

DATOS BÁSICOS DE LA GUÍA DOCENTE:

Materia:	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN SOCIAL		
Identificador:	30180		
Titulación:	GRADUADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. 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:	26	Trabajo Autónomo:	124
Idioma Principal:	Castellano	Idioma Secundario:	Inglés
Profesor:		Correo electrónico:	

PRESENTACIÓN:

Esta asignatura pretende introducir a los alumnos de último curso de Comunicación Audiovisual 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 cuantitativo y cualitativo, 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	Uso de las tecnologías de la Información
	G05	Trabajo en equipo
	G06	Habilidades interpersonales
	G07	Compromiso ético
	G09	Capacidad de aplicar conocimientos
	G10	Capacidad de generar nuevas ideas (creatividad)
	G11	Capacidad de investigación
	Competencias Específicas de la titulación	E19
E22		Capacidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.
Resultados de Aprendizaje	R1	Conocer el método científico y su aplicación a la comunicación como parte de las Ciencias Sociales.
	R2	Observar y analizar de forma crítica la realidad y todas las manifestaciones comunicativas que se dan en ella; exponer con claridad, argumentar y discutir ideas con precisión.
	R3	Aplicar las técnicas más apropiadas según el tipo de investigación que se desarrolle, atendiendo a la especificidad de cada una, sus ventajas y desventajas.
	R4	Diseñar y desarrollar tanto investigaciones de corte comercial (investigación de mercados, estudios de audiencias, análisis de contenido de productos informativos y de ficción...) como de corte académico con rigor científico y metodológico.
	R5	Manejar de forma básica algunos software específicos de tratamiento estadístico de datos.

REQUISITOS PREVIOS:

No existen requisitos previos.

PROGRAMACIÓN DE LA MATERIA:

Observaciones:

Por ser una materia perteneciente a un plan de estudios en extinción, la asignatura se cursará en la modalidad de evaluación no presencial. El trabajo será fundamentalmente autónomo, siendo presenciales, únicamente, las tutorías obligatorias y la prueba final. Es responsabilidad del alumno solicitar cuantas tutorías necesite más allá de las planificadas en el calendario. Además, deberá organizar su estudio basándose en la propuesta que se sugiere en esta guía.

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 univariante
3.4 - Estadística bivariable
4 - TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVAS
4.1 - El grupo de discusión
4.2 - La observación sistemática y participante
4.3 - La entrevista en profundidad
4.4 - El análisis de contenido cualitativo

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:

Para desarrollar y alcanzar las competencias planteadas para esta asignatura, el alumno deberá desarrollar su trabajo de manera autónoma y organizada. La principal metodología de enseñanza-aprendizaje será el estudio individual del temario, basado en el manual "Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación" (M^a Rosa Berganza Conde y José A. Ruiz San Román, McGraw Hill, Madrid, 2005). Se estudiarán los capítulos 2, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11 y 12 de dicho manual.

El sistema de evaluación consistirá en la redacción de un trabajo basado en una de las metodologías estudiadas (30%) y en la realización de un examen (70%).

El alumno deberá acudir a las tutorías establecidas en el calendario para resolver dudas.

Volumen de trabajo del alumno:

Modalidad organizativa	Métodos de enseñanza	Horas estimadas
Actividades Presenciales	Asistencia a tutorías	20
	Examen	2

	Revisión de exámenes	4
Trabajo Autónomo	Estudio individual	84
	Preparación de trabajos individuales	40
	Horas totales:	150

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Obtención de la nota final:

Trabajos individuales:	30	%
Prueba final:	70	%
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, Mª 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:

CEA, Mª Ángeles. Metodología cuantitativa, estrategias y técnicas de investigación social, Síntesis, Madrid, 2001.

KRIPPENDORFF, Klaus. Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona: Paidós, 1990.

CALLEJO, Javier (coord.). Introducción a las técnicas de investigación social. Madrid: Uned, 2010.

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:

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

* Guía Docente sujeta a modificaciones