

**Proyecto docente de la asignatura**

Asignatura	Métodos y Técnicas de Investigación Social		
Materia	La dimensión psico-socio-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos		
Módulo	Común		
Titulación	Programa de Estudios Conjunto de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Grado en Turismo		
Plan	550	Código	42860
Periodo de impartición	Segundo semestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	Segundo
Créditos ECTS	4		
Lengua en que se imparte	Castellano (algunos materiales en inglés)		
Profesor/es responsable/s	Noelia Santamaría y Miguel Vicente		
Departamento(s)	Sociología y Trabajo Social		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	Correo electrónico: Noelia Santamaría: noelia.santamaria.cardaba@uva.es Miguel Vicente: miguelvm@soc.uva.es Teléfono: 921112358 Despacho: Departamento de Sociología (Aula T212)		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

Esta asignatura de carácter obligatorio pertenece a la materia titulada “La dimensión psico-social-cultural de la publicidad y la emergencia de los públicos”. El propio título de la materia proporciona pistas sobre las conexiones que establecerá el contenido de la asignatura con otras propias del campo de la Psicología y de la Sociología. En este sentido, un conocimiento básico sobre los métodos y las técnicas de investigación social resulta imprescindible para poder completar estudios sólidos acerca del comportamiento individual y colectivo de los seres humanos, así como las conexiones que vinculan estos procesos con la comunicación persuasiva.

1.2 Relación con otras materias

Esta materia mantiene una estrecha relación con muchas otras incluidas en el plan de estudios, entre las que podemos citar a las siguientes:

- Sociología de la Publicidad y el Consumo
- Psicología de la Publicidad
- Teoría Crítica de la Cultura
- Investigación de la Eficacia Publicitaria

1.3 Prerrequisitos

No se establece ningún prerrequisito para cursar esta asignatura.



2. Competencias

2.1 Generales

G1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo

G2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

G3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

G4. Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

G5. Desarrollo de aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G6. Desarrollo de un compromiso ético en su configuración como profesional, compromiso que debe potenciar la idea de responsabilidad social, con actitudes críticas y responsables; garantizando la igualdad efectiva de mujeres y hombres, la igualdad de oportunidades, la accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de la paz y de los valores democráticos.

2.2 Específicas

E1. Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

E4. Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

E10. Capacidad y habilidad para el ejercicio liberal de la profesión y la docencia: es decir, prestando asesoramiento a agencias de comunicación o a sus clientes en materias vinculadas con la comunicación en cualquiera de sus formas.

E20. Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.

E23. Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

E27. Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.



3. Objetivos

Los objetivos de formación que se establecen de cara al seguimiento de esta asignatura son los siguientes:

- Conocer los conceptos principales y las herramientas prácticas que son precisas para completar investigaciones científicas en el campo de las Ciencias Sociales y de la Comunicación
- Identificar las principales técnicas de investigación que se emplean en la investigación en comunicación, reconociendo las potencialidades y los límites de cada una de ellas de cara al trabajo con objetos de estudio concretos.
- Ser capaz de evaluar críticamente trabajos científicos, identificando y valorando las fuentes donde se han obtenido los datos y discriminando estudios en función de grado de validez y de fiabilidad.
- Estimular el espíritu crítico a la hora de seleccionar objetos de estudio, aproximaciones metodológicas y campos de investigación.
- Potenciar el trabajo en grupo y la formación de equipos de investigación en comunicación

4. Contenidos

TEMA 1. Métodos y técnicas de investigación: conceptos básicos, definición y usos

- Nociones básicas sobre metodología de investigación en Ciencias Sociales
- El proceso y la lógica de la investigación científica
- El repertorio de las técnicas de investigación

TEMA 2. El diseño de investigación

- Estructura y fases

TEMA 3. Técnicas cuantitativas de investigación social

- La encuesta
- El análisis de contenido
- Los experimentos

TEMA 4. Técnicas cualitativas de investigación social

- La entrevista
- Las reuniones grupales
- La observación etnográfica

TEMA 5. Técnicas participativas de investigación social

- La investigación acción participativa
- La matriz DAFO



5. Métodos docentes y principios metodológicos

Las sesiones combinarán una introducción de corte teórico, en la que se expondrán las bases bibliográficas y los principales conceptos aplicados al estudio de la investigación en comunicación, con un desarrollo práctico en el que las/os estudiantes deberán implicarse activamente en la discusión y la profundización analítica de casos prácticos concretos. Así, todas las sesiones presenciales, con independencia de su consideración como teóricas o prácticas, contarán con elementos y actividades combinadas.

La lectura y el análisis de resúmenes, artículos e informes de investigación servirán como puntos de partida para el debate abierto en el aula, que deberá ser prolongado con posterioridad en el Campus Virtual de la asignatura.





6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teóricas	20	Estudio y trabajo autónomo individual	20
Clases prácticas	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	40
Total presencial	40	Total no presencial	60

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Trabajo en grupo	60%	Evaluación continua
Comentarios individuales	Entre un 20% y un 40%	
Participación activa en el aula	Hasta un 20%	
Examen final	100%	Evaluación final

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- Convocatoria ordinaria:**

Se ofrecen dos opciones de evaluación:

- Evaluación final

Las/os estudiantes realizarán una prueba escrita en la fecha oficial de la primera o de la segunda convocatoria de exámenes. Esta prueba estará compuesta por un test de 20 preguntas con respuesta cerrada, que tendrá un valor máximo del 60% del total de la calificación final. En consecuencia, cada acierto recibirá 0'3 puntos, restándose 0'15 puntos por cada error cometido.

El 40% restante se obtendrá mediante la elaboración de un texto de no más de 750 palabras, en el que se deberá bien responder a una pregunta relacionada con los contenidos teóricos y prácticos expuestos en el aula, o bien realizar un comentario de texto a partir de alguna producción mediática que trate cuestiones próximas a la temática de la asignatura.

- Evaluación continua

Durante los meses de docencia presencial se realizarán diversas actividades en el aula o fuera de ella, así como comentarios individuales a partir de lecturas complementarias, que podrán ser utilizadas por las/os estudiantes para completar su carpeta de actividades. Este conjunto de actividades supondrá hasta el 40% de la puntuación final.

Además, será preciso completar un trabajo en grupo sobre un tema elegido de forma independiente, en el que se deberán aplicar las diversas técnicas e instrumentos de investigación que serán expuestos en las sesiones presenciales. La puntuación de este trabajo colectivo supondrá el 60% de la puntuación



final.

Las personas que opten por la evaluación continua deberán seguir las siguientes indicaciones:

- El 60% de la puntuación final corresponderá a un trabajo en grupo, que será elaborado a lo largo de todo el cuatrimestre y que será presentado al final del curso.
- El 40% restante de la puntuación final se obtendrá mediante la realización de actividades formativas en el aula o fuera de ella, además de a través de la redacción de comentarios a partir de los materiales docentes que se proporcionarán durante el curso. Aquellas personas que demuestren una asistencia al aula superior al 80% del total de sesiones (24 sesiones, como mínimo) podrán realizar solamente dos comentarios individuales, mientras que aquellas que no puedan acreditar la asistencia mínima al aula, tendrán que realizar cuatro comentarios individuales.
- Los grupos de trabajo estarán formados por 5 ó 6 personas.
- Los comentarios se elaboran individualmente y no podrán tener una extensión superior a 750 palabras. Consisten en ejercicios de síntesis y de crítica de los contenidos incluidos en los materiales docentes empleados en el aula y en el Campus Virtual.

Es muy recomendable la asistencia regular a las sesiones presenciales de la asignatura, ya que algunas de las prácticas se celebrarán en el aula. El responsable de la asignatura podrá realizar controles de asistencia periódicamente, si bien su efecto será solamente para reforzar la puntuación de cada estudiante, nunca para reducirla.

Quienes superen el programa de evaluación continua no tendrán que presentarse el examen final, salvo que deseen mejorar su puntuación. En caso de participar en el examen, no se tendrá en cuenta la calificación obtenida en el programa de evaluación continua. Quienes no superen el programa de evaluación continua, tendrán la oportunidad de presentarse a los exámenes finales.

- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Se mantienen los mismos criterios que en la convocatoria ordinaria

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 de la comunicación publicitaria y turística producidos en lenguas de importancia crucial para el posterior desarrollo profesional y académico de las/os graduadas/os en Publicidad y RR.PP, y en Turismo.