

MÈTODES I TÈCNIQUES D'INV. EN COMUNICACIÓ DE MASSES I-II

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura	Mètodes i Tècniques d'Investigació en Comunicació de Masses I i II		
2. Àrea	Periodisme	Titulació	Publicitat i Relacions Públiques
3. Tipus	<i>Troncal</i>	<i>Obligatòria x</i>	<i>Optativa</i>
4. Crèdits (ECTS)	5		

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació :

a. 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.

1. 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**

2. Bibliografia comentada:

_____ MANUALS
BERGANZA, M.R. y RUIZ J.A. (coordinadores) Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación. Madrid. McGraw Hill. 2005
HERNÁNDEZ SAMPIERI, R, FERNÁNDEZ COLLADO, C. I BAPTISTA LUCIO, P. Metodología de la investigación. México (DF), McGraw-Hill, 2003, 3ª ed.
SIERRA BRAVO, R. Técnicas de Investigación Social. Teoría y Ejercicios. Madrid. Ed. Paraninfo. 1992.

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)

ALTRES LLIBRES

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)

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

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

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

JENSEN, K.B. i JANKOWSKI, K.B. (eds.) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993.

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)

WOLF, M. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Barcelona. INSTRUMENTOS PAIDOS. 1987 (Tema 1)

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

3. 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)

4. 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 quantitatius i les categories qualitatives. Desenvolupar el treball de curs corresponent a una recerca, informe, etc., a partir del disseny del projecte. Avaluació: Presentació de la recerca

Plantilla de l'assignatura (model de continguts qualitatiu, complementa a la general d'assignatura)

Contingut per blocs temàtics	Competències escollides	Objectius en relació a la competència	Activitats docents (veure fitxes)			Hores destinades		Activitats d'Avaluació (veure descriptor)
			Presencial s	Dirigides	Autònomes	Professor	Alumne	
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	1, 2, 3, 4		6	100 (50/50) 20	50/50 15	1,2,3

		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						
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	30	20	2,3,4,5

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	15	15	2,3,4,5,6
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 quantitatius 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

