

## Iniciación a la Investigación

Código: 42437  
Créditos ECTS: 9

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

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

### 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

En este módulo se trabajan 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
- Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género, para diseñar soluciones.
- 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.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- 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. Aprender a hacer visibles las aportaciones realizadas por las mujeres en todos los ámbitos de la sociedad y a considerar su experiencia como fuente documental de primera importancia.
4. Buscar información en el entorno científico-técnico y disponer de habilidades operativas en el uso de las TIC.
5. Definir y acotar un objeto de estudio.
6. Demostrar una actitud despierta, innovadora y analítica en relación con los interrogantes de investigación
7. Diseñar proyectos de investigación tipo
8. Establecer las etapas metodológicas de una investigación
9. Planificar las tareas de acuerdo a los recursos humanos, instrumentales y temporales disponibles, siendo capaz de mejorar el rendimiento.
10. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
11. Presentar y defender los proyectos creados
12. Producir, recopilar e interpretar los datos empíricos de manera sensible al género.
13. 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.
14. Saber recopilar, sistematizar, conservar y difundir la información sobre las mujeres, las obras escritas por mujeres, los documentos referentes a las políticas y leyes de igualdad y los generados por las investigaciones en estudios de género, valorando los sesgos de género que puedan incluir los buscadores y descriptores existentes.
15. Seleccionar las técnicas metodológicas adecuadas a un proyecto tipo.
16. 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. El trabajo sobre los diferentes objetos de estudio y metodologías propuestas por el alumnado permite la discusión de un abanico amplio de aproximaciones a la investigación en comunicación. Además, el profesorado del módulo incluye otros enfoques para enriquecer el debate y la adquisición de conocimientos.

## 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.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	12	0,48	5, 6, 7, 8, 13, 15, 10
Seminarios	44	1,76	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 13, 15, 10
Tipo: Supervisadas			
Elaboración de proyectos, presentación i debate de los mismos	55	2,2	2, 6, 7, 8, 16, 11, 13, 15, 10
Tipo: Autónomas			
Lecturas, elaboración de los proyectos, preparación de las presentaciones	110	4,4	1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 16, 13, 15, 10

## 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, 13, 10
Defensa oral de un proyecto	20%	4	0,16	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 16, 11, 15
Elaboración de un proyecto	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 16, 11, 12, 13, 14, 15, 10
Lectura y valoración del trabajo de otro/a estudiante	20%	0	0	2, 4, 6, 16, 13

## 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.
- Lynch, Patrick (2004), "Choosing the Appropriate Methodology: Understanding Research Philosophy", *The Marketing Review*, 4. pp. 397-409.
- 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.

## **Software**

Ninguno específico.