

Métodos de Investigación en Comunicación

Código: 103868
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	OB	2	2

Contacto

Nombre: Josep Àngel Guimerà Orts
Correo electrónico: JosepAngel.Guimera@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Jesica Ana Florencia Menendez Signorini
Santiago Jordan Avila

Prerequisitos

No hay.

Objetivos y contextualización

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.

Competencias

- Comunicar conceptos y datos complejos de manera sencilla a través de los instrumentos convencionales de la exposición y presentación pública de resultados de las investigaciones.
- Utilizar los distintos métodos e instrumentos de análisis que son habituales en la investigación en Comunicación.

Resultados de aprendizaje

1. Describir las características que diferencian los estudios cuantitativos de los cualitativos en el análisis y resolución de problemas de comunicación.
2. Dirigir las discusiones de grupo.
3. Identificar y seleccionar el objeto de estudio, las fuentes más pertinentes, las hipótesis, las variables, los protocolos de análisis y la validación-verificación de resultados.
4. Realizar presentaciones públicas para la defensa de estudios de caso sobre campañas publicitarias y de relaciones públicas.
5. Utilizar las técnicas de exposición oral en la presentación de investigaciones.

Contenido

1. El conocimiento científico: método, naturaleza y características
2. El proceso de investigación: fases y procesos
3. El proyecto de investigación
4. Técnicas de investigación cuantitativas
5. Técnicas de investigación cualitativas

El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género

Metodología

Actividades dirigidas:

- a) Clases magistrales: explicación del contenido teórico de la asignatura.

Actividades supervisadas:

- a) Tutorías presenciales individuales o en grupo para solucionar problemas.
- b) Seminarios: actividades específicas basadas en el análisis de investigaciones y discusión de casos. Capacitación en la defensa y presentación pública de resultados de búsqueda.
- c) Prácticas de laboratorio: desarrollo de un proyecto propio de investigación.

Actividades autónomas:

- a) Los estudiantes deberán llevar a cabo las lecturas del material indicado. Asimismo, tendrán que desarrollar todas las actividades planificadas en las clases magistrales, los seminarios y las prácticas.
- b) Elaboración de un proyecto de investigación propio.
- c) Búsqueda de información de naturaleza científica.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases de teoría	15	0,6	1, 2, 3, 5
Tipo: Supervisadas			
Examen	3	0,12	1, 3
Prácticas	33	1,32	1, 2, 3, 4, 5
Tutoría de las prácticas	3	0,12	1, 2, 3, 5
Tipo: Autónomas			
Desarrollo de la investigación, búsqueda de fuentes de información, lecturas y preparación de las exposiciones.	51	2,04	1, 2, 3, 4, 5

Evaluación

El sistema de evaluación continua de la asignatura integrado cuatro tipos de actividades diferentes.

Actividad trabajo de curso, 50% de la nota final
Actividad Examen, 30% de la nota final
Actividad Exposición oral, 10% de la nota final
Actividad lecturas y debate, 10% de la nota final.

Para poder aprobar la asignatura, los alumnos deben haber sacado una
Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura, se habrá teni

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido
Las actividades Lecturas y debate; y Exposición oral no se podrán recup

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplanta

Los alumnos que hayan sacado un 8 en el trabajo y/o en el examen pod

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	30%	3	0,12	1, 3
Exposición oral	10%	3	0,12	2, 4, 5
Lecturas y debate	10%	3	0,12	1, 2, 3
Trabajo de curso (proyecto de investigación)	50%	36	1,44	1, 3

Bibliografía

- 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, 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.

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 comunicatro (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.