Universidad Europea del Atlántico

GUÍA DOCENTE 2026-2027

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Métodos y técnicas de investigación
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
FACULTAD:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	6
CURSO:	Segundo
SEMESTRE:	Primero
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Castellano
PROFESORADO:	Mónica Revilla
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	monica.revilla@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:

No aplica.

CONTENIDOS:

- Tema 0. Introducción a la investigación científica:
  - 0.1. Vías de acceso al conocimiento
  - 0.2. La ciencia y el método científico
  - 0.3. La construcción de teorías científicas
- Tema 1. El proceso de investigación científica
  - 1.1. Las fases de la investigación científica
  - 1.2. Características de los enfoques cuanti y cualitativos
  - 1.3. El proceso de investigación desde un enfoque cuantitativo.
  - 1.4 El proceso de investigación desde un enfoque cualitativo.

- Tema 2. Las fuentes documentales:

  3.1. Las fuentes de información científica.

  2.2. La fiabilidad e importancia de las fuentes dentro de la investigación científica.

  2.3. La importancia de internet en la búsqueda de fuentes documentales.

- Tema 3. Investigación cualitativa:

  3.1. Fase conceptual, de diseño, analítica y empírica en la investigación cualitativa

  3.2. Técnicas de investigación cualitativas.

- Tema 4. Investigación cuantitativa:

  4.1. Fase conceptual, de diseño, analítica y empírica en la investigación cuantitativa.

  4.2. Técnicas de investigación cuantitativas.

- Tema 5. Investigación mixta:

  5.1. Fase conceptual, de diseño, analítica y empírica en la investigación mixta.

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG2. Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4. Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE30. Aplicar métodos y técnicas de investigación para la recolección, análisis, y sistematización de información en el ámbito profesional.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Conocer métodos y técnicas de investigación social aplicables a la Comunicación.
- Analizar los conocimientos sobre metodología de investigación científica que son aplicables al campo de la comunicación.

- Desarrollar habilidades para la realización de actividades de investigación.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo.
- Estudio y análisis de casos.
- Resolución de ejercicios.
- Aprendizaje basado en problemas.
- Aprendizaje orientado a Proyectos.
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas.

Actividades formativas		Horas
Actividades dirigidas	Clases expositivas	15
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	15
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades	7,5
Actividades	Preparación de clases	22,5
	Estudio personal y lecturas	30

autónomas	Elaboración de trabajos	30
	Trabajo en campus virtual	7,5
Actividades de evaluación	Actividades de evaluación	7,5

El primer día de clase, el profesor proporcionará información más detallada al respecto:

En cumplimiento con las medidas institucionales de garantía de la calidad académica y trazabilidad de la autoría, se destinará un mínimo del 10 % de las horas lectivas de la asignatura a la realización, supervisión y seguimiento de trabajos, actividades prácticas u otras actividades evaluables que requieran evidencias del proceso de aprendizaje del estudiantado.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

Actividades de evaluación		Ponderación
Evaluación continua	Trabajo final: artículo de investigación	40 %
	Actividad entrevista	10 %
Evaluación final	Examen teórico-práctico	50 %

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico-práctico con un valor del 50 % de la nota final de la asignatura. El

resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

RÉGIMEN DE USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Esta asignatura se rige por el Protocolo de Medidas para Garantizar la Calidad y la Integridad Académicas de UNEATLANTICO, en lo relativo al uso de herramientas de inteligencia artificial en actividades académicas y evaluativas.

Para cada actividad de evaluación, el régimen de uso de IA aplicable y el sistema de trazabilidad de autoría requerido se especificarán expresamente en el enunciado correspondiente a dicha actividad.

El incumplimiento de las condiciones establecidas en el enunciado de la actividad de evaluación dará lugar a la aplicación del régimen de sanciones previsto en el Reglamento Académico del Alumno.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. & Baptista-Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

- Moreno G., M. C. (2005). La investigación cualitativa en marketing: el camino hacia una percepción social del mercado. *Revista Colombiana de Marketing*, 4(6), 68-85. https://www.redalyc.org/pdf/109/10900607.pdf

- Vilches, L. et al. (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital.* Editorial Gedisa, S.A. https://n9.cl/nqxoi

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

temas que se abordan en la asignatura.

- Berganza Conde, M.R., & Ruiz San Román, J.A. (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. McGraw-Hill.

- Botey, J., & Jiménez, A. (2005). *Investigación de mercados aplicada a la publicidad*. ESIC Editorial.

- Canel, M. J., & Pineda, A. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. Síntesis.
- Cialdini, R. B. (1984). *Influence: The psychology of persuasion*. Harper Collins.
- Cuesta-Benjumea, C. (2008). ¿Por dónde empezar?: La pregunta en investigación cualitativa. *Enfermería Clínica, 18*(4), 205-210.
- Eiroa San Francisco, M., & Barranquero Carretero, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Síntesis.
- Igartua, J.J. (2006). Métodos de Investigación cuantitativa en comunicación. Bosch.
- Linares, J., Codina, L., Vàllez, M., & Rodríguez, R. (2016). *Interactividad, Buscabilidad y Visibilidad en Cibermedios: Sistema e Análisis y Resultados.* Universitat Pompeu Fabra.
- Malalana Ureña, A. (2013). *Métodos y técnicas de investigación para historiadores y periodistas*. CEU Ediciones.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. & Elbert R. (2005). Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. CLACSO.
- Villa Rubia, C. (2003). *Investigación en comunicación estratégica y publicitaria*. Ariel.
- Wimmer, R.D., & Dominick. J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos.* Bosch.
- Zaltman, G. (1990). *Cómo piensan los consumidores* (1.ª ed.). McGraw-Hill.

WEBS DE REFERENCIA:

- https://www.academia.edu/
- https://dialnet.unirioja.es/
- https://www.educacion.gob.es/teseo/
- http://www.ine.es/
- https://www.researchgate.net/
- https://scholar.google.es/
- https://www.semanticscholar.org/