



## Proyecto docente de la asignatura

<b>Asignatura</b>	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Y EVALUACIÓN (CONTROL DE RESULTADOS) PARA LA COMUNICACIÓN CON FINES SOCIALES		
<b>Materia</b>			
<b>Módulo</b>			
<b>Titulación</b>	MÁSTER EN COMUNICACIÓN CON FINES SOCIALES: ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS		
<b>Plan</b>	515	<b>Código</b>	53248
<b>Periodo de impartición</b>	Primer Semestre	<b>Tipo/Carácter</b>	OB (Obligatoria)
<b>Nivel/Ciclo</b>	POSTGRADO/MASTER	<b>Curso</b>	1
<b>Créditos ECTS</b>	5		
<b>Lengua en que se imparte</b>	Castellano (algunos materiales en inglés)		
<b>Profesor/es responsable/s</b>	Manuel Montañés y Miguel Vicente		
<b>Departamento(s)</b>	Sociología y Trabajo Social		
<b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b>	<a href="mailto:mms@soc.uva.es">mms@soc.uva.es</a> / 921112358 <a href="mailto:miguelvm@soc.uva.es">miguelvm@soc.uva.es</a> / 921112358		



## **1. Situación / Sentido de la Asignatura**

---

### **1.1 Contextualización**

---

La asignatura Técnicas de Investigación y Evaluación (Control de Resultados) para la Comunicación con Fines Sociales se incluye entre los contenidos del primer cuatrimestre del Máster, debido a que pretende proporcionar a las/os estudiantes las herramientas teóricas y prácticas necesarias para completar con éxito sus procesos de investigación social dentro del conjunto de la comunicación con fines sociales.

Su posición en el plan de estudios se justifica sobre la necesidad de proporcionar una base metodológica sólida de cara a la realización de cualquier tipo de investigación social. En este sentido, su desarrollo durante el primer semestre, discurriendo en paralelo a las asignaturas centradas en las teorías acerca de la comunicación con fines sociales, la educación en comunicación permite completar una visión amplia de los principales aspectos de todo el Máster.

Su carácter obligatorio resulta, por lo tanto, adecuado, ya que permite establecer un diálogo entre los criterios básicos del abordaje científico y los contenidos más destacados desde el prisma teórico. La ubicación en el primer cuatrimestre de docencia se justifica también ante la necesidad de que los contenidos expuestos en la segunda parte del curso, mucho más volcados hacia la investigación aplicada, sean recibidos por las/os estudiantes con un conocimiento general básico acerca de la metodología de investigación.

### **1.2 Relación con otras materias**

---

La asignatura Técnicas de Investigación y Evaluación (Control de Resultados) para la Comunicación con Fines Sociales mantiene una estrecha relación con otras materias iniciales del Máster, cuya orientación práctica se realimenta al coincidir en el tiempo durante los compases iniciales del plan de estudios, como Búsqueda y Tratamiento de Fuentes. Además, su vocación transversal ha de ser aprovechada para el desarrollo y consolidación de los conocimientos teóricos y prácticos desplegados en otras asignaturas.

Finalmente, y con posterioridad al desarrollo de la asignatura, su utilidad resultará manifiesta de cara a la realización del Trabajo Fin de Máster, en el que se le demandará a las/os estudiantes el diseño y la culminación de una investigación social empírica en la que, necesariamente, deberá poner en práctica los conocimientos adquiridos durante las sesiones de la asignatura.

### **1.3 Prerrequisitos**

---

No se establece ningún requisito previo para cursar esta asignatura.



## 2. Competencias

### 2.1 Generales

G.1. Capacidad de análisis y síntesis de la información y comunicación procedente del entorno y del contexto sociocultural y económico.

Explicación de la competencia: capacidad de resolución de problemas y toma de decisiones en entornos locales y globales caracterizados por elevados niveles de incertidumbre y paradojas.

G.2. Capacidad de organización y planificación de las tareas de estudio y trabajo, en función de las necesidades del entorno.

G.3. Capacidad de utilización de las TIC en el ámbito de estudio y contexto profesional y consideración de éstas como herramienta, más que como solución.

G.4. Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y en distintos contextos y respeto de la diversidad y multiculturalidad; tener una visión holística de los problemas y soluciones.

G.5. Capacidad de compromiso ético profesional y personal.

Explicación de la competencia: que permita encajar el "saber hacer" y el "bien hacer" de forma coherente. Desarrolla la capacidad de crítica y autocrítica de la labor realizada, como instrumento de mejora y evolución constante.

G.6. Capacidad de adoptar una visión creativa de la realidad, que favorezca soluciones nuevas e innovadoras.

### 2.2 Específicas

E2. Conocimiento y capacidad para ensayar procedimientos de investigación crítica acerca de las acciones sociales de diversas organizaciones. En nuestro caso del papel que juegan, pueden y deben jugar las administraciones públicas.

Explicación de la competencia: cuestiones de gestión, desarrollo e implementación de organizaciones empresariales, de administraciones públicas, de organizaciones de la sociedad civil, del tercer sector y ONG.

E3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales.

Explicación de la competencia: incluye búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación con fines sociales, en diferentes formatos, soportes y lenguajes. En definitiva, desarrollar la capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico de la información y la comunicación.

E4. Capacidad para llevar a cabo la reflexión crítica y actitud responsable en el diseño e implementación de las campañas y acciones de comunicación.

Explicación de la competencia: tanto las puramente comerciales como otras con fines sociales, solidarios, institucionales, altruistas, etc., respetando los Derechos Humanos en la planificación estratégica y la creatividad en la comunicación. Flexibilidad para el uso alternativo de los medios.

E.5. Capacidad para concebir, diseñar, implementar y evaluar proyectos de comunicación con fines sociales.

Explicación de la competencia: incluyendo todo su proceso creativo desde la ideación, la realización y producción, la planificación y evaluación de las campañas de comunicación con fines sociales. Se considera



fundamental la preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir, y la importancia de la experiencia en proyectos de desarrollo integral, sostenible y justo.

E.6. Capacidad para utilizar métodos y técnicas de investigación y evaluación de la comunicación con fines sociales.

Explicación de la competencia: conocer los instrumentos que se utilizan actualmente y diseñar y experimentar nuevas propuestas metodológicas y técnicas. Conocimiento de técnicas de comunicación. Aplicación de modelos de evaluación en función de fines y no meramente instrumental.





### 3. Objetivos

---

- Potenciar actitudes críticas previas al planteamiento de trabajos de investigación en el campo de la comunicación con fines sociales y acerca de la situación actual de la investigación en comunicación.
- Estimular, guiar y propiciar la búsqueda, selección, análisis, ordenación y comprensión de la información y documentación en materia de comunicación de fines sociales.
- Promover actitudes responsables, cooperativas y de reflexión compartida, de cara a crear una cultura de compromiso social desde la comunidad universitaria.
- Potenciar y guiar la dimensión práctica, reflexión y debate científico sobre comunicación con fines sociales.
- Facilitar la adquisición y utilización de un vocabulario científico-técnico que permita al alumnado expresar con rigor las ideas propias del ámbito de la ética en relación con la comunicación mediada.
- Destacar la significación del valor social de la comunicación publicitaria empresarial, institucional, etc.
- Concebir, diseñar, implementar y evaluar planes de investigación, integrados en el marco de las campañas de comunicación con fines sociales.
- Reconocimiento de las principales técnicas de recogidas de información y de análisis en el ámbito de la investigación cualitativa.
- Elaboración de un diseño de investigación cualitativa.
- Adquisición de recursos operativos a la hora de planificar y de llevar a la práctica un proyecto cualitativo de investigación.

### 4. Contenidos

---

**Bloque 1:** Principios básicos de investigación en ciencias sociales y de la comunicación

**Bloque 2:** Abordajes cuantitativos en la investigación en comunicación

**Bloque 3:** Abordajes cualitativos y participativos en la investigación en comunicación

### 5. Métodos docentes y principios metodológicos

---

- Exposición teórica a cargo del profesor en diálogo reflexivo con los alumnos.
- Lecturas individuales de diversos documentos
- Análisis en grupo de los casos prácticos presentados
- Trabajo en grupo para el apoyo al diseño de los TFM individuales



## 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	25	Estudio y trabajo autónomo individual	50
Clases prácticas	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	25
Laboratorios			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios	5		
Otras actividades			
<b>Total presencial</b>	<b>50</b>	<b>Total no presencial</b>	<b>75</b>

## 7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Trabajo individual: diseño de un proyecto de investigación	75%	
Prácticas en el aula	15%	
Participación activa en el aula	10%	

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
  - Elaboración de un proyecto de investigación, que será debatido y expuesto en aula con anterioridad a su presentación por escrito.
- **Convocatoria extraordinaria:**
  - Se establece el mismo procedimiento y criterio de evaluación para ambas convocatorias. En caso de no superar la asignatura en la primera convocatoria oficial, el sistema de evaluación que se empleará en la segunda convocatoria será el mismo, pero centrado exclusivamente en la mejora del trabajo general de la asignatura. No será preciso, por lo tanto, repetir las actividades realizadas en el marco de las sesiones presenciales.

## 8. Consideraciones finales

Una tercera parte (33%) de los materiales de trabajo empleados en este curso podrán estar redactados en lenguas extranjeras, principalmente en inglés. El objetivo es estimular la capacidad de lectura y de comprensión de materiales del entorno propio de la investigación en comunicación con fines sociales.