

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

Idiomas de los grupos

Puede consultarlo a través de este [enlace](#). Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Equipo docente

Ana Belen Monclus Blanco

Prerrequisitos

...

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.

El objetivo general es conocer, aprender y practicar los conceptos y procedimientos necesarios para el planteamiento de una investigación científica.

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., a partir de la propuesta de nuevos objetos de estudio y, en consecuencia, nuevos enfoques metodológicos.

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 y trabajo activo de análisis y reflexión por parte de los/las alumnos/as.

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.

EVALUACIÓN CONTINUADA

El alumnado se puede acoger a la modalidad de evaluación continuada. Esta evaluación contempla la obligatoriedad de asistir a las dos primeras sesiones y de realizar las siguientes actividades de evaluación:

1. Elaboración de un proyecto de investigación (50%)
2. Lectura y valoración del proyecto de otro/a estudiante (30%)

3. Defensa oral del proyecto (20%)

Las actividades 1 y 2 se entregarán el mismo día de la actividad 3, que es presencial. La fecha de esta evaluación se indicará a principios del módulo.

EVALUACIÓN ÚNICA

El sistema de evaluación única de la asignatura está basado en las siguientes actividades y porcentajes:

1. Elaboración de un proyecto de investigación (50%)
2. Lectura y valoración del proyecto de otro/a estudiante (30%)
3. Defensa oral del proyecto (20%)

La fecha de evaluación única se informará el primer día de clase.

Actividades de evaluación continuada

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

No es necesario.