

## M?todes de Recerca en Comunicació

2014/2015

Codi: 103868

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	OB	2	2

### Professor de contacte

Nom: Iliana Ferrer Rodriguez

Correu electrònic: Iliana.Ferrer@uab.cat

### Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

### Prerequisits

No hay

### Objectius

La asignatura forma parte del bloque formativo Investigación en Comunicación, juntamente con Investigación de mercados y del consumidor.

Objetivos formativos de la asignatura:

- Estudiar los métodos y técnicas cuantitativos y cualitativos de investigación en comunicación y publicidad.
- Explicar las estrategias más adecuadas para la planificación y el diseño de la investigación en comunicación y publicidad.
- Obtener el conocimiento básico que le permita al estudiante diseñar y desarrollar un proyecto de investigación con rigor científico en el ámbito de la comunicación y la publicidad.
- Conocer las técnicas de exposición oral que ayudan a mejorar la presentación y defensa pública de las investigaciones.

### Competències

- Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través dels instruments convencionals d'exposició i presentació públics de resultats de les investigacions.
- Utilitzar els diferents mètodes i instruments d'anàlisi que són habituals en la recerca en comunicació.

### Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar les tècniques d'exposició oral en la presentació d'investigacions.
2. Descriure les característiques que diferencien els estudis quantitatius dels qualitius en l'anàlisi i la resolució de problemes de comunicació.
3. Dirigir les discussions de grup.
4. Identificar i seleccionar l'objecte d'estudi, les fonts més pertinents, les hipòtesis, les variables, els protocols d'anàlisi i la validació i verificació de resultats.
5. Realitzar presentacions públiques per a la defensa d'estudis de cas sobre campanyes publicitàries i de relacions públiques.

### Continguts

Tema 1.- Introducció a la investigació científica en el àmbit de la comunicació.

- El mètode científic
- Tipologies i línies de investigació generals
- Centres de investigació en comunicació i espais per a la difusió de coneixement científic
- Publicacions especialitzades i recursos en la xarxa en la investigació en comunicació
- Búsqueda de informació i fonts

Tema 2. El procés de investigació i les etapes

- El projecte de investigació: estructura i continguts.
- Tema i àmbit disciplinari
- Definició de l'objecte d'estudi
- Definició dels objectius/hipòtesis/preguntes de investigació
- Definició del marc teòric
- Disseny metodològic
- Univers i mostra

Tema 3 .- Mètodes de investigació.

- Mètodes quantitatius: anàlisi de contingut, enquesta, investigació experimental, entre altres.
- Mètodes qualitatius: observació etnogràfica, focus group, entrevistes en profunditat, històries de vida, entre altres.
- Anàlisi dels textos o dels missatges: anàlisi del discurs, retòric, narratiu, semiòtic.
- Estudi de cas
- Triangulació metodològica
- El pre-test i el post-test
- Elaboració de l'instrument d'anàlisi
- La prova pilot

Tema 4 .- Recollida, anàlisi i interpretació dels dades

- La fiabilitat i la validesa
- Obtenició, categorització i comprovació dels resultats
- Elaboració de les conclusions

## Metodologia

Activitats dirigides:

- a) Clases magistrals: explicació general dels continguts de la assignatura.
- b) Seminari: realització d'activitats específiques basades en l'anàlisi de investigacions o discussió de casos. A més, se capacitarà al estudiant en la defensa i presentació pública de resultats de investigació.
- c) Pràctiques de laboratori: desenvolupament d'un projecte de investigació propi. Llibre elecció del tema.

Activitats supervisades:

- a) Tutories presencials individuals o en grup per solucionar problemes de l'aprenentatge.
- b) Tutories grupals que guien les diferents fases del desenvolupament del treball de investigació.

Activitats autònoms:

- a) Els estudiants hauran de portar a terme les lectures del material indicat. A més, hauran de desenvolupar totes les activitats planificades en les classes magistrals, els seminaris i les pràctiques.
- b) Elaboració d'un projecte de investigació propi, aplicant les diferents tècniques metodològiques apreses.
- c) Búsqueda de informació de rigor científic.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Presencial teòrica	15	0,6	1, 2, 3, 4

Tipus: Supervisades

Examen	3	0,12	2, 4
Pràctiques en Seminarios	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5
Tutoria de los proyectos grupales de investigación	3	0,12	1, 2, 3, 4
Tipus: Autònomes			
Desarrollo de la investigación, búsqueda de fuentes de documentación, lecturas y preparación de las exposiciones.	51	2,04	1, 2, 3, 4, 5

## Avaluació

- Elaboración y desarrollo de un proyecto de investigación en grupo (50%). El trabajo estará tutorizado frecuentemente por el profesor de práctica durante todo el semestre.
- Participación, entrega de actividades en los seminarios y defensa pública de los resultados de investigación (20%).
- Examen teórico (30%).

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Entrega del trabajo final (investigación)	50%	3	0,12	2, 4
Examen	30%	3	0,12	2, 4
Pràctiques en Seminarios (lecturas, exposiciones)	20%	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5

## Bibliografia

- Casetti, Francesco & Di Chio, Federico (2006). Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación. México: Paidós.
- Eguizábal, Raul & Caro, Antonio (1996). Medición, Investigación e Información de la Publicidad. Comunicación 2000.
- Huertas Bailén, A. "De la medición de la audiencia al conocimiento de los públicos" Aula abierta. Lecciones básicas.
- Portal de la Comunicación, InCom. Disponible en: [http://portalcomunicacion.es/uploads/pdf/22\\_esp.pdf](http://portalcomunicacion.es/uploads/pdf/22_esp.pdf)
- Igartua, J.J. & Humanes, M. L. "El método científico aplicado a la investigación en comunicación social" Aula abierta.
- Lecciones básicas. Portal de la Comunicación, InCom. Disponible en: [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6_esp.pdf)
- Igartua, J.J. (2006) Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Ed. Bosch.
- Jensen, K.B. & Jankowski, N.W. (1993). Métodos cualitativos de investigación en comunicación de masas. Barcelona: Ed. Bosch.
- Krippendorff, Klaus (1990). Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica. Barcelona: Paidós.
- Lozano, José Carlos (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas. México: Pearson Educación de México.
- Rodríguez del Bosque, Ignacio & otros (2008). Dirección Publicitaria. Barcelona: Editorial UOC.
- Wimmer, R.D. & Dominik, J.R. (1996). La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch.

- Wolf, Mauro (1991). La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas. Barcelona: Paidós.
- Wolf, Mauro (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós.