

GUÍA DOCENTE

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA:	Métodos y Técnicas de Investigación
PLAN DE ESTUDIOS:	Grado de Publicidad y Relaciones Públicas
CENTRO:	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:	Obligatoria
ECTS:	6
CURSO:	Segundo
SEMESTRE:	1
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:	Español
NOMBRE Y APELLIDOS:	Mónica Gracia
DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:	monica.gracia@uneatlantico.es

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

CONTENIDOS:
<u>Tema 1</u> Introducción. Métodos cualitativos
<u>Tema 2</u> Observación
<u>Tema 3</u> Entrevista en profundidad
<u>Tema 4</u> Entrevista en Grupo
<u>Tema 5</u> Etnografía

Tema 6

Métodos cuantitativos:

Tema 7

Panel de audiencia

Tema 8

Panel detallista

Tema 9

Panel de Consumidores

Tema 10

Encuesta

Tema 11

Introducción al SPSS

COMPETENCIAS

Competencias generales:

- 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:

- CE29. Aplicar métodos y técnicas de investigación para la recolección, análisis, y sistematización de información en el ámbito profesional.

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.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

En la convocatoria ordinaria la asignatura se evaluará de la siguiente manera:

Evaluación continua:

- a) Una prueba parcial escrita teórica y/o práctica (25%)
- b) Resolución de casos prácticos, realización de trabajos grupales e individuales, prácticas en estudio de radio/plató de TV) (20%)
- c) Interés y participación del alumno en la asignatura (5%)

Evaluación final:

- d) Una prueba final escrita teórico-práctica (50 %)

La nota del examen final no podrá ser inferior en ningún caso a 3,5 puntos sobre 10 para hacer media con la calificación obtenida en la evaluación continua. Si la nota del examen final es inferior a 3,5 puntos, la calificación final de la asignatura será un suspenso.

El alumno que suspenda en la convocatoria ordinaria deberá examinarse, en la convocatoria extraordinaria, del conjunto de la asignatura. En esta convocatoria, se guardarán las calificaciones obtenidas en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Investigación y técnicas de mercado. Ángel Fernández Nogales. Esic Editorial.2004
- INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. Rodolfo Vázquez Casielles; Juan Antonio Trespalacios Gutiérrez; Laurentino Bello Acebrón. Ediciones Paraninfo. S.A.2005
- Etnografía y observación participante en Investigación Cualitativa. Michael Angrosino (Autor), Carmen Blanco Castellano (Traductor), Tomás del Amo Martín (Traductor). Ediciones Morata, S.L.; Edición: 1. 2012

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA

WEBS DE REFERENCIA

OTRAS FUENTES DE CONSULTA