

Iniciación a la Investigación

Código: 42437
Créditos ECTS: 9

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313256 Contenidos de Comunicación Audiovisual y Publicidad	OT	0	2

Contacto

Nombre: Matilde Delgado Reina

Correo electrónico: Matilde.Delgado@uab.cat

Equipo docente

Emili Prado Pico

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

...

Objetivos y contextualización

Este módulo pretende dotar de las herramientas concretas para el planteamiento de un proyecto de investigación científica, delimitar sus objetivos, identificar los métodos y fuentes apropiadas para cubrirlos y establecer el plan de trabajo.

Competencias

- Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad.
- Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.
- Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación
- Elaborar, planificar, dirigir, coordinar y gestionar proyectos de investigación académicos y/o profesionales en el ámbito de la comunicación audiovisual y publicitaria siguiendo criterios de calidad, igualdad y responsabilidad ética y social.
- Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- Seleccionar, diseñar y aplicar estrategias metodológicas de investigación científica en el estudio de la comunicación audiovisual y en el desarrollo de productos.
- Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan.

Resultados de aprendizaje

1. Adecuar las fases de la investigación a las disponibilidades temporales de la investigación
2. Analizar los resultados de investigación para obtener nuevos productos o procesos, valorando su viabilidad industrial y comercial para su transferencia a la sociedad.
3. Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.
4. Definir y acotar un objeto de estudio
5. Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación
6. Diseñar proyectos de investigación tipo
7. Establecer las etapas metodológicas de una investigación
8. Integrate knowledge and use it to make judgements in complex situations, with incomplete information, while keeping in mind social and ethical responsibilities.
9. Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento.
10. Presentar y defender los proyectos creados
11. Seleccionar las técnicas metodológicas adecuadas a un proyecto tipo.
12. Solve problems in new or little-known situations within broader (or multidisciplinary) contexts related to the field of study.
13. Tomar decisiones asumiendo las responsabilidades y consecuencias que éstas conllevan.

Contenido

Se trata de ayudar a la definición del proyecto final de master y someter a testeo su consistencia mediante el debate de los aspectos más relevantes del objeto de estudio, los objetivos y las metodologías adecuadas para alcanzarlos.

Metodología

El plan de estudios de este módulo (9 créditos ECTS) atribuye un total de 225 horas de carga para el alumnado distribuidas de la siguiente manera: 113 horas de trabajo autónomo, 56 horas dirigidas y 56 horas supervisadas. Las metodologías docentes incluyen clases magistrales, estudios de caso, seminarios, lecturas de material bibliográfico, estudio personal, tutorías, realización y presentación oral y escrita de trabajos.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	12	0,48	4, 5, 6, 7, 8, 12, 11
Seminarios	44	1,76	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10, 8, 12, 11
Tipo: Supervisadas			
Elaboración de proyectos, presentación i debate de los mismos	55	2,2	2, 5, 6, 7, 13, 10, 8, 12, 11
Tipo: Autónomas			
Lecturas, elaboración de los proyectos, preparación de las presentaciones	110	4,4	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 13, 8, 12, 11

Evaluación

El sistema de evaluación contempla la realización de un trabajo de módulo, la defensa oral de dicho trabajo, la lectura y valoración del trabajo de otro/a estudiante y la asistencia y participación activa del alumnado en las clases.

El tema del trabajo es libre, dentro de los límites del temario del máster y coincidirá con la temática elegida para el desarrollo del TFM.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación	10%	0	0	2, 8, 12
Defensa oral de un proyecto	20%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 13, 10, 11
Elaboración de un proyecto	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 13, 10, 8, 12, 11
Lectura y valoración del trabajo de otro/a estudiante	20%	0	0	2, 3, 5, 13, 8

Bibliografía

- 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.