

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL		
Identificador:	30129		
Titulación:	GRADUADO EN PERIODISMO. PLAN 2008 (BOE 15/12/2008)		
Módulo:	ETICA, DERECHO Y RESPONSABILIDAD		
Tipo:	OBLIGATORIA		
Curso:	4	Periodo lectivo:	Primer Cuatrimestre
Créditos:	6	Horas totales:	150
Actividades Presenciales:	20	Trabajo Autónomo:	130
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Castellano
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

Esta asignatura pretende introducir a los alumnos de último curso de Periodismo en el conocimiento de la metodología de investigación habitualmente empleada en Ciencias Sociales y, más concretamente, en el ámbito de la comunicación. Para ello, se presentarán las principales técnicas de investigación: análisis de contenido, encuesta, grupo de discusión, observación sistemática y participante y entrevista en profundidad. Asimismo, se abordará el estudio de los recursos estadísticos necesarios para desarrollar una investigación en comunicación y también para poder entender correctamente el empleo periodístico de datos estadísticos.

COMPETENCIAS PROFESIONALES A DESARROLLAR EN LA MATERIA:

Competencias Generales de la titulación	G01	Capacidad de análisis y síntesis
	G02	Resolución de problemas
	G03	Capacidad de organización y planificación
	G04	Comunicación escrita y verbal en lengua materna
	G05	Uso de las tecnologías de la Información
	G07	Trabajo en equipo.
	G11	Capacidad de aplicar conocimientos
	G13	Capacidad de investigación
Competencias Específicas de la titulación	E02	Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario
	E13	Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria
Resultados de Aprendizaje	R1	Conocer las principales técnicas de investigación empleadas en el ámbito de la comunicación.
	R2	Elegir la metodología más apropiada a la hora de elaborar una investigación en el campo de la comunicación.
	R3	Tener nociones básicas de estadística.
	R4	Utilizar algunas de las funciones del programa informático SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).
	R5	Reflexionar acerca de la intencionalidad y las repercusiones de los trabajos de investigación que aparecen en los medios de comunicación.

REQUISITOS PREVIOS:

No existen requisitos previos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

Puesto que esta asignatura pertenece a un plan de estudios en extinción, no habrá clases presenciales. La materia, por tanto, se cursará de manera no presencial y será tutorizada por la profesora. En el apartado "previsión de actividades de aprendizaje" se indica la fecha de esas tutorías. Además, los alumnos podrán solicitar a la profesora,

a través del correo electrónico, más tutorías siempre que lo deseen.

Contenidos de la materia:

1 - INTRODUCCIÓN
1.1 - ¿Qué es investigar?
1.2 - Tipología de técnicas de investigación
1.3 - Áreas de investigación en comunicación
1.4 - El diseño de la investigación
2 - TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUANTITATIVAS
2.1 - El análisis de contenido
2.2 - La encuesta
3 - ESTADÍSTICA BÁSICA Y MANEJO DE SPSS
3.1 - Nociones fundamentales
3.2 - Tipos de variables
3.3 - Estadística univariable
3.4 - Estadística bivariante
4 - TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVAS
4.1 - El grupo de discusión
4.2 - La observación sistemática y participante
4.3 - La entrevista en profundidad

La planificación de la asignatura podrá verse modificada por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico, etc.) y por tanto no deberá considerarse como definitiva y cerrada.

METODOLOGÍAS Y ACTIVIDADES DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE:

Metodologías de enseñanza-aprendizaje a desarrollar:

- La profesora atenderá a los alumnos en tutoría y les orientará en el estudio de la materia.

- Los alumnos deberán estudiar los siguientes materiales:

1. Manual: BERGANZA, M^a Rosa, y RUIZ SAN ROMÁN, José Antonio (coordinadores). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw Hill, 2005. Todos los capítulos salvo el 1, el 4 y el 9.

2. Apuntes de la asignatura (tomados por los alumnos a partir de las explicaciones de la profesora en las clases presenciales de la asignatura).

3. Power Point de la asignatura colgado en la PDU (sirve como apoyo a los apuntes).

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Revisión de exámenes	1
	Práctica individual de estadística	1
	Examen	2
	Clases prácticas	0
	Tutoría	16
Trabajo Autónomo	Estudio individual	97
	Preparación de trabajos individuales	32
	Otras actividades de trabajo autónomo	1
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Examen:	50	%
Trabajo de análisis de contenido:	30	%
Prueba de estadística:	20	%
TOTAL	100	%

*Las observaciones específicas sobre el sistema de evaluación serán comunicadas por escrito a los alumnos al inicio de la materia.

BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTACIÓN:

Bibliografía básica:

BERGANZA, M^a Rosa, y RUIZ SAN ROMÁN, José Antonio (coordinadores). Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Madrid: McGraw Hill, 2005.

Bibliografía recomendada:

CALLEJO, Javier (coord.). Introducción a las técnicas de investigación social. Madrid: Uned, 2010.
 CEA D'ANCONA, María Ángeles. Metodología cuantitativa. Madrid: Síntesis, 1996.
 KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós, 1990.
 WIMMER, Roger D., y DOMINICK, Joseph R. Introducción a la investigación de los medios masivos de comunicación. México: Thomson, 2001.
 ZUGASTI AZAGRA, Ricardo (coord). Investigar en ciencias sociales: el estudio de la comunicación. Zaragoza: Ediciones Universidad San Jorge, 2012.

Páginas web recomendadas:

Instituto Nacional de Estadística	http://www.ine.es/
Centro de Investigaciones Sociológicas	http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html
ACOP	https://compolitica.com/
Asociación española de estudios de mercado, marketing y opinión	http://www.aedemo.es/

* Guía Docente sujeta a modificaciones