

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 qualitatius 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.- Introducción a la investigación científica en el ámbito de la comunicación.

- El método científico
- Tipologías y líneas de investigación generales
- Centros de investigación en comunicación y espacios para la difusión de conocimiento científico
- Publicaciones especializadas y recursos en la red en la investigación en comunicación
- Búsqueda de información y fuentes

Tema 2. El proceso de investigación y sus etapas

- El proyecto de investigación: estructura y contenidos.
- Tema y ámbito disciplinario
- Definición del objeto de estudio
- Definición de los objetivos/hipótesis/preguntas de investigación
- Definición del marco teórico
- Diseño metodológico
- Universo y muestra

Tema 3 .- Métodos de investigación.

- Métodos cuantitativos: análisis de contenido, encuesta, investigación experimental, entre otros.
 - Métodos cualitativos: observación etnográfica, focus group, entrevistas en profundidad, historias de vida, entre otros.
 - Análisis de los textos o los mensajes: análisis del discurso, retórico, narrativo, semiótico.
 - Estudio de caso
 - Triangulación metodológica
 - El pre-test y el post-test
 - Elaboración del instrumento de análisis
 - La prueba piloto
- Tema 4 .- Recogida, análisis e interpretación de los datos
- La fiabilidad y la validez
 - Obtención, categorización y comprobación de los resultados
 - Elaboración de las conclusiones

Metodología

Actividades dirigidas:

- a) Clases magistrales: explicación general de los contenidos de la asignatura.
- b) Seminarios: realización de actividades específicas basadas en el análisis de investigaciones o discusión de casos. Asimismo, se capacitará al estudiante en la defensa y presentación pública de resultados de investigación.
- c) Prácticas de laboratorio: desarrollo de un proyecto de investigación propio. Libre elección del tema.

Actividades supervisadas:

- a) Tutorías presenciales individuales o en grupo para solucionar problemas del aprendizaje.
- b) Tutorías grupales queguén las diferentes fases del desarrollo del trabajo de investigación.

Actividades autónomas:

- a) Los estudiantes deberán llevar a cabo las lecturas del material indicado. Asimismo, deberán desarrollar todas las actividades planificadas en las clases magistrales, los seminarios y las prácticas.
- b) Elaboración de un proyecto de investigación propio, aplicando las diferentes técnicas metodológicas aprendidas.
- c) Búsqueda de información de rigor científico.

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
Prácticas en Seminarios	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5
Tutoría 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
Prácticas 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
- 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
- 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.