

Mètodes de Recerca en Comunicació

Codi: 103868

Crèdits: 6

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

Professor/a de contacte

Nom: Josep Àngel Guimerà Orts

Correu electrònic: JosepAngel.Guimera@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Jesica Ana Florencia Menendez Signorini

Santiago Jordan Avila

Prerequisits

No n'hi ha.

Objectius

L'assignatura forma part del bloc formatiu Investigació en Comunicació, juntament amb Investigació de mercats i del consumidor.

Objectius formatius de l'assignatura:

- Estudiar els mètodes i tècniques quantitatives i qualitatives d'investigació en comunicació i publicitat.
- Explicar les estratègies més adequades per a la planificació i el disseny de la recerca en comunicació i publicitat.
- Obtindre el coneixement bàsic que permeti a l'estudiant dissenyar i desenvolupar un projecte de recerca amb rigor científic en l'àmbit de la comunicació i la publicitat.
- Conèixer les tècniques d'exposició oral que ajuden a millorar la presentació i defensa pública de les recerques.

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. Descriure les característiques que diferencien els estudis quantitius dels qualitius en l'anàlisi i la resolució de problemes de comunicació.

2. Dirigir les discussions de grup.
3. 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.
4. Realitzar presentacions públiques per a la defensa d'estudis de cas sobre campanyes publicitàries i de relacions públiques.
5. Utilitzar les tècniques d'exposició oral en la presentació d'investigacions.

Continguts

Tema 1. El coneixement científic: mètode, natura i característiques

Tema 2. El procés de recerca: fases i processos

Tema 3. El projecte de recerca

Tema 4. Tècniques de recerca quantitatives

Tema 5. Tècniques de recerca qualitatives

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere

Metodologia

Activitats dirigides:

- a) Classes magistrals: explicació del contingut teòric de l'assignatura.
- b) Seminaris: activitats específiques basades en l'anàlisi d'investigacions i discussió de casos. Capacitació en la defensa i presentació pública de resultats de recerca.
- c) Pràctiques de laboratori: desenvolupament d'un projecte propi de recerca.

Activitats supervisades:

- a) Tutories presencials individuals o en grup per a solucionar problemes.
- b) Tutories grupals per guiar les diferents fases del desenvolupament del treball de recerca.

Activitats autònomes:

- a) Els estudiants hauran de dur a terme les lectures del material indicat. Així mateix, hauran de desenvolupar totes les activitats planificades a les classes magistrals, els seminaris i les pràctiques.
- b) Elaboració d'un projecte d'investigació propi, escollint d'entre les diferents tècniques metodològiques apreses.
- c) Cerca d'informació de natura científica.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes de teoria	15	0,6	1, 2, 3, 5
Tipus: Supervisades			
Examen	3	0,12	1, 3
Pràctiques en seminaris	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5
Tutoria dels projectes de recerca	3	0,12	1, 2, 3, 5
Tipus: Autònomes			
Desenvolupament de la recerca, cerca de fonts d'informació, lectures i preparació de les exposicions.	51	2,04	1, 2, 3, 4, 5

Avaluació

- Elaboració i desenvolupament d'un projecte de recerca en grup. El treball es tutoritzarà al llarg de tot el curs tant a classe com en sessions als despatxos dels professors (50%)
- Participació, entrega d'activitats als seminaris i defensa pública dels resultats de la recerca (20%).
- Examen teòric (30%).

Per poder acudir a revaluació tant del treball com de l'examen els alumnes hauran d'haver tret un mínim de 3. Un treball plagiat totalment o en part no es podrà reavaluar, ja que es qualificarà automàticament amb un zero. Els seminaris no es podran reavaluar de cap manera.

Per poder acudir a revaluació per pujar nota els alumnes hauran d'haver obtingut un mínim de 8, tant al treball com a l'examen. En cas de venir a revaluació, l'alumne es quedarà amb la nota de la segona prova.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	30%	3	0,12	1, 3
Pràctiques de seminaris	20%	36	1,44	1, 2, 3, 4, 5
Treball de curs (projecte de recerca)	50%	3	0,12	1, 3

Bibliografia

- Beganza, Maria Rosa i Ruiz, José A. (coords.)(2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw Hill.
- Blaxter, Loraine i altres (2008). *Cómo se investiga*. Barcelona: Graó.
- Bogner, Alexander (2009). *Interviewing experts*. Londres: Palgrave Macmillan.
- Casetti, Francesco i Di Chio, Federico (2006). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. México: Paidós.
- Della Porta, Donatella i Keating, Michael (eds.)(2013). *Enfoques y metodologías de las ciencias sociales. Una perspectiva pluralista*. Madrid: Akal.
- Denzin, Norman K. i Lincoln, Ionna S. (coords.) (2012-2015). *Manual de investigación cualitativa*. Madrid: Gedisa. (4 volums)
- Duverger, Morice (1981). *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel.
- Eguizabal, Raul i Caro, Antonio. (1996). *Medición, Investigación e Información de la Publicidad*. Madrid: Edipo.
- Fábregues, Sergi i altres (2016). *Técnicas de investigación social y educativa*. Barcelona: Editorial UOC.
- Petty, Gary R. i altres (2017). *Communication research methodology. A strategic approach to applied research*. Nova York: Routledge.
- Huertas Bailén, Amparo (2006). *De la medición de la audiencia al conocimiento de los públicos*. Recuperat de http://portalcomunicacion.es/uploads/pdf/22_esp.pdf
- Igartua, Juan José i Humanes, María Luisa (2004a). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Igartua, Juan José i Humanes, María Luisa (2004b). *El método científico aplicado a la investigación en comunicación social*. Recuperat de http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6_esp.pdf
- Igartua, Juan José (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Jensen, Klaus B. i Jankowski, Nicholas W. (1993). *Métodos cualitativos de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- Krippendorff, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido: teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.
- Kumar, Ranjit (2015). *Research methodology*. Londres: Sage.
- Lozano, Juan Carlos (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson Educación.
- McQuail, Dennis (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Ruiz, José I, i altres (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Deusto.

Rodriguez del Bosque, Ignacio i altres (2008). *Dirección Publicitaria*. Barcelona: Editorial UOC.

Sancho, Jordi (2014). *Com escriure i presentar el millor treball acadèmic*. Vic: EUMO.

Soriano, Jaume. (2007). *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo.

Treadwell, Donald (2014). *Introducing communication research. Paths to inquiry*. SAGE: Thousand Oaks.

Vasilachi de Gialdino, Irene (coord.) (2006). *Estrategias cualitativas de investigación*. Barcelona: Gedisa.

Wimmer, Roger D. & Dominik, Joseph 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.