

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

1. El coneixement científic: mètode, natura i característiques
2. El procés de recerca: fases i processos
3. El projecte de recerca
4. Tècniques de recerca quantitatives
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.

Activitats supervisades:

- a) Tutories individuals o en grup per a solucionar problemes.
- b) Lectures i debats: activitats específiques basades en l'anàlisi d'investigacions i discussió de casos.
- c) Pràctiques de laboratori: desenvolupament d'un projecte propi de recerca. Capacitació en la defensa i presentació pública de resultats 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.
- 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	33	1,32	1, 2, 3, 4, 5
Tutoria dels projectes de recerca	3	0,12	1, 2, 3, 5

Desenvolupament de la recerca, cerca de fonts d'informació, lectures i preparació de les exposicions.	51	2,04	1, 2, 3, 4, 5
---	----	------	---------------

Avaluació

El sistema d'avaluació continuada de l'assignatura integra quatre tipus d'activitats diferents.

Activitat treball de curs, 50% de la nota final

Activitat Examen, 30% de la nota final

Activitat Exposició oral, 10% de la nota final

Activitat lectures i debat, 10% de la nota final.

Per poder aprovar l'assignatura, els alumnes han d'haver tret una nota mínima de 5 tant al treball com a l'examen.

Per poder-se presentar a la recuperació de l'assignatura, s'haurà hagut d'obtenir una nota mitjana mínima de 3.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. L'assistència a les pràctiques de laboratori és obligatòria. L'alumne que hagi faltat a més d'un terç de les pràctiques no podrà aprovar aquesta activitat.

Les activitats Lectures i debat; i Exposició oral no es podran recuperar.

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació.

Aquest acte d'avaluació no es podrà recuperar. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Els alumnes que hagin tret un 8 al treball i/o a l'examen podran demanar una segona prova per millorar la nota.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	30%	3	0,12	1, 3
Exposició oral	10%	3	0,12	2, 4, 5
Lectures i debat	10%	3	0,12	1, 2, 3
Treball de curs (projecte de recerca)	50%	36	1,44	1, 3

Bibliografia

Ander-Egg, Ezequiel (2015): Aprender a investigar: nociones básicas de investigación social. Córdoba (Argentina): Brujas.

Ballestín, Beatriz i Fábregues, Sergi (2018): La práctica de investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación. Barcelona: UOC.

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.

Busquet, Jordi i Medina, Alfons (coord.) (2017): La investigación en comunicación. ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir?. Barcelona: UOC.

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, Ivonna S. (coords.) (2012-2015). *Manual de investigación cualitativa*. Madrid: Gedisa. (4 volums)

Duverger, Morice (1981). *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel.

Eguizábal, 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: Reutledge.

Huertas Bailén, Ampa

Ballestín, Beatriz i Fábregues, Sergi (2018): La práctica de investigación cualitativa en ciencias sociales y de la educación. Barcelona: UOC.

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, Lorraine i altres (2008). *Cómo se investiga*. Barcelona: Graó.

Bogner, Alexander (2009). *Interviewing experts*. Londres: Palgrave Macmillan.

Busquet, Jordi i Medina, Alfons (coord.) (2017): La investigación en comunicación. ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir?. Barcelona: UOC.

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, Ivonna S. (coords.) (2012-2015). *Manual de investigación cualitativa*. Madrid: Gedisa. (4 volums)

Duverger, Morice (1981). *Métodos de las ciencias sociales*. Barcelona: Ariel.

Eguizábal, 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: Reutledge.

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.

Rodríguez 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 (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.

Rodríguez 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.

Verd, Joan Miquel i Lozares, Carlos (2016): *Introducción a la investigación cualitativa: fases, métodos y técnicas*. Madrid: Síntesis.

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.

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.