

Communication Research Methods

Code: 103868
ECTS Credits: 6

Degree	Type	Year	Semester
2501935 Advertising and Public Relations	OB	2	2

Contact

Name: Josep Àngel Guimerà Orts
Email: JosepAngel.Guimera@uab.cat

Use of Languages

Principal working language: catalan (cat)
Some groups entirely in English: No
Some groups entirely in Catalan: Yes
Some groups entirely in Spanish: No

Teachers

Jesica Ana Florencia Menendez Signorini
Santiago Jordan Avila

Prerequisites

No prerequisites.

Objectives and Contextualisation

The subject is part of the Communication Research area, along with Estudis del mercat i del consumidor.

This subject has this educational objectives:

- Study the qualitative and quantitative research methods and techniques in communication and advertising
- Show the more adequate research strategies in order to planificate and design researches in communication and advertising
- Obtain basic knowledge that allow students to design and conduct a research project with scientific rigor in the area of communication and advertising.
- Learn techniques that improve oral presentations and public defense of research projects.

Competences

- Relay complex concepts and data simply, using conventional tools for presenting and publicly disclosing research findings.
- Use the different analysis methods and tools that are common in communication research.

Learning Outcomes

1. Describe the characteristics that differentiate quantitative studies from qualitative studies in the analysis and resolution of communication problems.
2. Develop public presentations to defend case studies on advertising and public relations campaigns.
3. Identify and select the object of study, the most relevant sources, hypotheses, variables, analysis protocols and the validation-verification of results.
4. Lead group discussions.
5. Use oral presentation techniques in presenting research.

Content

1. Scientific knowledge: method, nature and characteristics
 2. The research process: steps and processes
 3. The research project
 4. Quantitative research methods
 5. Qualitative research methods
- This subject will be sensitive to issues of gender perspective.

Methodology

Directed activities:

- a) Master classes: explanation of the theoretical content of the subject.

Supervised activities:

- a) Individual or group tutorials to solve problems.

- b) Lectures and debates: specific activities based on the analysis of investigations and discussion of cases.

- c) Laboratory practices: development of an own research project. Training in the defense and public presentation

Autonomous activities:

- a) Students must carry out the readings of the indicated material. Likewise, they will have to develop all the activities
- b) Preparation of an own research project.
- c) Search for information of a scientific nature.

Activities

Title	Hours	ECTS	Learning Outcomes
Type: Directed			
Master classes	15	0.6	1, 4, 3, 5
Type: Supervised			
Exam	3	0.12	1, 3
Laboratory practice	33	1.32	1, 4, 3, 2, 5
Tutoring of the research project	3	0.12	1, 4, 3, 5
Type: Autonomous			
Research design, use of information sources, readings and preparation of oral presentations.	51	2.04	1, 4, 3, 2, 5

Assessment

The continuous formative assessment system is organized in four different parts.

Final project, 50% on the final grade.

Theory final test, 30% on the final grade.

Readings and debates, 10% on the final grade.

Oral presentation, 10% on the final grade.

Exam and Reserach project must be passed (5 over 10) to pass the course.

To have access to revaluation, the previous grades should be 3.

The student will be entitled to the revaluation of the subject if he or she has been evaluated of the set of activities the weight of which equals a minimum of 2/3 of the total grade of the subject. Attendance to laboratory practices is mandatory. The student who has missed more than one third of the practices will not be able to approve this activity.

The activities that are excluded from the revaluation process are Oral presentation and Readings and debates. The student who performs any irregularity (copy, plagiarism, identity theft...) that can lead to a significant variation of the qualification of an evaluation act, will be qualified with 0 this act of evaluation. This activity cannot be reassessed, In case there are several irregularities, the final grade of the subject will be 0.

Students who have obtained an 8 at work and / or on the exam can request a second test to improve the note.

Assessment Activities

Title	Weighting	Hours	ECTS	Learning Outcomes
Exam	30%	3	0.12	1, 3
Final project (Research project)	50%	36	1.44	1, 3
Oral presentation	10%	3	0.12	4, 2, 5
Readings and debate	10%	3	0.12	1, 4, 3

Bibliography

- 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, 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, 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 research (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.