>totals</u> indicar <u>50/50</u> 15	1,2,3	20%

2 Bloc Aprendre a planificar la investigació Tema 3.El procés d'investigació i les seves etapes	Científiques (2.3.8 al 2.3.10; 2.4.11) Desenvolupament de l'autoaprenentatge (9.15.48)	Explicar les fases del procés d'investigació i, a mesura que es van desenvolupant els continguts teòrics del tema, acompanyar l'inici del projecte de recerca amb els coneixements que és van adquirint. . L'alumne comptarà amb un projecte de recerca de l'àmbit de la publicitat i a les relacions públiques com a cas d'estudi per tal que l'interpreti. Aprendre a relacionar el continguts teòrics assolits amb l'elaboració del projecte d'investigació, des de l'idea o tema fins els supòsits i hipòtesis	1,2,3,4,6	Indicar 30	Indicar 20	2,3,4,5	28%
3 Bloc Els instruments de la investigació Tema 4. Tècniques d'investigació per l'anàlisi de la comunicació	Comunicatives (1.2.6) Científiques (2.3.8 ; 2.3.10; 2.4.11) Tecnològiques (4.6.25) Valors morals: ètica de la investigació (7.12.41) Desenvolupament de l'autoaprenentatge (9.15.48)	Explicar les diferents tècniques i instruments per l'extracció i anàlisi de dades i orientar a l'alumne sobre els instruments més adequats per aplicar a la seva recerca Assoliments dels instruments adequats per aplicar al tema de recerca i continuar amb l'elaboració del projecte des del disseny fins la bibliografia. Presentar el projecte de recerca	1,2,3,4,6	Indicar 15	Indicar 15	2,3,4,5,6	16%
4 Bloc La pràctica de la investigació Tema 5. Aplicació de les tècniques d'anàlisi de dades quantitatives i les categories d'anàlisi qualitatives Tema 6. Anàlisi i interpretació de les dades i elaboració de conclusions	Comunicatives (1.2.6) Científiques (2.3.8 al 2.3.12; 2.4.11; 2.4.13) Valors morals: ètica de la investigació (7.12.41) Desenvolupament de l'autoaprenentatge (9.15.48; 9.15.53)	Posar en pràctica les tècniques, programaris i instruments més adequats per l'anàlisi de dades quantitatives i les categories qualitatives. Realització de pràctica col·lectiva com a prova pels suports i instruments a utilitzar per l'extracció de dades i categories. Desenvolupar el treball de curs corresponent a una recerca, informe, etc., a partir del disseny del projecte. Presentació de la recerca	1,2,3,4,5,6,7	35	50	1,2,3,4,5,6,7,9, 10	36%

Activitats d'aprenentatge possibles:1Directes, 2Tutelades,3Treball de camp,4Laboratori,5 Seminari-Fòrum,6 Treball autònom,7Preparació avaluació.

(1) Activitats d'avaluació: 1. Prova/entrevista diagnòstica inicial, 2. Informe de progrés, 3. Proves, exercicis, problemes, de procés, 4. Autoavaluació de l'alumne (individual, en grup) de procés, segons pauta, 5. Observacions de procés segons pauta, 6. Valoració final d'informes, treballs, projectes, etc., (individual, o en grup), 7. Proves finals (escrites, orals, ...) , 8. Proves finals d'opció múltiple, 9.Portfolio alumne, Memòria, 10. Autoavaluació de l'alumne final.

PROVA PILOT**Mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses**

Codi	Aules i Espais	Activitat	Professorat Tipologia	Observacions
20662 i 20669	Aules convencionals	Explicacions generals al grup classe.	1 Numerari	
	Aules polivalents	Explicacions i treball col·lectiu amb el grup classe.	1 Numerari 4 Ajudants/Associats o Numerari	
	Aules laboratori	Treball en grups reduïts d'alumnes amb presència docent.	4 Associats/Ajudants o Numerari	Informatitzats
	Aules laboratori	Treball dels alumnes de forma autònoma.		Informatitzats
	Seminaris	Treball en grups reduïts per a tutories.	4 Associats/Ajudants o Numeraris	
	Despatx d'atenció individual a alumnes	Tutoria personalitzades.	4 Associats/Ajudants o Numeraris	Cada professor disposarà del seus espai individualitzat