

**Iniciació a la Recerca**

Codi: 42437  
Crèdits: 9

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313256 Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	OT	0	2

**Professor/a de contacte**

Nom: Matilde Delgado Reina

Correu electrònic: Matilde.Delgado@uab.cat

**Equip docent**

Emili Prado Pico

**Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

**Prerequisits**

...

**Objectius**

Aquest mòdul pretén dotar de les eines concretes per al plantejament d'un projecte de recerca científica, delimitar els seus objectius, identificar els mètodes i fonts apropiades per a cobrir-los i establir un pla de treball.

**Competències**

- Analitzar els resultats de recerca per obtenir nous productes o processos, valorant-ne la viabilitat industrial i comercial per a la seva transferència a la societat.
- Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC
- Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
- Elaborar, planificar, dirigir, coordinar i gestionar projectes de recerca acadèmics i professionals en l'àmbit de la comunicació audiovisual i publicitària seguint criteris de qualitat, igualtat i responsabilitat ètica i social.
- Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
- Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
- Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
- Seleccionar, dissenyar i aplicar estratègies metodològiques de recerca científica en l'estudi de la comunicació audiovisual i el desenvolupament de productes

## Resultats d'aprenentatge

1. Adequar les fases de la recerca a les disponibilitats temporals de la recerca.
2. Analitzar els resultats de recerca per obtenir nous productes o processos, valorant-ne la viabilitat industrial i comercial per a la seva transferència a la societat.
3. Buscar informació en l'entorn científicotècnic i tenir habilitats operatives en l'ús de les TIC
4. Definir i acotar un objecte d'estudi
5. Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
6. Dissenyar projectes de recerca tipus.
7. Establir les etapes metodològiques d'una recerca.
8. Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
9. Prendre decisions i assumir-ne les responsabilitats i conseqüències
10. Presentar i defensar els projectes creats.
11. Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
12. Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seva capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seva àrea d'estudi.
13. Seleccionar les tècniques metodològiques adequades a un projecte tipus.

## Continguts

Es tracta d'ajudar a la definició del projecte final de màster i sotmetre a testeig la seva consistència mitjançant el debat dels aspectes més rellevants de l'objecte d'estudi, els objectius i les metodologies adequades per a aconseguir-los.

## Metodologia

El pla d'estudis d'aquest mòdul (9 crèdits ECTS) atribueix un total de 225 hores de càrrega per a l'alumnat, distribuïdes de la següent manera: 113 hores de treball autònom, 56 hores dirigides i 56 hores supervisades. Les metodologies docents inclouen classes magistrals, estudis de cas, seminaris, lectures de material bibliogràfic, estudi personal, tutories, realització i presentació oral i escrita de treballs.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	12	0,48	4, 5, 6, 7, 11, 12, 13
Seminaris	44	1,76	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13
Tipus: Supervisades			
Elaboració de projectes, presentació i debat dels mateixos	55	2,2	2, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13
Tipus: Autònomes			
Lectures, elaboració dels projectes, preparació de les presentacions	110	4,4	1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13

## Avaluació

El sistema d'avaluació contempla la realització d'un treball de mòdul, la defensa oral del treball, la lectura i valoració del treball d'un/a altre estudiant i l'assistència i participació activa de l'alumnat a les classes.

El tema del treball és lliure, dins dels límits del temari del màster i coincidirà amb la temàtica elegida per al desenvolupament del TFM.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència i participació	10%	0	0	2, 11, 12
Defensa oral d'un projecte	20%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13
Elaboració d'un projecte	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Lectura i valoració del treball d'un/a altre estudiant	20%	0	0	2, 3, 5, 9, 11

## Bibliografia

- Denscombe, Martyn (2010) Ground Rules for Social Research. Guidelines for good practice. New York: McGraw Hill,
- Hackley, Chris (2003) Doing Research Projects in Marketing, Management and Consumer Research. London: Routledge.
- Murray, Neil & Hughes, Geraldine (2008) Writing up your University Assignments and Research Projects. New York: McGraw Hill.
- Treadwell, Donald (2013) Introducing Communication Research: Paths of Inquiry . Thousand Oaks, Calif: SAGE.