

FACULTAD DE COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES  
PÚBLICAS

PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA  
UNIVERSITARIA

GUÍA DOCENTE

MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

Título:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Facultad:	Comunicación
Departamento/Instituto:	Periodismo
Módulo:	Investigación
Denominación de la asignatura:	Métodos y Técnicas de Investigación
Código:	18019
Curso:	Segundo
Semestre:	Primero
Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):	Obligatoria
Créditos ECTS:	6
Modalidad/es de enseñanza:	Presencial
Lengua vehicular:	Español
Página web: <a href="http://www.ucjc.edu">www.ucjc.edu</a>	

## 2. REQUISITOS PREVIOS.

<b>Esenciales:</b>
Los específicos del título
<b>Aconsejables:</b>
Los específicos del título

## 3. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS.

<b>Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura.</b>
Sociología
<b>Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.</b>
La asignatura “Métodos y Técnicas de Investigación”, pertenece al módulo de Investigación. Tiene relación con Trabajo fin de grado y documentación.
<b>Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.</b>
El objetivo de esta asignatura es proporcionar al alumno los conocimientos específicos sobre aquellas técnicas de investigación que en la actualidad permiten tomar decisiones a los Departamentos de Marketing, Ventas, Comerciales y de Comunicación de las empresas y que son llevadas a cabo por los Institutos de Investigación de Mercado. El alumno conocerá y aplicará determinadas técnicas, conducentes al conocimiento de los consumidores de productos y servicios en muy diversas áreas como son las motivaciones de compra, hábitos y usos, rutinas de producto, preferencias, actitudes, comprensión de mensajes publicitarios, etc.

**4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA.**

Competencias Genéricas	Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias genéricas
<p><b>CB1.-</b> Capacidad para poseer y comprender los conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia <b>de su campo de estudio.</b></p>	<p><b>Resultado de aprendizaje CB1.-</b> Presentar correctamente los conocimientos adquiridos en el área de estudio elegida.</p>
<p><b>CB2.-</b> Capacidad para aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.</p>	<p><b>Resultado de aprendizaje CB2.-</b> Desarrollar, en su actividad profesional, el aprendizaje obtenido mediante el razonamiento autónomo y la resolución de posibles conflictos.</p>
<p><b>CB3.-</b> Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.</p>	<p><b>Resultado de aprendizaje CB3.-</b> Examinar la información y los datos adquiridos en el área de estudio con el fin de exponer reflexiones críticas propias</p>
<p><b>CB4.-</b> Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p>	<p><b>Resultado de aprendizaje CB4.-</b> Presentar, ante cualquier audiencia, los conocimientos, los argumentos, los inconvenientes y las soluciones a adoptar sobre un tema específico.</p>
<p><b>CB5.-</b> Capacidad para desarrollar aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.</p>	<p><b>Resultado de aprendizaje CB5.-</b> Demostrar el aprendizaje adquirido con el fin de ampliar la formación superior con madurez e independencia</p>

Competencias Específicas	Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias específicas
<p><b>CE1 -</b> Capacidad para aplicar los conocimientos de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.</p>	<p><b>Resultado de aprendizaje CE1.-</b>Aplicar los conocimientos teóricos de la Publicidad y las Relaciones Públicas a problemas de comunicación.</p>

CE4. Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.	<b>Resultado de aprendizaje CE4.</b> Trabajar en equipo desarrollando las enseñanzas recibidas.
CE5. Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.	<b>Resultado de aprendizaje CE5.</b> Analizar los resultados experimentales no previstos.
CE8. Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.	<b>Resultado de aprendizaje CE8.</b> Manejar las técnicas básicas para el análisis de la información publicitaria.
CE12. Capacidad para aplicar el conocimiento de las técnicas de investigación y análisis de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación publicitaria: creativos, empresas, instituciones, agencias de Publicidad y de Relaciones Públicas, medios, soportes y problemáticas.	<b>Resultado de aprendizaje CE12.</b> Identificar aquellos problemas objeto de investigación en publicidad y relaciones públicas, que tengan una aplicación práctica.
CE13. Capacidad para el estudio de los procesos de investigación e interrelaciones entre los sujetos de las actividades publicitarias. Desarrolla los fundamentos conceptuales de la dirección estratégica aplicados a la comunicación por objetivos para, desde un planteamiento metodológico, asistir a los operadores que tienen que tomar decisiones en búsqueda de la eficacia comunicativa.	<b>Resultado de aprendizaje CE13.</b> Analizar los resultados del problema de investigación planteado, aplicando las técnicas adecuadas para su resolución.
CE14. Capacidad para el análisis e investigación de audiencias. Motivaciones y marketing. Análisis y selección de soportes y medios para la planificación de la difusión publicitaria. Compra de los mismos.	<b>Resultado de aprendizaje CE14.</b> Conocer las fuentes de audiencias existentes. Saber recopilar y analizar los datos en función de los distintos soportes y medios.
CE15. Capacidad para el estudio de los métodos y técnicas de marketing específicas para la toma de decisiones en las áreas de comunicación en general y de Publicidad y Relaciones Públicas, en las empresas e instituciones.	<b>Resultado de aprendizaje CE15.</b> Seleccionar los métodos y técnicas más adecuados para el área de investigación.
CE24. Capacidad para aplicar el conocimiento, analizar y desarrollar técnicas de comunicación, de investigación motivacional y de evaluación de los efectos psicosociales de la comunicación social.	<b>Resultado de aprendizaje CE24.</b> Realizar trabajos en el área de comunicación publicitaria aplicando las técnicas de investigación en materia de comunicación.
CE26 - Capacidad para aplicar el conocimiento del diseño y desarrollo de las estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoria y diseñar una estrategia específica.	<b>Resultado de aprendizaje CE26.</b> -Diseñar estrategias y aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en las instituciones y empresas públicas y privadas, estudiando la metodología necesaria para analizar el estado corporativo, evaluarlo mediante auditoria y diseñar una estrategia específica.

## 5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

### **TEMA 1-La investigación científica**

- 1.1. El método científico
- 1.2. La investigación en comunicación: características, tipos y problemas
- 1.3. Fases del proceso de investigación
  - 1.1.1. Formulación del problema de investigación.
  - 1.1.2. Elaboración del marco teórico
  - 1.1.3. Carácter de la investigación
  - 1.1.4. La operacionalización del problema
  - 1.1.5. Diseño de la investigación
  - 1.1.6. Diseño muestral
  - 1.1.7. Recursos, cronograma y presupuesto

### **TEMA 2- Fuentes Estadísticas y Documentales**

- 2.1. Características y usos de las fuentes estadísticas
- 2.2. Ventajas e inconvenientes del uso de fuentes estadísticas
- 2.3. Tipos de fuentes y aplicaciones en investigación sobre comunicación

### **TEMA 3-Técnicas cualitativas**

- 3.1. La perspectiva cualitativa y sus técnicas.
- 3.2. La entrevista
  - 3.2.1. Definiciones
  - 3.2.2. Tipos de entrevista
  - 3.2.3. Fases de la entrevista
  - 3.2.4. El papel del entrevistador
  - 3.2.5. Desarrollo de la entrevista
  - 3.2.6. Ventajas e inconvenientes
- 3.3. El grupo de discusión
  - 3.3.1. Definiciones
  - 3.3.2. El papel del moderador
  - 3.3.3. Los miembros del grupo
  - 3.3.4. Desarrollo del grupo
  - 3.3.5. Ventajas e inconvenientes

### **TEMA 4-Técnicas cuantitativas**

- 4.1. La perspectiva cuantitativa.
- 4.2. El análisis de contenido
- 4.3. La encuesta
  - 4.3.1. Definición
  - 4.3.2. Etapas en la elaboración de la encuesta
  - 4.3.3. Tipos de encuesta.
  - 4.3.4. Criterios en la selección de un tipo de encuesta

- 4.3.5. El diseño del cuestionario.
- 4.3.6. El trabajo de campo

### TEMA 5-Estadística básica descriptiva para la investigación en comunicación

- 5.1. Frecuencias
- 5.2. Análisis estadísticos básicos
- 5.3. Tablas de contingencia

## 6. CRONOGRAMA

Unidades didácticas/Temas	Periodo temporal
Tema 1. La investigación científica	Septiembre
Tema 2. Fuentes estadísticas y documentales	Octubre
Tema 3. La perspectiva cualitativa y sus técnicas	Octubre
Tema 4. Técnicas cuantitativas	Octubre
Tema 5. Estadística básica descriptiva	Noviembre

## 7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

Modalidad Organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas presenc.	Horas trabajo autónomo del alumno	Total de horas
Clase teórica	Método expositivo	CB1; CB2; CB3; CB5; CE1; CE4; CE5; CE8; CE12; CE13; CE14; CE15; CE24; CE26	20	0	20
Clase práctica: ejercicios en clase...	Resolución de problemas, casos, etc.	CB1; CB2; CB3; CB4; CB5; CE1; CE4; CE5; CE8; CE12; CE13; CE14; CE15; CE24; CE26	16	25	41
Trabajo en grupo	Trabajo de Investigación	CB1; CB2; CB3; CB4; CB5; CE28; CE1; CE4; CE5; CE8; CE12; CE13; CE14; CE15; CE24; CE26	7	30	37
Tutorías Académicas	Individual o grupal		15	0	15
Estudio autónomo		CB1; CB2; CB3; CB5; CE1; CE4; CE5; CE8; CE12; CE13; E14; CE15; CE24; CE26	0	35	35

Examen		CB1; CB2; CB3; CB5; CE1; CE4; CE5; CE8; CE12; CE13; CE14; CE15; CE24; CE26	2	0	2
Total de horas			60	90	150

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Actividad de evaluación	Criterios de evaluación	Valoración respecto a la calificación final (%)
Pruebas parciales objetivas sobre los contenidos teóricos.	Pruebas parciales de cada uno de los temas. Preguntas tipo test con 4 alternativas de respuesta cada una, entre las que el alumno deberá seleccionar la única correcta. La fórmula de corrección es la siguiente: $\text{Aciertos} - (\text{Errores} / 2) / \text{Número de preguntas} \times 10$	40%
Ejercicios en clase	Se realizará un ejercicio práctico para cada uno de los temas. Cada uno de los ejercicios supondrá un 5% de la calificación práctica.	25%
Trabajo de investigación y exposición	Formulación del problema de investigación 15% Objetivos e hipótesis 15% Técnicas aplicadas 30% Análisis y conclusiones 30% Exposición 10%	35%

### CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

#### CONVOCATORIA ORDINARIA:

Para calcular la nota final se tendrán en cuenta todos los criterios anteriormente expuestos. El alumno deberá superar tanto la parte teórica como práctica para aprobar la asignatura.

Las fechas de las prácticas (ejercicios en clase), se detallan en el cronograma. Si un alumno, por causa justificada, no pudiera realizar la práctica en clase, podrá enviar la práctica a través del Campus Virtual (Blackboard), en el plazo marcado y no se admitirán fuera de plazo.

Los alumnos que obtengan una media de 5 en los ejercicios de clase, no tendrán que examinarse en convocatoria ordinaria, presentándose únicamente si desean subir nota. Para superar el trabajo de Investigación hay que obtener como mínimo una calificación de 4. Para la realización del examen de los contenidos teóricos, el alumno tendrá que haber asistido al 80% de las clases.

#### **CONVOCARIA EXTRAORDINARIA:**

Los alumnos que no superen la convocatoria ordinaria tendrán que presentarse en la convocatoria extraordinaria con aquella parte de la materia suspensa o no realizada. Es necesario obtener como mínimo un 5 tanto en la teoría (tipo test) como en la práctica (5 ejercicios prácticos), y el trabajo de investigación para superar la asignatura.

#### **FALTAS DE ORTOGRAFÍA:**

En cuanto a las faltas de ortografía en los trabajos escritos, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (acentos y mayúsculas) cada dos faltas leves supondrán una grave con la misma equivalencia.

#### **FALTAS DE INTEGRIDAD EN EL AULA**

Las faltas en la Integridad Académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.

## **9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA**

### **Bibliografía básica**

Bell, J. (2002). *Cómo hacer tu primer trabajo de investigación*. Barcelona. Gedisa.



Berganza Conde, M.R. y Ruiz San Román, J.A. (Coord.) (2010). Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. Madrid. McGraw-Hill.

Igartua, J.J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona. Bosch.

Martínez Nicolás, M. (2008). Para investigar la comunicación: propuestas teórico-metodológico. Barcelona. Tecnos.

Stevens, G. y Orna E. (2001). Cómo usar la información en trabajos de investigación. Barcelona. Gedisa

### **Bibliografía complementaria**

Alvira, F. (2004). La encuesta: una perspectiva general metodológica. CIS. Cuaderno metodológico, nº 35, Madrid.

Callejo, J. (2001). El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación. Barcelona. Ariel

Cea D'Ancona, M.A. (1998): Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social. Madrid. Síntesis.

Cea D'Ancona, M.A. (2004): Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora. Madrid. Síntesis.

Delgado y Gutiérrez (1995). Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales.

García Ferrando, M.; Ibáñez, J. y Alvira, F. (comps.) (1986). El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación. Madrid. Alianza.

Jauset A. (2007). Estadística para periodistas, publicitarios y comunicadores. Aplicaciones de los porcentajes y diseño e interpretación de encuestas. 110 ejercicios y cuestiones prácticas. Barcelona. Editorial UOC.

Mucchielli, A. (dir.) (2001). Diccionario de métodos cualitativos en ciencias humanas y sociales. Madrid. Síntesis.

Portilla, I. (2004). Estadística descriptiva para comunicadores. Aplicaciones a la Publicidad y las Relaciones Públicas. Pamplona. Eunsa

## **10.- OBSERVACIONES**

