

Titulación	Tipo	Curso
Publicidad y Relaciones Públicas	OB	2

## Contacto

Nombre: María Desamparados Huertas Bailén

Correo electrónico: amparo.huertas@uab.cat

## Equipo docente

Oriol Figuera Godoy

Priscila Cumanda Alvarez Cueva

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

No hay.

## Objetivos y contextualización

La asignatura forma parte de la materia "Recerca en Comunicació".

El objetivo final de la asignatura es contribuir a que el alumnado pueda:

- (a) Afrontar (y evaluar) una investigación científica en el ámbito de la comunicación persuasiva y la publicidad (saber actuar)
- (b) Desarrollar capacidad crítica y autocritica ante la práctica comunicativa (saber ser).
- (c) Aprender a realizar presentaciones orales (saber defender ideas propias)

## Resultados de aprendizaje

1. CM18 (Competencia) Planificar estudios de mercado e investigaciones en el ámbito de la comunicación persuasiva para la transformación social y acordes con los ODS.
2. CM19 (Competencia) Contrastar los resultados de la investigación en publicidad y relaciones públicas con las evidencias tomadas de la práctica profesional para corregir todo tipo de desigualdades.
3. CM20 (Competencia) Interpretar los resultados de una investigación para dar soluciones innovadoras a problemas del ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
4. KM22 (Conocimiento) Identificar las etapas del método científico que se siguen en la resolución de un problema de conocimiento en el ámbito de la comunicación persuasiva.
5. KM23 (Conocimiento) Seleccionar el objeto de estudio y las fuentes documentales pertinentes para establecer el estado de la cuestión y el marco teórico en una investigación en comunicación persuasiva.
6. KM25 (Conocimiento) Distinguir las principales técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa para la resolución de problemas de investigación en comunicación persuasiva.
7. SM17 (Habilidad) Operar con la metodología más apropiada en función de las preguntas o hipótesis planteadas en una investigación sobre comunicación persuasiva.
8. SM19 (Habilidad) Defender de forma oral y escrita, empleando un lenguaje eficaz e inclusivo, la metodología, resultados y conclusiones de una investigación en comunicación.

## Contenido

### Introducción: Actividad científica y comunicación persuasiva

- Características generales del método científico (investigación básica y aplicada).
- Ámbitos de estudio: análisis de contenido (semántico-estético / elementos visuales, audiovisuales, sonoros, diseño gráfico), públicos y consumidores (audiencia y recepción-efectos), legislación y práctica profesional.
- Tipología y principales líneas de investigación: actitudes, comportamiento y consumo; credibilidad y empatía; evidencia y eficacia; interactivitat i engagement.
- Principales fuentes de investigación: académicas, institucionales y empresariales.

### Etapas del proceso científico

- Definición del objeto de estudio y contexto (¿Qué queremos saber? ¿Por qué es importante?)
- Desarrollo del marco teórico (¿Qué se sabe sobre eso? Teorías y antecedentes)
- Diseño metodológico / Planificación del trabajo empírico (¿Cómo lo podemos saber?)
- Análisis descriptivo de los resultados (¿Qué sabemos después de realizar el trabajo de campo? Información obtenida)
- Análisis interpretativo de los resultados (Conclusiones)

### Conceptos básicos sobre el método científico

- Construcción del marco teórico: teorías (psicología social y comunicación social corporativa) y epistemología (conceptos)
- Hipótesis / Preguntas
- Influencia de las variables (Tipología: independiente, dependiente y de control)
- Universo / Muestra-Corpus / El estudio de caso

### Investigación Social (experiencias, interpretación y evaluación)

- Métodos cualitativos: entrevistas, focusgroup, pretest, observación etnográfica y etnografía digital.
- Métodos cuantitativos: sondeo y cuestionarios.
- Triangulación: fusión cualitativos y cuantitativos.

### Análisis de contenido (discursos, representaciones, estereotipos,...)

- Métodos cualitativos: lenguajes y narrativas / Estéticas y símbolos
- Métodos cuantitativos: Big Data.
- Triangulación: fusión cualitativos y cuantitativos.

## La investigación sobre comunicación en Catalunya y España

- Tendencias actuales en el contexto internacional
- El estudio de las nuevas prácticas profesionales

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases de teoría	15	0,6	
Práctica de laboratorio	18	0,72	
Seminarios de discusión y debates	19,5	0,78	
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Tutoría	7,5	0,3	
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Lecturas y resúmenes de documentos científicos	66	2,64	
Preparación práctica de laboratorio	15	0,6	

El desarrollo de la asignatura implica la realización de diferentes tipos de actividades formativas:

### Actividades dirigidas:

- Clases de teoría: explicación general del temario
- Seminarios de discusión y debate: El objetivo es profundizar sobre aspectos básicos a partir del análisis individual de textos académicos y de debates en grupo (Entrega final: trabajo individual o en equipo)
- Prácticas de laboratorio: El objetivo es que el alumnado compruebe cómo se desarrolla una investigación a partir del diseño de un proyecto propio (Entrega final: trabajo grupal)

### Actividades supervisadas:

- Tutorías virtuales. La finalidad es resolver problemas de aprendizaje

### Actividades autónomas:

- El alumnado tendrá que hacer las lecturas indicadas como obligatorias y todas las actividades planificadas para un correcto desarrollo de los seminarios, de la práctica de laboratorio y del examen escrito.

Calendario: El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura y estará disponible en el Campus Virtual de la asignatura, donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y toda la información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Perspectiva de género: El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo

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.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	30%	3	0,12	CM18, KM22, KM23, KM25, SM17
Exposición oral de la práctica	10%	0,5	0,02	SM19
Práctica (diseño de un proyecto de investigación)	20%	2,5	0,1	CM18, CM19, KM22, KM23, KM25, SM17, SM19
Seminarios (preparación y participación)	40%	3	0,12	CM19, CM20

### OPCIÓN 1: EVALUACIÓN CONTINUADA

Las competencias de esta asignatura se evaluarán mediante diferentes procedimientos:

- Exámen escrito (30% sobre la calificación final). Individual - Recuperable.
- Práctica: Diseño de un proyecto de investigación en grupo (20% sobre la calificación final) y exposición oral de la práctica (10% sobre la calificación final). Esta actividad no es recuperable porque implica un trabajo colectivo y una exposición oral vinculada a la dinàmica del grupo, lo que no se puede reproducir de manera individual.
- Seminarios (40% sobre la calificación final). Individual y en grupo - Recuperable.

#### Recuperación

Las últimas dos semanas del curso se dedicarán a actividades de recuperación, a las que se podrá acoger el alumnado que haya realizado un mínimo de 2/3 partes del total de actividades evaluables y que haya obtenido una calificación total mínima entre 3,5 y 4,9. Después de hacer una tutoría individual presencial obligatoria y según la calificación obtenida, se decidirá las actividades a recuperar (examen y/o seminarios). Esta actividad permitirá obtener una nota máxima de 5, pero nunca bajar la nota. El alumnado que haya obtenido una nota final global superior a 8 podrá optar a subir la nota a partir de la realización de una prueba específica. Esta actividad puede comportar una bajada de la nota final.

No evaluable: En caso de no entregar 2/3 partes del total de actividades evaluables, siendo obligatoria la realización del examen individual.

### OPCIÓN 2: EVALUACIÓN ÚNICA

- Exámen escrito (50% sobre la calificación final). Individual - Recuperable.
- Seminario 1 (25% sobre la calificación final). Individual - Recuperable.
- Seminario 2 (25% sobre la calificación final). Individual - Recuperable

#### Recuperación

Las últimas dos semanas del curso se dedicarán a actividades de recuperación, a las que se podrá acoger el alumnado que haya realizado las tres actividades previstas y que haya obtenido una calificación total mínima entre 3 y 4,9. Después de hacer una tutoría individual presencial obligatoria y según la calificación obtenida, se decidirá la actividad a recuperar (examen y/o seminarios).

No evaluable: En caso de no realizar ninguna de las actividades indicadas

#### OPCIÓN 3: Alumnado de segunda o más convocatorias

Prueba de síntesis, en la que se evalúan únicamente y exclusivamente los resultados de aprendizaje definidos en la guía docente de la asignatura.

#### OTRAS OBSERVACIONES

Uso restringido de la IA: Para esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) exclusivamente en tareas de documentación (búsqueda bibliográfica o de información), corrección de textos y traducciones. El alumnado deberá de identificar claramente las partes que han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La no transparencia del uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará falta de honestidad académica y puede comportar una penalización parcial o total en la nota de la actividad, o sanciones mayores en caso de gravedad.

PLAGIO: En caso de que estudiante cometa alguna irregularidad que pueda llevar a un cambio significativo en la nota de un acto de evaluación, este acto de evaluación se calificará con 0, independientemente de cualquier proceso disciplinario que pueda iniciarse. Si ocurren múltiples irregularidades en los actos de evaluación, la calificación final del módulo será 0.

NOTA FINAL: Para superar la asignatura es necesario obtener una calificación final mínima de 5 sobre 10. Esta calificación se obtiene a partir de la media ponderada de las diferentes actividades de evaluación previstas en el sistema de evaluación de la asignatura.

## Bibliografía

- Cuesta, Ubaldo (2000). Psicología social de la comunicación. Madrid: Catedra
- Escobar Fuentes, Sílvia; Montalbán Peregrín, Manuel Francisco (2024). La práctica de la metodología cualitativa. Madrid: Dykinson:  
<https://www.dykinson.com/libros/la-practica-de-la-metodologia-cualitativa/9788410707276/>
- Hellín Ortuño, Pedro Antonio; Contreras, Fernando, R.; Pérez, Clotilde; San Nicolás Romera, Cesar (2023). Cultura Global Publicitaria. Una epistemología visual sobre estética y consumo en la era digital. Salamanca: Comunicación Social.
- Jiménez Gómez, Isidro; Eguizabal Jiménez, Luis; Rivero Estevez, Francisco Javier (2023). Nuevos retos metodológicos en el estudio de la comunicación. Madrid: Fragua  
(<https://fragua.es/producto/nuevos-retos-metodologicos-en-el-estudio-de-la-comunicacion-pdf/>)
- Lemus Pool, María Consuelo; Carro Pérez, Ennio Hector (2025). Investigar la comunicación: estrategias prácticas para formalizar un objeto de estudio. Libros UAT.  
(<https://libros.uat.edu.mx/index.php/librosuat/catalog/book/405>)
- Medina, Alfons i Busquet, Jordi (2019). La recerca en comunicació. Barcelona: Editorial UOC
- Morales i Gras, Jordi (2022). Hackear la ciencia social. Una invitación a la investigación social en entornos digitales. Barcelona: Editorial UOC

Enllaços d'interès:

Autocontrol [<https://www.autocontrol.es/>]

Col·legi del Màrqueting i la Comunicació de Catalunya [<https://www.marquetingicomunicacio.cat/>]

Portal de la Comunicación (InCom-UAB): [<https://incom.uab.cat/portalcom/?lang=es>]

Observatori de la Comunicació a Catalunya (OCC InCom-UAB): [<https://incom.uab.cat/occ/>]

## Software

No es necesario

## Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PLAB) Prácticas de laboratorio	51	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(PLAB) Prácticas de laboratorio	52	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(PLAB) Prácticas de laboratorio	53	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	51	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	52	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	53	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	5	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde